

Key Account Leadership

So führen Sie Ihr KAM-Team und das Buying Center zur offenen, vertrauensvollen und ko-kreativen Partnerschaft.



Key Account Leadership

So führen Sie Ihr KAM-Team und das Buying Center zur offenen, vertrauensvollen und ko-kreativen Partnerschaft.

Die Digitalisierung und der Kulturwandel zur Agilität und Selbstorganisation eröffnen neue Chancen, die mit dem klassischen Modell des Key Account Management nicht mehr erfüllt werden können. Die strenge Differenzierung der Verantwortungsbereiche in der Entwicklung, im Marketing und Vertrieb sowie zwischen Innendienst und Außendienst ist nicht mehr zeitgemäß. Die veränderten Kundenanforderungen und die Entwicklung innovativer und nachhaltiger Lösungen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit erfordern ein Alignment aller Verantwortungsbereiche.

Viele Unternehmen haben erkannt, dass die Abgrenzung von Verantwortlichkeiten zum Silodenken führt und das Alignment der Ressourcen auf die wirtschaftlichsten und strategisch wichtigsten Key Accounts erschwert. Mit dem neuen Ansatz des Key Account Leadership richtet sich der Blick auf die Formierung und Führung eines interdisziplinären und agilen Selling Centers, das sich als Powerteam versteht und sich gegenseitig unterstützt, Top-Projekte zu gewinnen und sich als Wertschöpfungspartner zu positionieren.

Key Account Leadership richtet sich sowohl an die Führungsebene (Head of KAM) als auch an die operative Ebene der Key Account Manager, die ihre Kompetenzen zur Führung interdisziplinärer Teams erweitern möchten und zur Transformation selbstorganisierter Strukturen beitragen möchten.

Das Key Account Leadership ist nicht Ersatz, sondern als Ergänzung zum Key Account Management zu verstehen. Das bewährte Key Account Management mit den Dimensionen *Ziele, Strategien, Strukturen, Planung, Prozesse und Lösungen* kann nahtlos integriert werden.

Die neuen Dimensionen des Key Account Leadership unterstützen den kulturellen Wandel zu mehr Agilität, Kundenzentrierung und Selbstorganisation für die zukünftige Arbeitswelt. Sie beinhalten die Entwicklung einer von Offenheit und Vertrauen geprägten *Kultur* und einer *Führung*, die interdisziplinäre Teams motiviert und zur Collaboration inspiriert, um das bürokratische und auf Barrieren orientierte Denken und Handeln zu überwinden.



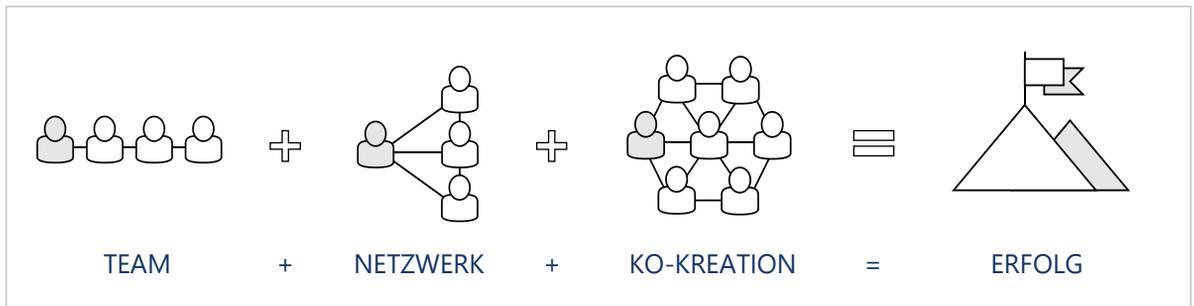
Bild 1: Vergleich der Dimensionen GAM und GAL

Das von Agility Work konzipierte Key Account Leadership unterstützt Head of KAM und Key Account Manager in folgenden Bereichen:

1. Ein agiles Selling Center zu formieren und zu führen, das intrinsisch motiviert ist, Projekte zu gewinnen und nachhaltige Geschäftsbeziehungen zu gestalten
2. Ein Netzwerk zwischen dem Selling Center und dem Buying Center aufzubauen, das nicht nur alle Entscheider-Ebenen beinhaltet, sondern eine vertrauensvolle Zusammenarbeit ermöglicht.

