



KEY ACCOUNT MANAGER

OPIS

Odvisno od tega kateri raziskavi verjamete ali iz katere industrije izhajate, je pridobivanje novih strank kjerkoli med 5x do 25x dražje kot ohranjanje obstoječih. Če niste prepričani o izjemnem pomenu ohranjanja strank, razmislite o raziskavi F. Reichhelda (Bain & Company), ki kaže, da izboljšanje stopnje ohranjanja strank za 5 % poveča profit za 25 - 95 %!! (A. Gallo, The Value of Keeping the Right Customers, Harvard Business Review, okt. 2014)

Skrb za ključne stranke je strateško še pomembnejša!

Katerih kupcev si ne morete privoščiti izgubiti? Kako do njih sistematično pristopiti, da ohranimo obojestransko zadovoljstvo, dolgoročen odnos in s tem našo konkurenčno prednost?

Razlikujte se od konkurence in povečajte svojo vrednost v očeh vaših najpomembnejših kupcev s ciljanim in sistematičnim pristopom. Pridobite in poglobite pomembna znanja ter orodja na izobraževalnem programu.

Program sestavljajo:

- tri intenzivne interaktivne delavnice, ki trajajo 5 do 6 pedagoških ur,
- knjiga,
- interaktivni e-seminar
- in dostop do spletne učilnice, kjer se nahajajo vsa gradiva in pomembne informacije o poteku izobraževalnega programa.

Komu je program namenjen?

Skrbnikom ključnih kupcev (Key account managerjem), vodstvenim sodelavcem in sodelavcem s področja marketinga in prodaje, ki želijo doseči drastično izboljšanje odnosa z večjimi oz. ključnimi strankami in tako izgraditi ter ohraniti dolgoročne in uspešne odnose, s tem pa povečati promet.

Kaj stranke pravijo:

- »Še posebej sem bila zadovoljna s skupinskimi delavnicami in konkretnimi seznammi vprašanj, predlogov, izmenjavo mnenj; s komunikacijo s podzavestjo – zelo dobro.«
Mojca Vrh Žgur, komercialist – KAM, Pivka perutninarstvo d.d.
- »Odlični predavatelji, sproščeno vzdušje, manjša skupina, ki lahko interaktivno sodeluje.«
Dejan Povoden, direktor prodaje, TMI Košaki d.d.
- »Še posebej sem bila zadovoljna z izbiro predavateljev; njihova energija je bila top!«
Irena Sojer, vodja logistike, Prigo d.o.o.
- »Prepoznava različnih potreb udeležencev in prilagoditev tematike konkretnim izzivom posameznika/skupine, skupinske naloge s predstavitvijo dobrih praks, predlogov konkretnih izboljšav, dodatni komentarji, dostopnost predavateljev tudi v odmorih in zavzetost ... so resnično pomagali udeležencem razumeti problematiko in jih

motivirali na poti do izboljšav, sprememb.«

Barbara Moškrič, direktorica, IBIS T3, Barbara Moškrič s.p.

- »Zame je bil to prvi izobraževalni program za Key account managerja in vse pohvale vsem trem predavateljem, seveda tudi organizatorju.«

Nuša Štrucl, key account manager/HoReCa, Radenska d.o.o.

- »Hvala za vašo informacijo! Vsekakor je izobraževanje zame bilo zanimivo. Nekaj metod bom uporabil tudi v praksi. Verjamem da bodo uspešne. Se vidimo ob priložnosti!«

Branko Bračič, komercialist, Prangl d.o.o.

- Tematsko obarvana srečanja bodo potekala v obliki treh intenzivnih interaktivnih delavnic v sproščenem vzdušju. Zaradi omejenega števila udeležencev delavnice omogočajo učinkovitejše delo, odprto komunikacijo s predavatelji in izmenjavo izkušenj s kolegi iz stroke.
- Delavnice trajajo 5 pedagoških ur. Podrobno se boste spoznali s tematiko in odgovorili na vprašanja, ki se vam porajajo v praksi. Na vsaki delavnici boste prejeli tudi pripadajoče seminarsko gradivo.
- Knjigo, katero boste še dodatno nadgradili svoje znanje, in je namenjena samostojnemu študiju, boste prejeli na prvi delavnici.
- Do interaktivnega e-seminarja in študijskega e-gradiva boste dostopali preko spletne učilnice. Vaše dostopne podatke boste prejeli v posebnem elektronskem sporočilu na vaš elektronski naslov.
- Spletna učilnica je vaš vir vseh informacij o poteku izobraževalnega programa, zato predlagamo, da jo redno obiskujete. V spletni učilnici se nahajajo obvestila, urniki in gradiva izobraževalnega programa.
- Dostop do spletne učilnice boste imeli omogočen še tri mesece od zaključka izobraževalnega programa.
- Ob zaključku programa boste prejeli certifikat Key account manager/Skrbnik ključnih kupcev v slovenskem in angleškem jeziku, kot potrdilo o uspešno zaključenem izobraževanju.

