



Seminare - Trainings - Workshops für die Getränkebranche

KOMPETENZEN

TOOLS

METHODEN

KENNZAHLEN

128

**TOP-SKILLS IM
KEY ACCOUNT MANAGEMENT**

Exklusives Praxis-Training für
Key Account Manager in der Getränkebranche

VERHANDLUNG

POTENZIALE

TRAININGS-SPECIAL:

Talkshop & Live Feedback
mit dem ehemaligen
Kaufland-Manager
Frank Lehmann als Co-Trainer



Die Branchenexperten:



HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG DES TRAININGS

Getränke sind eine spannende, interessante und lebendige Warengruppe...
Getränke verkörpern Lebensstil...
Getränke bedeuten Genuss und Emotionen...
Der Verkauf von Getränken begeistert...

Entscheidend für den Verkaufserfolg sind im Wesentlichen jedoch andere Faktoren

- Wie gut kenne ich meinen Handelspartner, sein Umfeld und seine Bedürfnisse?
- Kenne und beherrsche ich die einzelnen **Stufen, Tools und Methoden** eines professionellen **Key Account Managements**?
- Kenne ich die **Strategie und Prozesse meiner Handelskunden** in der Kategorie Getränke und **welche Lösungen** kann ich bieten?

Der Key Account Manager **erkennt und generiert langfristige strategische Potenziale** für sein Unternehmen bei seinen Kunden. Er ist in der Lage, seine Key Accounts **strategisch zu managen**, um so das **bestmögliche Ergebnis** zu erzielen.

STRUKTUR, TRAINER, ORGANISATION

Das Training erfolgt in zwei 2-tägigen Trainingsblöcken mit folgenden Trainings-Bestandteilen:

- Darstellung und Erklärung von Grundlagen, Methoden, Tools,...
- Interaktive Sequenzen
- Erarbeitung von Themen, Aufgaben und Übungen in Gruppen sowie individuell
- Übungen mit dem Trainer als Sparrings-Partner
- Coaching-Sequenzen

Struktur und Ablauf der Trainings sind komplett auf Interaktion und aktive Einbindung der Teilnehmer ausgerichtet.



DER TRAINER:

Jochen Etter war selbst 15 Jahre in der Getränkebranche tätig. Er verfügt über operative wie auch Führungserfahrung in allen Bereichen des Vertriebs bis hin zum General Manager und alleinvertretungsberechtigten Geschäftsführer der deutschen Tochter von Heineken, eines der weltweit größten Unternehmen der Getränkebranche.

Kontakt:

etter@etterundpartner.com, Tel +49 (0)171 703 88 55



DIE ORGANISATION:

Dieter Klenk ist seit Jahrzehnten erfolgreich tätig in der Entwicklung und Organisation von Netzwerkplattformen und Events in der Getränkebranche. Er versteht sich als Mentor, Impulsgeber, kreativer Kopf und Katalysator zur Umsetzung von Ideen, Strategien und Konzepten.

Kontakt:

klenk@konzeptservice.info, Tel +49 (0)791 4 74 41

TEILNEHMER INVESTITION

Die Teilnahmegebühr für das komplette Trainingsprogramm beträgt:
Pro Trainingsblock je 2 Tage 1.475 € = gesamt 2.950 € pro Teilnehmer
Das Praxistraining ist nur en bloc = Trainingsblock A und B buchbar
Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Darin enthalten sind:

- Tagesverpflegung • Seminarunterlagen • Teilnehmerurkunde
- Die Hotelbuchung und Zahlung der Übernachtung erfolgt durch die Teilnehmer in Eigenregie.

Trainingstermine und -Orte:

Trainingsblock A: 02./03. April 2019 Hünfeld / Fulda
Trainingsblock B: 14./15. Mai 2019 Ilshofen / Crailsheim

Veranstalter:

KONZEPT & SERVICE marketing + eventmanufaktur GmbH
Im Häuslesäcker 8 · 74538 Rosengarten
Telefon +49 (0) 791 47 441 · Fax +49 (0) 791 47 442
www.konzeptservice.info
E-Mail: kontakt@konzeptservice.info



SEMINARBUCHUNG:
Online downloaden unter
[www.konzeptservice.info/
workshops](http://www.konzeptservice.info/workshops)

TRAININGSBLOCK A – 2 TAGE

Professionelle Methoden und Tools zur strategischen und langfristigen Kundenentwicklung

Den Handel kennen und verstehen

Der Handel heute und sein Umfeld, Trends und Veränderungen im Handel
Bedarfe und Entscheidungswege im Handel
Aufgaben und „Zwänge“ des Einkäufers / Category Managers auf der Handelsseite
Anforderungen des Handels an seine Ansprechpartner aus der Industrie

Konsequenzen für die Getränkebranche

Warum Key Account Management?
Ziele, Aufgaben und Strukturen im Key Account Management
Methoden und Tools im Key Account Management

Aktuelle Trends und Entwicklungen in der Getränke-Branche

Was bedeuten diese für den Handel, den Einkäufer, den Category Manager?
Was bedeuten diese für die Arbeit des Key Account Managers in den Handelszentralen?

Die 5 Stufen eines erfolgreichen Key Account Managements

Analyse .. Planung .. Umsetzung .. Koordination .. Controlling ..
Definition der richtigen Schwerpunkte .. Steuerung der Prozesse ..

Category Management

Kategorie-Rollen und -Strategien in der Warengruppe Getränke

Strategien des Handels und der Getränkehersteller

Marketing-Mix-Instrumente der Getränkehersteller
Handelsmarketing-Mix-Instrumente des Handels
5PplusS© - Konformitäten .. Konvergenzen .. Kollisionen ..

Steuerungs-Kennzahlen des Handels

Welches sind die wesentlichen Kennzahlen?
Warum muss ein Key Account Manager diese kennen und damit umgehen können?

Professionelle Tools und Methoden für eine erfolgreiche Kundenentwicklung

Der Strategische Key Account Planungs- und Umsetzungsprozess - SKP©
Informations-Pool .. Analyse der Kunden-Strategie (Bereich Getränke) .. SWOT-Analyse ..
Erkennen und Ausschöpfen von Potenzialen .. Maßnahmenplanung ..
Evaluierung der Maßnahmen .. Priorisierung .. Strategie- und Umsetzungsplan ..

Kompetenz-Profil des Key Account Managers

Die 4 Kompetenz-Felder: Wo liegen die relevanten Anforderungen im Key Account Management?
Analyse der Kompetenzfelder: Stärken – Schwächen – Potenziale
Maßnahmen zur Weiterentwicklung

DIE ZIELGRUPPE

Das Praxis-Training wurde für Unternehmer und Mitarbeiter aus der Getränkebranche entwickelt, die verantwortlich Key-Account-Kunden im Handel und/oder dem GFGH betreuen.

- Key Account Manager
- Verkaufsleiter mit Kundenverantwortung
- Inhaber oder Geschäftsführer, die selbst Key-Account-Kunden betreuen
- Mitarbeiter im Innendienst, die in die Betreuung von Key-Account Kunden eingebunden sind.

TRAININGSBLOCK B – 2 TAGE

Professionelle Verhandlungs- und Jahresgesprächsführung

Grundlagen und Voraussetzungen erfolgreicher Gesprächs- und Verhandlungsführung

Die 8 Phasen einer Verhandlung
6 Regeln für eine erfolgreiche Verhandlung
Grundlagen einer professionellen Vorbereitung

Abgrenzung Verhandlungen versus Jahresgespräche

Der Handelspartner

Die Rolle des Lieferanten insgesamt und spezifisch im Jahresgespräch
Die Preis- und Konditions-Kalkulation des Handels
Wie bereitet sich der Einkäufer auf Verhandlungen und Jahresgespräche vor?

Professionelle Vorbereitung von Verhandlungen

Analyse .. Zieldefinition .. Vorgehensweise
Erarbeitung einer Strategie für eine Verhandlung oder ein Jahresgespräch
Ideal- und Ausstiegspunkt .. Messlatte .. Optionen und taktische Alternativen
Taktische Vorbereitung: Inhaltsebene - Prozessebene - Persönliche Ebene

Der Strategische Verhandlungsplan

Forderungen und Argumentation

Formulierung meiner Forderungen, wie begegne ich den Forderungen des Handelspartners?
Aufbau einer erfolgreichen (Gegen-)Argumentation
Umgang mit Gegenargumenten - Abbau von Einwänden, Erkennen und Auflösen von Vorwänden

Sach- und Beziehungsebene

Das „Gesprächsfeld“ des Verhandlungspartners kennen und nutzen
Die 4 Seiten einer Botschaft - Äußerung und Innerung - Empfänger orientierte Kommunikation

Verhandlungs-Strategie und Taktik

Umsetzung der definierten Strategie und Taktik in der Verhandlung
Einsetzen von Alternativ-Strategien und -Taktiken
Taktiken und Tricks meines Verhandlungspartners: Kennen - Erkennen - Reagieren

Verhandlungsstil

Erkennen und Analysieren des Verhandlungsstils meines Verhandlungspartners
Situatives Steuern meines Verhandlungsstils

Typologie und Verhandlungsführung

Die eigene und die Typologie meines Verhandlungspartners
Zusammenhang zwischen Typologie und Verhandlungsstil und -führung
Bessere Verhandlungsführung durch Kennen der Typologie meines Verhandlungspartners

TRAININGS-SPEZIAL – DIE BESONDERHEITEN
Talkshop und Live-Feedback mit dem Handelsprofi und ehemaligen Kaufland-Manager Frank Lehmann:
• Key Account Management aus Sicht eines Handels-Profi • Wie erlebt der Handel die Key Account Manager aus der Getränkebranche?
• Was erwartet der Handel heute von einem Key Account Manager? • Warum sind Key Account Manager mehr oder weniger erfolgreich?
• Wo liegen aus Sicht des Handels die Erfolgsfaktoren im Key Account Management?
• Was sind die größten Fehler, die heute im Key Account Management gemacht werden und wie kann ich diese vermeiden?
• Erfahrungsaustausch zu Praxis-Situationen in Key-Account Verhandlungen
• Gemeinsame Verhandlungs-Analyse, Bewertung und Tipps zur Optimierung

FRANK LEHMANN:

Frank Lehmann ist ausgewiesener Handelsexperte. Nach Stationen als Handelsmanager bei Rewe, Edeka und Karstadt führte ihn sein Weg 1992 zur Unternehmensgruppe Schwarz. Nach 15 jähriger Tätigkeit im Vorstand der Unternehmensgruppe zuletzt als Vorstandsvorsitzender der Kaufland Stiftung verließ er 2016 das Unternehmen und widmet sich dem Aufbau seiner eigenen Firma Retail Profiling, die u.a. den Blog: www.supermarkt-inside.de betreibt.