- Ein Commitment des Top-Management zu erhalten, um über eine ko-kreative Zusammenarbeit passgenaue Lösungen zu entwickeln, die für beide Seiten höhere Wertschöpfungen ermöglicht.
- Die Ko-Kreation gestalten, managen und zum Erfolg führen.
- Das Unternehmens als Partner zu positionieren, der die Bedürfnisse der Key Accounts versteht und zum Wachstum und zur Wertschöpfung einen hohen Beitrag leistet.
Dies ermöglicht eine große Barriere für Wettbewerber, die sich über den besseren Preis positionieren.

ERFOLG ist die Summe aus TEAM, NETZWERK und KO-KREATION



Das Team

Die Zusammenarbeit eines interdisziplinären Teams und dessen Unterstützung ist einer von den drei zentralen Erfolgsgaranten. Insbesondere die Top-Performer wissen, dass sie als Einzelkämpfer kaum Chancen hätten, ihre Key Accounts von den Leistungen, vom Service, der Innovationskraft und letztlich auch vom Willen zur langfristigen Zusammenarbeit zu überzeugen. Sie nutzen die Teamkompetenzen in weitaus höherem Maße als ihre Kollegen. Durch Leadership und Kommunikation auf Augenhöhe sowie durch die höheren Erfolgsquoten ist das Team stets hoch motiviert, die Projekte gemeinsam zu gewinnen und die Erfolge zu feiern.

Das Netzwerk

Der Aufbau eines Netzwerkes zu den Entscheidungsträgern des Key Accounts ist eine zentrale Aufgabe des Key Account Management und wird durch die Sales-Strategie unterstützt. Der wahre Erfolgshebel entsteht, wenn auch auf den Top-Entscheider-Ebenen persönliche Beziehungen aufgebaut werden, die auch die Fragen nach den strategischen Zielen und nach der Höhe des Budgets zulassen und beantworten.

Die Ko-Kreation

Durch Ko-Kreation erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit zur Entwicklung passgenauer und *einzigartiger Lösungen*, die von Ihren Wettbewerber nicht kopiert werden kann. Durch das *Investment* des Key Account in die Lösung wird es auch für ihn schwieriger, sich dagegen zu entscheiden. Schließlich erhöht sich durch die Partizipation auch das *Vertrauen* in die Funktionalität und Wertschöpfung der Lösung.

Der Erfolg

Wenngleich alle Dimensionen des Managements und Leadership zielführend sind, sind drei Dimensionen erfolgsentscheidend: Das **Team**, das **Netzwerk** und die **Ko-Kreation** zur Entwicklung passgenauer und einzigartiger Lösungen. Alle anderen Dimensionen können als Unterstützungsprozesse angesehen werden.

Zu den Metriken für den Erfolg gehört eine positive Bilanz der Wertschöpfung für alle Partner und Stakeholder, die zukünftige Zusammenarbeit fördert, gesundes Wachstum ermöglicht und nachhaltige Lösungen produziert.

