

Der gesamte Kundenstamm ist ein wesentlicher Teil des Wertes eines Unternehmens. Besonders wichtig sind typischerweise einige wenige Key-Accounts, die das Gros der Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens erwerben. Sie sichern einen Großteil des Umsatzes und darum gilt ihnen besondere Aufmerksamkeit.

## Ihr Nutzen

Sie lernen Ihre Key-Accounts richtig zu betreuen und an Ihr Unternehmen zu binden. Neben Analyseinstrumenten lernen Sie Wege zur Kundenbindung für Ihre individuelle Praxissituation kennen.

## Voraussetzungen

Erfolgreich Verkaufen~5755

oder dem entsprechende Kenntnisse und Verkaufserfahrung

## Preis pro Teilnehmer

EUR 700,- exklusive der gesetzlichen MwSt.

## Seminardauer

2 Tag(e)/Day(s)

## Hinweise

Version:

## Seminarinhalte

Tag 1

\* Kundenanalyse

- Wie erkenne ich meine Key-Accounts?

\* Der Kundenlebenszyklus

- Phasen der Kundenbeziehung

- Die Aktivitäten in den Phasen

\* Customer Lifetime Value (CLV)

- Berechnung des Kundenwertes

- Bestandskunden und Neukunden

\* Kundenbindung:

- Welches Betreuungsverhältnis brauchen Key-Accounts?

- Informationssammlung über Key-Accounts

- Wege zur Kontaktaufnahme

- Wege zur Kundenbindung

- Kontaktpunkte nützen

Tag 2

\* Aufbau des Verkaufsprozesses

- Buying Center

- Entscheider und Beeinflusser

\* Instrumente zur Entwicklung von Key Accounts

- A/B/C Analyse

- Portfolioanalyse

- Scoring Modell

\* Planung der Aktivitäten zur Kundenbetreuung

- Durch Kundenanalyse richtige Aktivitäten setzen

- Aktivitäten sinnvoll aufeinander abstimmen

- Erfolgskontrolle

Methodik

Miteinander erarbeiten Sie einen Umsetzungsplan

für Ihr Key-Account System und optimieren Ihre Aktivitäten in der

Kundenkommunikation.

