Key Account Manager-uddannelsen (3 moduler)

Skab mere salg i din rolle som salgsansvarlig ved at løfte dit fokus til et højere strategisk niveau

De færreste virksomheder kan eksistere uden salg. I din rolle som salgsansvarlig er det derfor helt afgørende, at du arbejder systematisk og strategisk med salgsarbejdet. Dette gælder både ift. at "sparke døren ind" hos nye kunder, men særligt også ift. kundeplejen af virksomhedens nuværende og tidligere kunder.

Uddannelsens 3 moduler:
Modul 1: Din rolle som Key Account Manager.
Modul 2: Salgspsykologi – forstå din kunde, og øg salget.
Modul 3: Strategisk markedsfokus – en effektiv kilde til vækst.

Udbytte

✔ Du lærer om de nyeste strømninger, trends og salgsteknikker.
✔ Du får en systematisk metode til arbejdet med dine kundeemner samt udarbejdelse af kundeplaner- og analyser.
✔ Du lærer at identificere beslutningstagere og deres beslutningsmønstre.
✔ Du får styrket dine kommunikations- og samarbejdsevner.
✔ Du forstår, hvad gode kunderelationer er og lærer at opbygge og bevare tillid og troværdighed.
✔ Du lærer at bruge forretningsstrategien som styringsværktøj Du vil modtage konkrete salgsværktøjer og prognoseredskaber.

Målgruppe

Uddannelsen er for alle salgsprofiler, der arbejder med salgsledelse og Key Account Management (KAM) og ønsker at lære at analysere, tilrettelægge og gennemføre salg på strategisk niveau.

Undervisere

Der er tilknyttet flere erfarne undervisere til at dække uddannelsens forskellige fagområder. Dette for at sikre størst muligt udbytte for deltagerne.

Praktisk

Uddannelsen strækker sig over 3 moduler med ca. to ugers mellemrum mellem hvert modul. Alle moduler starter med morgenmad kl. 8:30 og slutter kl. 16:00.

Uddannelsen afholdes i lækre, 5-stjernede omgivelser på Copenhagen Marriott Hotel og på Radisson Blu Scandinavia Hotel, som begge byder på inspirerende mødefaciliteter og udsøgt fuld forplejning.

Inden hvert modul modtager du et praksisnært og direkte anvendeligt undervisningsmateriale til at styrke din rolle som Key Account Manager.

Alle moduler indeholder intense undervisningsdage med gruppedebatter, plenumdiskussioner, cases og en lang række praktiske øvelser. Medbring derfor egen computer.

Ved afslutning på uddannelsen modtager du et uddannelsescertifikat.

Program

Modul 1
Din rolle som Key Account Manager

Dette modul kigger nærmere på definitionen af din rolle som Key Account Manager og ikke mindst relationen til virksomhedens nøglekunder. Du præsenteres også for en systematisk metode til at bearbejde dine største kunder og kundeemner. Desuden sætter vi fokus på at optimere udarbejdelsen af kundeplaner og –analyser samt identificere de formelle og uformelle beslutningstagere.

- Definition af rollen som Key Account Manager og dine muligheder og begrænsninger.
- Kundens købemotiver, behov og udfordringer.
- Identifikation af beslutningstagere og beslutningsmønstre.
- Gode personrelationer i kundens organisation.
- Din adfærd over for den professionelle indkøber.
- Personlig handlingsplan.

Modul 2
Salgspsykologi – forstå din kunde, og øg salget

Dagen har fokus på salgssituationen og herunder temaer som kundekontakt, kommunikation, samarbejde, troværdighed og kundeadfærd. Et solidt kendskab hertil er uundgåeligt, hvis du skal opnå succes i dit salgsarbejde og skabe en tæt samarbejdsrelation til kunden.

- Salgets struktur og cyklus.
- Kundekontakt og etablering af salgs(sam)taler.
- Nå ind til kundens købevilje.
- At lukke en god forretning.

- At opbygge tillid og troværdighed.
- Aflæse kundens adfærdsstil.
- Præsentation af den optimale løsning for kunden.
- Hvordan skabes merværdi for kunden

Modul 3
Strategisk markedsfokus - en effektiv kilde til vækst

At arbejde med et strategisk markedsfokus er en nødvendighed, hvis du vil vinde kunderne og gøre dine konkurrenter til tabere. Dagen vil derfor have et skarpt fokus på at forstå det marked, din virksomhed opererer i samt vigtigheden af løbende og strategisk fornyelse for at sikre innovation og differentieret forretning.

- Forretningsstrategien som styringsværktøj.
- Betydningen af din virksomheds markedsvilkår.
- Markedsvilkårene for dine kunder.
- Innovation i salgsprocessen.
- Differentieringen af dit salg ift. Konkurrenternes.
- Opnå virksomhedens ønskede markedsposition.