

Der Key Account Manager

Aufgaben, Werkzeuge und Erfolgsfaktoren

Bearbeitet von
Hartmut Sieck

1. Auflage 2016. Buch. 144 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8006 5023 1
Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm
Gewicht: 245 g

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Absatz & Vertrieb](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Stichwortverzeichnis

.de
DLUNG


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

A

- Anfragen bewerten 122
- Angebotsabgabe 128
- Angebotsmanagement 126

B

- Beschwerden 119
- Blaue Ozeane 83
- Blue Ocean Strategy 83
- Business-Netzwerke 73
- Buying Center 67

E

- Einwandbehandlung
- Grundstruktur 120

F

- Facebook 73

J

- Jahresgespräch 103

K

- Key Account 16
- Key Account Management
 - acht Schlüsselgebiete 16
 - als systematischer Ansatz 16
 - versus Großkundenmanagement 20
 - vs. Flächenvertrieb 18
- Key Account Manager
 - als Beziehungsmanager 28
 - als Informationsmanager 44
 - als Strategieplaner 48
 - als Teamleiter 34
 - Plan für die nächsten Monate 97
 - verschiedene Rollen 23
 - Weiterbildung 51
- Key Account Plan
 - Aufgaben 56
 - formale Anforderungen 59
 - globaler 58
 - SAMA-Studie 49

– Struktur 56

Key Account Strategie 90

Key Account Team

- Ansatz 19
- Erfolgsfaktoren 37
- Verantwortung 43
- Wer gehört dazu? 35

Kunde

- Entscheidungsprozesse beim 70
- internationaler Account 56
- systematisch analysieren 63, 75
- Wahrnehmungen ändern 55

Kundenanalyse

- Potenzialeinschätzung 88
- Warum kauft der Kunde bei Ihnen? 87
- zehn Fragen 63

Kundengespräch

- Anfragen bewerten 122
- blaue Ozeane nutzen 86
- Einwandbehandlung 119
- Fragetechniken 114
- fünf Grundregeln für erfolgreiche Verhandlungen 134
- professionell nacharbeiten 121
- professionell vorbereiten 132
- SWOT-Analyse nutzen 82
- Verhandlungen 129

Kundennutzen 118

Kundentermine

- 4+2-Struktur 110
- professionell vor- und nachbereiten 121, 132

L

Lebensmotive 40

LinkedIn 73

Loss bid/win bid 87

M

Marktanalyse 76

MOST 90

P

- Pareto-Prinzip 13
- Persönlichkeitstypen
 - Farbenlehre 40
- PEST-Analyse 78
- Porters five forces 78
- Potenzialanalyse 88
- Power Map 67
 - mit sechs Fragen zur 70

R

- RACI-Technik 43

S

- SAMA Studie 49
- Schlüsselkunde 16
- SWOT-Analyse 79
 - Anwendungsfehler im KAM 80

T

- Teamleiter eines virtuelles Teams 34

V

- Value Selling 119
- Verhandlung 129
 - fünf Grundregeln 134
 - professionell vorbereiten 132
- Verkaufsprozess 25

W

- Win bid/loss bid 87

X

- XING 73

Z

- Ziele
 - SMARTE 92
- Ziele bestimmen
 - Erfolgsfaktoren 92