Koristi

Udeležba na programu vam omogoča, da boste:

- vedeli, kako zastaviti individualne strategije za vaše ključne (strateško pomembne) kupce,
- povečali lojalnost vaših ključnih kupcev in dolgoročno stabilizirali odnose,
- izdelali lasten načrt za Key Account Management (KAM),
- z novim oz. osveženim pristopom do ključnih kupcev pridobili pomembno konkurenčno prednost,
- dobili odgovore na vaša konkretna vprašanja,
- izmenjali izkušnje iz prakse ter se povezali s kolegi iz stroke!

Vsebina

Študijsko e-gradivo: Komunikacija v prodaji

Polona Zupančič, dostop do e-gradiva boste imeli omogočen preko spletne učilnice

- O »močnih« besedah in prepričljivih argumentih
- Vrednote podjetja in prodajna komunikacija
- Napotki za suveren nastop
- Prepoznavanje kupčevih motivatorjev
- Proaktivna prodaja – kako ponuditi več?
- Upravljanje ugovorov in argumentiranje cene
- Pravi trenutek za sklenitev prodajnega posla
- Štiri uspešne tehnike sklenitve posla

06.05.2020 -

Delavnica: KAM v praksi podjetja – kako ga izvajamo in kaj lahko izboljšamo

mag. Primož Hvala, od 9.00 do 13.15

- Kaj je bistvo Key Account Managementa: Kaj je resnični cilj KAM? To ni, da bi delali z manj strankami več časa. Postavite KAM, da boste povečali prodajo in izboljšali konkurenčno pozicijo pri ključnih strankah.
- Koncept Key Account Managementa v 5 korakih: Ključni vidiki KAM, ki jih moramo definirati in postaviti, da bi dosegli zastavljene cilje. Kako nam KAM pomaga pri cross/up sell.
- Buying center Analysis – obvladovanje stranke: Naučimo se uporabljati praktično orodje za analizo in obvladovanje

svojih ključnih strank. Z njim boste obvladovali stranke veliko bolje od vaših konkurentov.

- Evaluacija lastnega KAM in načrt potrebnih sprememb: KAM Audit – vsak udeleženec bo naredil evaluacijo lastne prakse KAM in identificiral kaj je potrebno spremeniti oz. si pripravil načrt prvih ukrepov.
- Najpogostejše napake in kako se jim izogniti: Pregled, kje v praksi delamo največ napak – zato, da jih udeleženci ne bodo ponavljali oz. jih bodo nehali delati.

Interaktivni e-seminar: Time management

Polona Zupančič, dostop do e-seminarja boste imeli omogočen preko spletne učilnice

- Upravljanje časa – ne on vas
- Doseganje ciljev – začnite takoj
- Priprava prožnega urnika
- Vzpostavljajte ravnovesje med poklicnim, družinskim in osebnim življenjem

13.05.2020 -

Delavnica: Metrike KAMa – kako spremljati in meriti uspešnost vašega dela

Benjamin Nikl, od 9.00 do 13.15

- Kaj je KAM: Danes ali prihodnost? Problemi ali priložnosti? Definiramo naloge in cilje KAM ekipe in strateški pristop za danes ter predvsem za prihodnost.
- Kakšna je strategija našega kupca: Vsak udeleženec prinese definirano strategijo svojega kupca. Na primerih pogledamo, ali res poznamo kupčevo strategijo in kako definirati svoje korake skladno s tem.
- Eskalacijski načrt KAM: postavitve komunikacijskega načrta KAM ekipe ter letnega roadmapa članov KAM ekipe.
- Kaj in kako prodati skozi KAM ekipo: Obravnava dveh primerov – kako prodajati kupcu rešitve in kako prodati projekt le skozi ceno

Knjiga: Zbudi prodajalca v sebi – kako premagati sebe in prodati

Matjaž Kovačič, knjigo prejmete na prvi delavnici

- Kako prodaja vpliva na življenje posameznika, podjetja in zakaj mnogi sovražijo prodajo
- Nasveti TOP prodajalcev o tem, kako premagati lastna omejujoča prepričanja o prodaji
- Skrivnosti o prodaji, ki vam jih do sedaj niso povedali in zaradi katerih so še zmeraj danes mnogi neuspešni pri svojem delu
- Kaj je ZDRAVA prodaja in kateri so ključni koraki, ki jih naredijo TOP prodajalci

20.05.2020 -

Delavnica: KAM v akciji - kako biti res dober, kako preseči ovire in kako implementirati nova znanja

Matjaž Kovačič, od 9.00 do 13.15

- Katere so ključne lastnosti dobrega skrbnika ključnih strank? Rezultati vseslovenske psihološke analize prodajalcev. Katere so ključne osebnostne lastnosti in veščine za uspešno izvajanje nalog skrbnika ključnih strank? Kaj narediti, če jih nimam/o?
- Kaj nam stoji na poti k uspehu? Razumevanje osnov komunikacije in psihologije kupca. Odkrivanje lastnih blokad, slabih navad in praks, ki dnevno blokirajo naš uspeh.
- Akcijski načrt! S pomočjo informacij iz prvih dveh dni, postavljanje ciljev in poti do njihove uresničitve. Sestava akcijskega načrta, kako bomo nova znanja spravili v življenje.
- Povzetek tridnevnega druženja. Pregled novih spoznanj in zavez. Analiza vmesnega uspeha in popotnica za naprej.

