

Institut für Marketing



Universität St.Gallen

Kombinierbar  
zum CAS  
„Marketing- und  
Kundenmanagement  
im Business-  
to-Business  
Geschäft“



# Excellence in Key Account Management

*“From insight  
to impact”* 

Wertvolle Kunden im Fokus – Intensivseminar für Key Account Manager



# Mit Key Accounts die Zukunft gestalten

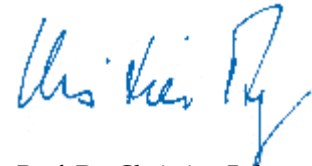
Ziel des Key Account Managements ist es, Kundenbeziehungen aufzubauen und langfristig in eine Win-win-Partnerschaft zu verwandeln. Wie dieses Ziel verwirklicht werden kann, wollen wir gemeinsam mit Ihnen im Intensivseminar „Excellence in Key Account Management“ erarbeiten. Das Seminar, das sich im deutschsprachigen Raum als anspruchsvolle Weiterbildung etabliert hat, stützt sich dabei auf das in jahrelanger Forschung entwickelte St.Galler KAM Konzept. Es bildet den Ankerpunkt der Weiterbildungsveranstaltung und vermittelt Ihnen eine umfassende Sicht auf das Thema.

Ausserdem bildet es die Grundlage zum Verständnis und zur Einordnung von Theorien, aktuellem Know-how und praktischen Werkzeugen, die Sie im Unternehmensalltag wirkungsvoll unterstützen.

In drei Blockveranstaltungen à drei Tagen setzen Sie sich intensiv mit der Koordination Ihrer eigenen Unternehmensaktivitäten sowie den Fähigkeiten und spezifischen Vorgehensweisen Ihrer Kunden auseinander. Die intensive Zusammenarbeit mit Seminarteilnehmenden, erfolgreichen Praktikern und ausgewiesenen Dozierenden ermöglicht einen nachhaltigen Erfahrungsaustausch in einer motivierenden Atmosphäre. So erzielen Sie einen hohen Nutzen für sich und Ihr Unternehmen.

Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einen Einblick in die Inhalte und Ziele des Seminars und stellen Ihnen die Profile der Seminarteilnehmenden und Referierenden vor.

Gerne stehen wir Ihnen für weitere Fragen oder eine vertiefende Beratung zur Verfügung. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!



Prof. Dr. Christian Belz  
Direktor  
Institut für Marketing  
Universität St.Gallen (HSG)

# Konzeption und Methodik

## Konzeption

Über einen Zeitraum von vier Monaten lernen Sie in drei Modulen à drei Tagen die Grundprinzipien der Bearbeitung strategisch bedeutsamer Kunden, entwickeln individuelle Kundenstrategien, trainieren systematische Analyse-, Planungs- und Controllingmethoden und übertragen praktische Erfolgsbeispiele auf das eigene Unternehmen. Es wird Ihnen eine **Roadmap** zur Verfügung gestellt, mit der Sie Ihre eigene Arbeit professioneller gestalten und die Optimierung des Key-Account-Management-Konzepts in Ihrem Unternehmen vorantreiben können. Mittels einer **Projektarbeit** lernen Sie, die vermittelten Erkenntnisse auf Ihr eigenes Unternehmen anzuwenden, was Ihnen als wertvolle Hilfe für die tägliche Arbeit dient.

## Methodik

Das Institut für Marketing an der Universität St.Gallen beschäftigt sich seit Jahrzehnten kritisch mit neuen Seminarinhalten und -methoden. Lern- und Veränderungsprozesse erfordern intensive Diskussionen und individuelle Reflexionen über die eigenen Konzepte und das persönliche Handeln. Unsere Seminare sind bewusst auf längere Zeiträume ausgerichtet, um eine eingehendere Auseinandersetzung mit den einzelnen Themen zu ermöglichen.

