

# Next Level Key Account Management

Sieck

2023

ISBN 978-3-8006-7078-9

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei  
[beck-shop.de](https://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://beck-shop.de) steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

[beck-shop.de](https://beck-shop.de) hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird [beck-shop.de](https://beck-shop.de) für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

## Index

80-20 Regel 30

### A

Abhängigkeit von wenigen Kunden  
oder Märkten 37

Agiles Key Account Team 106

Agilität 46

### B

BCG-Portfolio 75

Beziehungsmodelle 13

### C

Cash cows 76

Consultative Selling 121

Corporate Key Account 68, 100

Customer Care Team 90

Customer Relationship Management  
(CRM) 121, 130

Customer Service 90

### D

Digitalisierung 43, 117

### E

Einführung des Key Account Ma-  
nagements

– Projektplan 153

– vier Phasen 152

Enterprise Resource Planning  
(ERP) 129

European Foundation for Key Ac-  
count Management (efkam) 196

Excellence-Modell 59

### F

Flächenvertriebsansatz 24

### G

Globales Key Account Management

– Steuerung des 140

Global Key Account 98

Global Key Accounts

– Vorauswahlkriterien 73

Großkundenmanagement 24

### K

KAM 2.0 66

Kennzahlen 136

Kernteam 106

Key Account

– den Key Account Manager vorstel-  
len 171

– Fokus auf den falschen 37

– Leistungsportfolio für 86

– systematisch identifizieren 70

Key Account-Liste 85

– regelmäßig überprüfen 183

Key Account Management

– agiles 46

– als eigene Organisation 103

– als Unternehmensansatz 89

– Bedeutung für das eigene Unter-  
nehmen 30

– Begriffe 65

– Definition in 2023 27

– einführen 146

– Exzellenz 2, 59

– Fachkarriere im 118

– funktionales 94

– für Start-ups und Solounterneh-  
mer 135

– globales 98

– Großkundenmanagement? 24

– Handbuch 57

– Herausforderungen und Risi-  
ken 35

– in einer Holding 100

– institutionelles 96

– klare Prozesse und Regeln 125

– modernes Verständnis 9

– Steuerung des 136

– Strategische Partnerschaft? 21

- Trainings 189
- Unternehmens- oder Vertriebsansatz 10
- Vergütungsmodelle 122
- vier Entwicklungsfelder 178
- Werkzeuge 128
- Wert für das eigene Unternehmen 39
- wird nicht professionell umgesetzt 36
- Ziele 63
- Key Account Management Development & Support 101
- Key Account Management Excellence 178
  - Community 185
  - Team 101
- Key Account Manager
  - als Teilzeitposition 95
  - die nächste Generation 42
  - die Position eines 17
  - Kompetenzen 115
  - sieben Rollen 111
  - Trainings 165
  - Vergütung 110
- Key Account Plan 130
  - Review 183, 194
  - Struktur 131
- Key Account-Pyramide 66
- Key Account Teams 93
  - Erfolgsfaktoren 107
- Key Development Accounts 77
- KISS-Prinzip 71
- L**
- Lean KAM 21, 46
- Lieferantenbewertung 139
- M**
- Maintenance Accounts 76
- Multi-Level-Selling 114
- N**
- Nachhaltigkeit 45, 117
- Net Promotor Score (NPS) 89

- O**
- One consistent message to the customer 1, 16, 28
- One face to the customer 1, 13, 28
- Opportunistic Accounts 76
- P**
- Pareto-Prinzip 30
- Poor dogs 76
- Projektplan 155, 156, 157
- Q**
- Questions marks 77
- R**
- RASIC-Systematik 126
- Regional Key Accounts 68
- Regionalvertriebsansatz 24
- S**
- Scoring-Liste 75
- Service-Level-Agreements 89
- Single Point of Contact 33
- SMART-Regel 65
- Stars 77
- Steering Committee 107
- Steuerung des Key Account Managements 136
- Strategiepyramide 63
- Strategieworkshop 191
- Strategische Partnerschaften 46
- T**
- Target Account 67, 77
- Teambuilding 164
- Topmanagement-Sponsoring 93, 108
- V**
- Vergütungsmodelle 43, 122
- Verkaufen
  - die vier Stufen des 23
- Vilfredo Pareto 30
- Z**
- Zertifizierung 196