Das Gesamtsystem

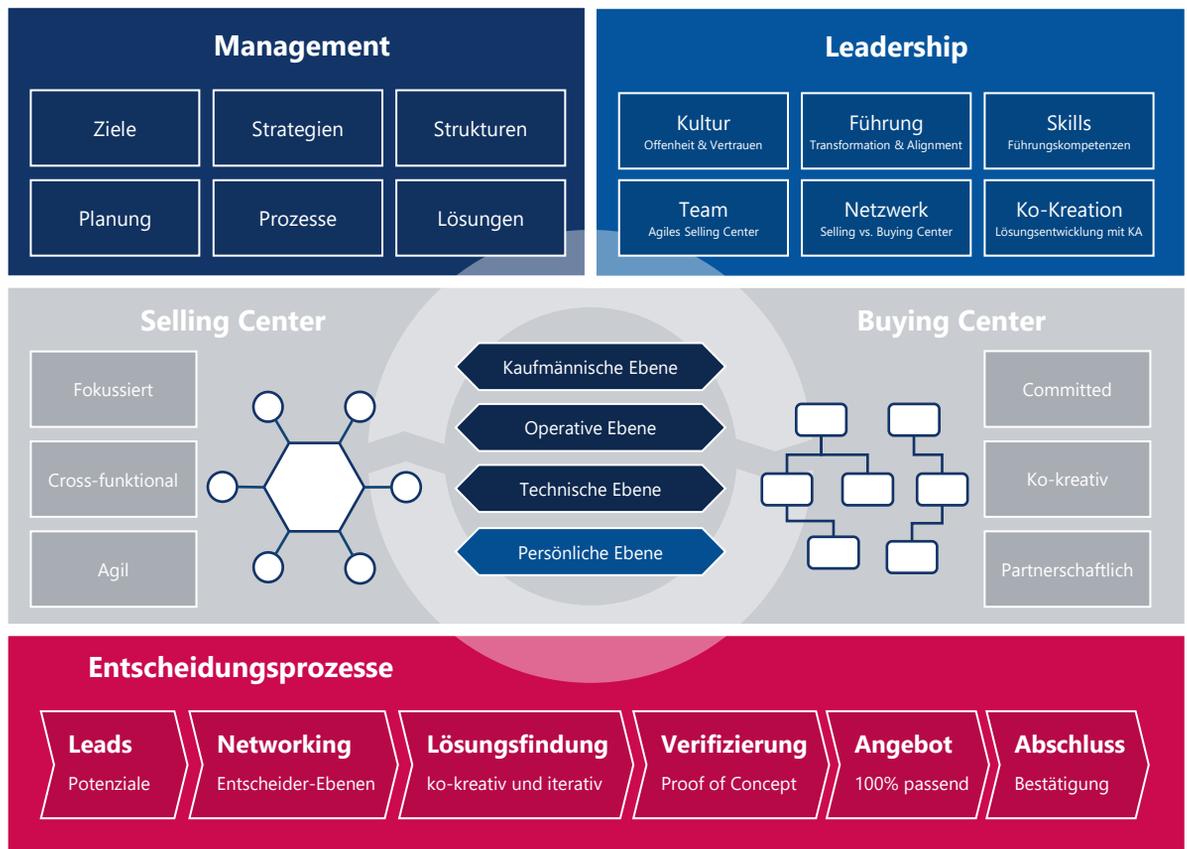
So führen Sie Management und Leadership als System

Management und Leadership ergänzen sich zu einem Gesamtsystem. Hierbei ist es entscheidend, beide Bereiche gleichermaßen zu priorisieren, damit Synergien entstehen können. Durch die Synergie aus Management und Leadership eröffnen sich enorme Potenziale, insbesondere für Key Account Manager, die bisher noch kein „Rezept“ hatten, die Erfolge ihrer Top-Kollegen zu erreichen. Die Ausbildung zum Key Account Manager fokussierte sich bisher auf die Management-Themen. Die Sales-Prozesse werden vorwiegend auf technischer und operativer Ebene

geführt mit dem Resultat, dass ein großer Anteil der Projekte auf der kaufmännischen Ebene scheitern und Wachstumspotenziale verhindern.

Jede Einschätzung des Key Account Managers, dass Projekte am Preis scheitern, offenbart die verlorenen Chancen und die Potenziale, die sich durch ein Netzwerk zu allen Entscheider-Ebenen des Buying Centers sowie einer auf Vertrauen basierten Zusammenarbeit und Ko-Kreation eröffnen.

Management- und Leadership-Modell für profitable und nachhaltige Geschäftsbeziehungen



Transformation und Training

Themenbereiche

- Wie Sie die Rolle des Key Account Managers um den Faktor Leadership erweitern und eine ko-kreative Zusammenarbeit zwischen Selling Center und Buying Center gestalten und führen.
- Wie Sie Ihr Unternehmen als strategischer Partner positionieren und dadurch einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil schaffen.
- Wie Sie das volle Vertrauen und die Unterstützung des gesamten Buying Centers in Ihre Lösung gewinnen, die eine höhere Wertschöpfung verspricht und den Mehrpreis gegenüber dem Wettbewerb rechtfertigt.

Transformation

Veränderung beginnt im Kopf: Head of KAM und Key Account Manager benötigen eine Vision, einen Purpose und einen Plan, damit sie eine persönliche und eine organisatorische Transformation anstoßen können. Die Transformation erfolgt als iterativer Lern- und Entwicklungsprozess, der ihnen und ihren Teams die nötige Agilität gibt, die Metriken, das Key Account Management System und die Ressourcen den sich veränderten Bedingungen und Chancen anzupassen.

Die sechs Bereiche der Transformation:

Vision: WAS du verändern willst.

