



## MANAGING STRATEGIC ACCOUNTS® (MSA)

### WORKSHOP BESCHREIBUNG

**Managing Strategic Accounts™** unterstützt Account-Teams bei der Entwicklung eines umfassenden Account-Planes. Der Fokus des Workshops ist darauf ausgerichtet, den Kunden in seinem Geschäft erfolgreicher zu machen und dadurch die eigenen Ziele zu erreichen.

Die Teilnehmer gewinnen ein besseres Verständnis des Geschäftes ihres Kunden und unterziehen ihre heutige Position beim Kunden einer kritischen Analyse. Auf dieser Basis entwickeln die Account-Teams für die nächsten ein bis zwei Jahre eine Strategie zum Ausbau der Geschäftsbeziehung.

### WER SOLLTE TEILNEHMEN ...

Der Workshop ist auf die Teilnahme vollständiger Account-Teams ausgelegt, wobei alle Funktionen eingeschlossen sind (Verkauf, Leistungserbringer, Kundendienst). Im Workshop werden Mitarbeiter aus unterschiedlichen Organisationseinheiten mit dem Ziel zusammengebracht, einen umfassenden Plan für die Entwicklung der Beziehung zu ihrem gemeinsamen Kunden zu erarbeiten.

### WORKSHOP ZIELE

- **Geschäftsmöglichkeiten aufdecken** – durch tieferes Verständnis des Geschäftes des Kunden
- **Kundennutzen optimieren** – durch Fokussierung auf die Ziele des Kunden
- **Folgegeschäfte sichern** – durch Steigerung der Kundenzufriedenheit
- **Synergien besser nutzen** – dadurch, dass alle die gleiche Sprache sprechen
- **Gemeinsamer Account-Plan** – durch Einbezug des gesamten Teams in den Planungsprozess
- **Management-Unterstützung** – um Ressourcen für die Umsetzung sicherzustellen
- **Marktanteil steigern** – durch systematische Kundenentwicklung

### WORKSHOP INHALT

- Anwenden einer teamorientierten Methode zur Entwicklung der Kundenbeziehung
- Analysieren der eigenen Position und der des Wettbewerbs
- Verstehen der Ziele und kritischen Erfolgsfaktoren des Kunden
- Neue Geschäftsmöglichkeiten identifizieren und bestehendes Geschäft ausbauen
- Entwickeln einer Vision und bestimmen von Massnahmen zur Zielerreichung
- Den Kunden bei der Erarbeitung des Entwicklungsplans einbeziehen
- Vertiefen der Beziehung zu Schlüsselpersonen beim Kunden

### DAUER

Das vollständige Programm besteht aus einem eintägigen Kick-Off, gefolgt von einem zweitägigen Workshop zur Account-Planung etwa sechs bis acht Wochen später.

### VORBEREITUNG

Vor dem Kick-Off nehmen die Account Manager an einem telefonischen Briefing teil, um sicherzustellen, dass alle benötigten Informationen vorhanden sind und dass die richtigen Personen zum Workshop eingeladen werden.