ZAKLJUČEK:

- Med delavnicami boste prejeli dodatne naloge, ki jih boste pripravili do naslednjega srečanja. Na zadnji delavnici

boste skupaj sestavili tudi akcijski načrt za implementacijo novih znanj v prakso.

- Vsi, ki se boste udeležili interaktivnih delavnic, opravili domače naloge ter sestavili akcijski načrt za naprej, boste prejeli tudi certifikat
- Key account manager/Skrbnik ključnih kupcev v slovenskem in angleškem jeziku, kot potrдіlo o uspešno zaključenem izobraževanju.

AVTORJI

Benjamin Nikl

Večni optimist, ki išče želi s svojim delom vedno maksimirati doprinos poslovnemu subjektu, družbi, ekipi ali posamezniku. Zavesten, da je doprinos tudi medčloveška rast, optimizacija procesa, izboljšana komunikacija, hitrejša in lažja dostopnost podatkov, se podaja vedno znova v odkrivanje novih pristopov, a hkrati živi načelo, da je vsak posel (B2B, B2C in vse te različice) na koncu izkušnja človeka do človeka. Jadra po komercialnih vodah vse od nabave vijaka, preko Tier1, 2, 3 (odelo, SMR, Vibracoustic, Visteon, Automotive Lighting, Methode Electronics, Continental, Anvis, Zeiss), pa do OEM kupcev (Daimler, Volkswagen, Audi, Škoda, BMW, Chrysler, General Motors, CHN, Bosch, Miele, Hilti) in tudi izdelkov široke potrošnje. Teoretična znanja podkrepi z izkustvenim faktorjem in svoje ekipe vedno poizkusi zgraditi tako, da sestavljeni karakterji, izkušnje in znanja na dnevni bazi izzivajo in dopolnjujejo pot do uspeha. Znotraj prodajnih ekip pa stavi na odkritost, zaupanje, strokovno in izkustveno znanje, radovednost in eksperimentalnost.

mag. Primož Hvala

Mag. Primož Hvala pri svetovalnem delu kombinira znanja in izkušnje s treh področji – trženje, prodaja in HR. Vsebinska področja njegovih projektov so povečevanje poslovne in prodajne učinkovitosti, implementacija poslovnih sprememb v prodajno mrežo, coaching vodjem prodaje, evaluacija in razvoj vodstvenega ali prodajnega potenciala posameznikov. V zadnjem obdobju je izvajal svetovanje in prodajne treninge za BMW Slovenija, Elektro Primorska, Plastika Skaza, Peugeot, Citroen, Iveco, Generali, Bayer, KD Skladi, Unistar PRO, Steklarna Hrastnik, LifeClass... Mag. Primož Hvala je avtor številnih dogodkov, med drugim prodajne konference Sales Summit, SMK, FMCG konference Prodaja na policah, Izvoznih fokusov, Marketing Summit.

Matjaž Kovačič

Matjaž se je z željo pomagati posameznikom, podjetnikom in podjetjem pri izboljšanju prodajnih rezultatov v svetovalni posel podal iz gospodarstva. Zato so v njegovih nasvetih in prijemih vsebine, ki jih vsakodnevno uporabljajo tako velika (Elektro Primorska, NLB,...), srednje velika (Intersocs, Hyubdai, HRC,...) kot mala podjetja (Bial, Jordan, Nanobiz Protect...) in vedno večje število startup organizacij in podjetij (Tovarna podjetmov, Kočevski inkubator, Cene Štupar, Job-express,...). Vsebinsko je poudarek na standardizaciji postopkov, psihološki pripravi prodajalcev in razumevanju kupcev in s tem povečanja uspešnosti in učinkovitosti prodajnih ekip, upravljanju prodaje in napovedovanju prihodkov. Svoj pogled na prodajo je leta 2016 združil v prvcu Zbudi prodajalca v sebi.

SPLOŠNI POGOJI

IZOBRAŽEVALNI PROGRAMI

Kotizacijo je po prejemu predračuna treba poravnati najmanj tri dni pred izvedbo programa. Za proračunske porabnike veljajo plačilni pogoji v skladu z zakonodajo o javnih plačilih. Pisna odpoved udeležbe je mogoča do deset delovnih dni pred izvedbo programa, pri čemer vam zaračunamo stroške administracije v višini 20 % kotizacije; v primeru kasnejše odjave vam kotizacijo zaračunamo v celoti. Lahko pa se programa udeleži drug udeleženec. Odpoved udeležbe zaradi bolezni je mogoča le s predloženim zdravniškim potrdilom. Pridržujemo si pravico do odpovedi – v tem primeru kotizacijo povrnemo v celoti. S pisno prijavo na izobraževanje sprejemate ta določila in splošne pogoje.