

Neuaufgabe: Spitzenleistungen im Key Account Management

Soeben ist das Standardwerk zum Key Account Management (KAM) in der vierten, umfassend aktualisierten Auflage erschienen. Dabei ist die Studie des Centers for Industrial Marketing zu «Key Account Management auf dem Prüfstand» stark berücksichtigt.

In der neuen Fassung wird das verbreitete St. Galler KAM-Konzept vereinfacht und der Tiefgang bei den folgenden Themen gesteigert:

1. **Leadership im KAM:** Abgeleitet aus dem Global Leadership Forecast 2018 werden fünf Führungskompetenzen für Verantwortliche im Key Account Management entwickelt. Ihre Rolle weitet sich immer stärker auf das Talentmanagement und die Personalentwicklung aus. Key Account Manager brauchen allerdings nicht nur Führung und Coaching, sondern auch Freiräume, um erfolgreich zu sein.
2. **Führung der eigenen Person:** Am anspruchsvollsten bleibt es, die eigene Person zu führen. Damit Key Account Manager über einen längeren Zeitraum Wirkung erzielen, stellt sich die Frage, wie sie sich selbst besser verstehen und die eigene Motivation fördern können.
3. **Agile Übergänge der Organisation ins KAM:** Die Einführung eines professionellen Key Account Managements beansprucht die knappe Zeit von Schlüsselpersonen, die sich in der Digitalisierung, im Marketing, im internationalen Vertrieb oder in innovativen Services engagieren. Als Alternative zu einem umfassenden Change werden agile Vorgehensweisen mit Teilschritten vorgestellt. Koordinationsmanagement nach innen und aussen ist für den Erfolg zentral.
4. **Einflüsse der Digitalisierung:** Plattformen werden zu mächtigen Key Accounts mit eigenen Spielregeln und die Standardisierung nimmt immer weiter zu. Die Digitalisierung ist ein Querschnittsthema, das alle Facetten des Key Account Managements betrifft. Es gilt deshalb, sich mit dem Einfluss der Digitalisierung auf die Wertschöpfung und die zukünftige Marktentwicklung auseinanderzusetzen. Die Covid-19-Pandemie gibt hier zusätzlich Schub.



Gespickt ist das Werk auch mit neuen Exkursen zu wichtigen Themen. Beispiele sind: Kundenprozesse – Verluste vom Potenzial des Kunden bis zum Auftrag mindern; «The next big thing» – grosse Potenziale bei Kunden erschliessen; Erfolge von Kundenprojekten steigern – Gewinner sein und nicht der Preis; Cross-Selling überwindet Distanzen. Zusammenfassend lohnt es sich, diese neue Auflage zu nutzen.

Bestellen können Sie die Neuaufgabe hier.

Belz, Ch./Müllner, M./Zupancic, D.: Spitzenleistungen im Key Account Management – Das St. Galler KAM-Konzept, 4. vollständig überarbeitete Auflage, München: Verlag Franz Vahlen 2021.

CiMsights – Neuste B2B Insights

Marketing und Vertrieb sind unsere Leidenschaft. Bleiben auf dem Laufenden zu aktuellen Entwicklungen im B2B-Geschäft: www.industrialmarketing.ch/insights.

Center for Industrial Marketing

Als Spin-off der Universität St. Gallen beraten wir Unternehmen aller Branchen bei der Konzeption, Optimierung und Realisierung innovativer Marketing- und Vertriebsansätze.

Kontakt

Möchten Sie mehr erfahren? Unsere Ansprechpartnerin Anna Lindenau hilft Ihnen gerne weiter.

Center for Industrial Marketing

Anna Lindenau

T: +41 71 310 00 70

E: anna.lindenau@industrialmarketing.ch

www.industrialmarketing.ch

