Der Key Account Manager

Sieck

3., überarbeitete und erweiterte Auflage 2024
ISBN 978-3-8006-7156-4
Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung 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 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 für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

A

Agile Teams 45
Anfragen bewerten 135
Angebotsabgabe 140
Angebotsmanagement 138

B

Beschwerden 132
Blaue Ozeane 93
Blue Ocean Strategy 93
Buying Center 77

E

Einwandbehandlung
– Grundstruktur 132

K

Key Account Management
– acht Schlüsselgebiete 21
– agiles Account-Team 45
– Definition 17
– versus Großkundenmanagement 25
– vs. Flächenvertrieb 23
Key Account Management-Exzellenzmodell 21
Key Account Manager 33
– als Beziehungsmanager 38
– als Informationsmanager 51
– als Strategieplaner 56
– Plan für die nächsten Monate 109
Key Account Plan
– Aufgaben 65
– formale Anforderungen 68
– globaler 67, 68
– SAMA-Studie 57
– Struktur 66
Key Account Strategie 99
Key Account Team
– Ansatz 24
– Verantwortung 50
Kunde
– internationaler Account 66
– systematisch analysieren 74
Kundenanalyse
– Warum kauft der Kunde bei Ihnen? 97
– zehn Fragen 74
Kundengespräch
– Anfragen bewerten 135
– blaue Ozeane nutzen 96
– Einwandbehandlung 132
– Fragetechniken 127
– fünf Grundregeln für erfolgreiche Verhandlungen 146
– professionell nacharbeiten 133
– professionell vorbereiten 145
– SWOT-Analyse nutzen 92
– Verhandlungen 141
Kundennutzen 130
Kundentermine
– 4+2-Struktur 122
– professionell vor- und nachbereiten 133, 145

L

Lebensmotive 48

M

Marktanalyse 87
MOST 99

O

Objectives and Key Results (OKRs) 105

P

Persönlichkeitstypen
– Farbenlehre 47
PEST-Analyse 88
Porters five forces 88
Power Map 77
– mit sechs Fragen zur 80

R

RASIC-Technik 50

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

S

SAMA-Studie 57
Strategic Account Management Association 56
SWOT-Analyse 89
– Anwendungsfehler im KAM 91

T

Teamleiter eines virtuelles Teams 44
Touchpoint-Plan 42, 52, 110

V

Value Selling 131
Verhandlung 141
– fünf Grundregeln 146
– professionell vorbereiten 145
Verkaufsprozess 35

W

Win bid/loss bid 97

Z

Ziele
– SMARTE 101
Ziele bestimmen
– Erfolgsfaktoren 100

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG