



Omfång 8 dagar

Key Account Management

Som Key Account Manager (KAM) arbetar du med företagets mest betydelsefulla kunder. Hur kan du bibehålla och utveckla nyckelkunderna och samtidigt identifiera de mindre kunder som kan utvecklas till stora? Hur kan du anpassa din säljkommunikation i takt med att marknaden förändras?

Vår utbildning ger dig grunderna i systematisk försäljning, nyckelkundsstrategi, segmentering, KAM-ekonomi, förhandlingsteknik- och mycket mer.

Programinnehåll

Traditionell försäljning och KAM-försäljning

Under de första dagarna tittar vi på rollen som Key Account Manager/storkundsansvarig och diskuterar bland annat: Vad innebär det egentligen att arbeta med KAM? Vad är skillnaden mellan traditionell försäljning och KAM-försäljning?

- Rollen som Key Account Manager och dess ansvarsområden
- Säljmetodik. Hur gör du och de andra deltagarna på era företag idag?
- Komplex och konsultativ försäljning – vad menas?
- Att positionera sig som nyckelleverantör
- KAM-processen och dess utvecklingsfaser

Segmentering, systematisk försäljning och nyckelkundsstrategi

Vad är egentligen en nyckelkund? Hur bör du kategorisera kunder? Hur identifierar du dagens och morgondagens nyckelkunder? Framgångsrik KAM-försäljning handlar ofta om långa säljcykler och svåröverskådliga beslutsprocesser. Dessa kan dessutom vara väldigt skiftande i karaktär beroende på vem kunden är. Systematisk försäljning ger en plattform för att effektivt bygga långsiktig försäljning. Rätt nyckelkundsstrategi ger lönsamma affärsrelationer med rätt kunder.

- Segmentering – Att identifiera nyckelkunder
- Konkurrensstrategi
- Köpbeteende och köpprocesser
- Analys av kundpotentialen
- Att skapa synergieffekter mellan marknadsavdelningen och försäljningsavdelningen

KAM-ekonomi och förhandlingsteknik

Att ha koll på vilka kunder jag skall prioritera kräver förståelse för ekonomiska samband. Det kräver också svar på frågor som: Hur sätter man pris? Vad är rätt pris? Vilka nyckeltal har du som säljare nytta av i din försäljning och i en kundrelation?

- Olika modeller för debitering
- KAM-ekonomi och nyckeltal
- Förhandlingsteknik och förhandlingsprocesser

Erbjudandet och kundbehovet

Hur kan du paketera ditt företags erbjudande? Vad innebär egentligen att vara marknadsorienterad? Hur kommunicerar du erbjudandet till kunden? Vi går bland annat igenom:

- Att sätta fokus på kundbehov och kundnytta
- Kundvärdeanalys
- Relationsmarknadsföring

Projektredovisning och avslutning

Allra sist i KAM-utbildningen redovisar du ditt individuella projektarbete – och de andra deltagarna redovisar sina. Ett projektarbete kan till exempel innehålla kundvårdsplan, nyckelkundsanalys eller KAM-plan. Det blir en dag med massor av reflektioner och kunskapsöverföring.

Nu har du tillägnat dig förmågan att kartlägga vilka kunder som bör prioriteras och hur du ska bearbeta dem. Och du har fått redskapen att bygga långsiktiga och lönsamma relationer med rätt kunder.