Purpose: WARUM du dich verändern willst.

Planung: WO du Wertschöpfungen erreichen willst.

Metriken: Nach WELCHEN Kriterien du den Erfolg messen willst.

System: WIE du Veränderungen gestalten willst.

Ressourcen: WER dir dabei helfen soll und will.

UseCase Coaching

Das von Agility Work Team entwickelte Format UseCase Coaching ermöglicht eine Umsetzung in kleinen Schritten. Dies gilt sowohl für den Lernprozess als auch für die Umsetzung in die Praxis.

Durch regelmäßiges Feedback kann ein passgenaues Key Account Leadership entwickelt werden, das die Kultur des Unternehmens und die Veränderungsbereitschaft der Teams mit einbezieht.

Trainingsangebote

Kick-off-Workshop

Ziel: Kommunikation der Ist-Situation, der Bedarfe und Ziele sowie Kennenlernen des Modells.

Zielgruppe: Head of Key Account Management und Key Account Manager

Dauer: 4 h

Preis Remote-Veranstaltung: € 480,00

Preis Präsenz-Veranstaltung: € 960,00 zzgl. Fahrtkosten

UseCase Coaching

3-monatiges Programm zum Lernen, Gestalten und zum Wandel einer neuen Kultur der Zusammenarbeit innerhalb des KAM-Teams und gegenüber den Key Accounts.

Zielgruppe: Head of Key Account Management, Key Account Manager, Product Manager und Entwickler der Lösungen.

Dauer: 12 Wochen à 2 Stunden pro Woche

Preis Remote-Veranstaltung: € 2.400,00

Preis Präsenz-Veranstaltung: € 4.800,00 zzgl. Fahrtkosten

Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Individuell

Selbstverständlich erstellen wir auch individuelle Programme und Formate auf Anfrage.

Das Team

Wir sind Experten für Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit. Wir unterstützen Startups, KMUs, Mittelstand und Konzerne bei der Konzeption zur Digitalisierung und der Nachhaltigen Transformation. Wir ermöglichen:

1. Eine **Transformation in kleinen Schritten** entlang konkreter Anwendungsfälle, z.B. Key Account Leadership.
2. Einen effizienten und effektiven **Know-how-Transfer** aus Best Practices, wissenschaftlich fundierten Methoden und langjährigen Erfahrungen, um innovative Strategien, Strukturen und disruptive Lösungen zu entwickeln.
3. Eine **hohe Innovationsfähigkeit**, damit Kreativität, Neudenken und rechtzeitige Korrekturen während der Transformation aufrecht erhalten bleiben und die Veränderungen schnellen Return on Investment (ROI) bringen.



Prof. Dr. H. Georg Adlmaier-Herbst

Honorarprofessor und Scientific Director der Forschungsstelle Berliner Management Modell für die Digitalisierung (BMM) am Berlin Career College der Universität der Künste Berlin und Modulverantwortlicher für mehrere Executive-Lehrgänge an der Universität St. Gallen (Schweiz).

Entwickler des Berliner Management Modells für die Digitalisierung (BMM®).



Ulrike Gatz, B.A.

Studium Unternehmensmanagement an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, HNE, Expertin für nachhaltige Unternehmensführung, kulturelle Transformation, Führungskräfteentwicklung und Moderation.

Projektleitung des Formats UseCase Coaching (UCC) und UseCase Innovation (UCI).



Klaus Schein, Dipl.-Ing. (FH)

Co-Founder & CEO von Agility Work und Experte für Global Account Management und Key Account Management.

Entwickler des Key Account Leadership auf Basis von Best Practice Strategien, Humble Leadership von Edgar H. Schein und Peter A. Schein sowie des Berliner Management Modells für die Digitalisierung (BMM®) von Prof. Dr. D. Georg Adlmaier-Herbst.

Kontakt

Klaus Schein, CEO

E-Mail: klaus.schein@agilitywork.com

Tel.: +49 3334 4918250

www.agilitywork.com

 www.linkedin.com/in/klaus-schein/

Impressum

Agility Work GmbH
c/o Factory Berlin
Rheinsberger Str. 76/77
D-10115 Berlin

Veröffentlicht am 02.08.2021, © 2021 Agility Work® | Berlin

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Veröffentlichung darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert, gespeichert oder in irgendeiner Form oder auf irgendeine Weise elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen oder auf andere Weise übertragen werden.