

Key Account Management - der Schlüssel zum Erfolg in der Zukunft

Verfasser: *Lorenz A. Aries*
Geschäftsführer der optimAS AG für Verkaufsoptimierung

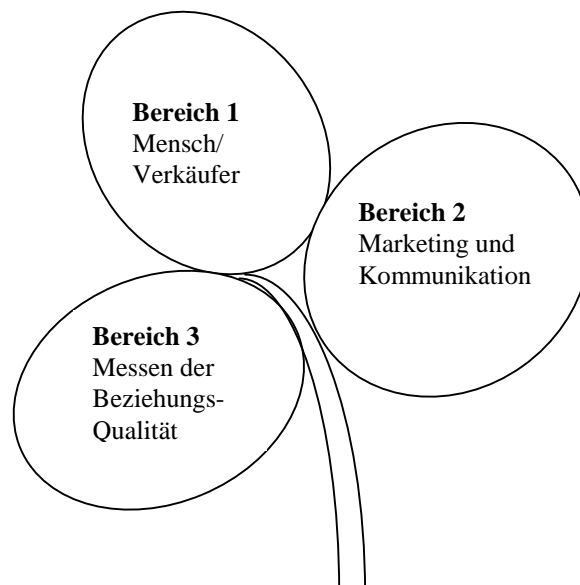
Der Auf- und Ausbau des Key Account Managements ist heute absolut im Trend. Wer noch kein Key Account Management besitzt, macht sich Gedanken, wie dieses System in seinem Unternehmen realisiert werden könnte. Die Gefahr besteht dabei, dass einfach der/die beste Aussendienst-MitarbeiterIn zum Key Account- / Large Account- / Major Account-Manager bestimmt wird, die Adressen zugeteilt werden und los geht's. Oft wird's so gemacht. Genügen kann dieses Vorgehen jedoch nicht.

Key Account Management oder Schlüsselkunden-Bearbeitung verlangt heute mehr als nur die Freistellung eines guten Verkäufers und die Zuteilung der entsprechenden Adressen. Der Aufbau des Schlüsselkunden-Bearbeitungs-Systemes umfasst die Aspekte:

- Mehrdimensionaler Potentialschlüssel
- Betreuungskonzeption
- Kundenführungs-Systematik
- Gestaltung von Leistungspaketen für die Schlüsselkunden
- Messen der Beziehungsqualität mit einem "geschlossenen" Kreislauf

Nun ist es so, dass eigentlich jede Person im Aussendienst im zugeteilten Verkaufsgebiet Schlüsselkunden besitzt. Ergo ist es eigentlich paradox, das Thema Key Account Management gesamtfirmenorientiert zu betrachten. Generell sollten heute die Schlüsselkunden aller Verkaufsgebiete als Key Accounts betreut werden.

Der Aufbau und die Umsetzung des Key Account Managements erfolgt nach dem Prinzip des 3 blättrigen Kleeblattes.



Bereich 1 Mensch / Verkäufer

- Ausweitung der Basiskenntnisse in Betriebswirtschaft, Marketing und Kommunikation
- Steigerung der Fähigkeiten in der schriftlichen Kommunikation damit der KAM (Key Account Manager) auch in der Lage ist, entsprechende Texte zu verfassen
- Training der Gesprächsführung zur Befähigung der Führung von strategischen Verkaufsgesprächen
- Ausbau der konzeptionellen Fähigkeiten
- Aufbau von Coaching und Moderations-Fähigkeiten

Bereich 2 Marketing und Kommunikation

- Aufbau eines Key Account Betreuungs-Packages
- Systematische Führung der Key Accounts über die Marketing-Datenbank mit Zusatz-Informationenfeldern
- Ausbau der Führungsinstrumente, um den Key Account umfassend über seine Entwicklung bei den gelieferten Leistungen auf dem Laufenden halten zu können
- Aufbau von Key Account Marketing-Packages, die folgende Bereiche behandeln
 - Absatzförderung
 - Mitarbeiterförderung (Ausbildung und Motivation mit Anreizsystemen)
 - Statistiken und Marktforschungs-Inputs

Bereich 3 Messen der Beziehungsqualität im Key Account Management (Nach Prof. Dr. Diller)

Das Messen der Beziehungsqualität (KAMqual) nach Prof. Dr. Hermann Diller (Universität Erlangen/Nürnberg) ist ein System, das 4 Ebenen in 3 Schritten aus der Sicht des Key Account Managers und aus der Sicht des Key Accounts (Kunde) miteinbezieht. Dabei werden die spezifischen Items über mehrere Fragen verifiziert. Je nach Ergebnis und realisierter Intervention können diese Fragen im Laufe von 18 bis 24 Monaten zusätzlich ein zweites bis ein drittes Mal nochmals gestellt werden. Somit ist der Kreislauf geschlossen (Analyse - Intervention - Kontrolle - Intervention - Kontrolle). Die Vorgehensweise gliedert sich in folgende Teilschritte:

- Entwicklung des Fragebogens
- Realisieren der Befragung durch KAMqual-Spezialisten
- Auswerten und Darstellen der Ergebnisse in einem Workshop
- Planung der Interventionen und Korrekturmaßnahmen

Zusammenfassung:

Nur durch den umfassenden Aufbau von Kompetenzen und Erfahrungen in den drei dargestellten Bereichen erreichen Unternehmen, die ein Key Account Management System neu aufbauen wollen oder ein bestehendes optimieren wollen, den gewünschten Grad an Professionalität. optimAS realisiert diese Systematik in den Bereichen Handel / Grosshandel, Dienstleistung und Produktionsbetrieben für nationale oder internationale Absatzmärkte. Dank der europäischen Präsenz ist die Übertragung auf die europäischen Hauptmärkte durch entsprechende optimAS Partner umfassend gewährleistet.