

Konzeption und Aufbau einer internationalen Key Account Organisation

Zielgruppe

Eine immer stärkere Kundenkonzentration erforderte im Gesamtvertrieb eines B2B Nahrungsmittelherstellers eine international und auf industrielle Großkunden ausgerichtete KA-Organisation.

Inhalt

Nach dem Aufbau eines Teams von insgesamt 10 KAM galt es innerhalb der Gesamtorganisation des Unternehmens die erforderliche Unterstützung in den Bereichen Projektmanagement, Forschung und Entwicklung, Controlling und Produktion sicherzustellen, um den erhöhten Anforderungen der Kunden gerecht zu werden.

Umfang

Konzeption und Vorbereitung erfolgte in einem integrierten Team in einem Zeitraum von 3 Monaten. Die Umsetzungsphase dauerte 6 Monate.

Kundennutzen

Aufbau eines Key Account Geschäftsbereichs und Definition der Schnittstellen zur Gesamtorganisation. Analyse und Segmentierung aller relevanten Zielkunden und Entwicklung von kundenbezogenen Maßnahmeplänen. Training und Weiterentwicklung der Großkundenverkäufer zu Key Account Managern.