Entscheidend für den Seminarerfolg sind: Orientierung an der Realität der Märkte, Relevanz des Inhalts, kompetente Referierende, intensive Interaktion mit den Teilnehmenden und neue Ansätze für einen effizienten Lerntransfer in die Praxis. Die methodische Vielfalt in Form von Grundlagenvorträgen, Fallstudien-

bearbeitung, Praktikerreferaten, Verhaltenstraining, Gruppenübungen, Plenardiskussionen, Projektarbeiten und Abschlusstests gewähren einen optimalen Lernerfolg. Dem Lehrgang liegt ein dreistufiges Lernkonzept zugrunde mit einer Vorbereitungsphase (Erwartungen, Praxisprobleme und spezifische Vorstudien), einer Seminarphase (Aktivität im Lernprozess, Stellungnahme, Bewertung der Referierenden und Zusammenfassung) und einer Nachbereitungsphase (Studium, Überführung von Lernerfolgen in die Praxis). Die nachfolgende Abbildung skizziert das dreiphasige Lernkonzept:

1

### Vorbereitung

- Probleme der Praxis
- Ihre Erwartungen an die Seminarwoche
- Eigene Lernziele formulieren

2

### Seminar

- Stoffvermittlung durch
- Referate
  - Workshops
  - Fallstudien

3

### Nachbearbeitung

- Stoffverarbeitung und Selektion
- Fallstudien/Projektarbeiten
- Einführung von Neuerungen

### Abschluss

- Fachkompendium
- Fachliteratur
- Seminausweis
- Leistungsausweis
- Digitale Studienunterlagen

### Workshops/Projektarbeit

Key Account Management im Unternehmen  
Erfahrungsaustausch in der Gruppe

Das dreiphasige Lernkonzept

# Grundsätze unserer Weiterbildung

## **Einbezug der Teilnehmenden**

- Erfahrungen und Erwartungen der Teilnehmenden integrieren wir in unsere Schulung.
- Unsere Seminare unterscheiden sich nach Inhalten und Zielen und nicht nach Berufsgruppen oder Branchen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass eine Mischung von Branchen, Funktionen und Altersgruppen ein anregendes und effizientes Lernumfeld schafft.

## **Methodik des Seminars**

- Bei der Weiterentwicklung unserer Seminare berücksichtigen wir aktuelle inhaltliche und methodische Erkenntnisse der Erwachsenenbildung.
- Zusammen mit unseren Kooperationspartnern und den Referierenden koordinieren wir kontinuierlich die Lehrgangsmassnahmen. Die Lehrgänge werden regelmässig aktualisiert und um neue Erkenntnisse erweitert.
- Die Managementweiterbildung beruht auf einem humanistischen Lernkonzept (Ausschöpfung des persönlichen Entwicklungspotenzials der Teilnehmenden, Einbezug des Teilnehmenden als Person, Teilnehmende als Aktive im Lernprozess, Förderung der individuellen Stärken der Teilnehmenden usw.).

## **Transfer zwischen Theorie und Praxis**

- Dank unserer eigenen Forschung zum Thema „Key Account Management“ entwickeln wir die Lerninhalte kontinuierlich weiter und können sie an gegenwärtige und zukünftige Herausforderungen in Marketing und Beschaffung anpassen.
- Konzepte und Ideen orientieren sich an praktischen Problemstellungen und werden lösungsorientiert vermittelt.

# Nutzen und Inhalte

## Ihr Nutzen

Sie lernen die Grundlagen und Instrumente des modernen Key Account Management anhand des St.Galler KAM Konzepts kennen und trainieren die Entwicklung systematischer Lösungen anhand von aktuellen Unternehmensbeispielen. So erarbeiten Sie sich eine Basis für substanzielle Erfolge im Schlüsselkundenmanagement und stärken durch Ihre erworbenen Kenntnisse Ihre Position im eigenen Unternehmen. Der Austausch von Erfahrungen mit Gleichgesinnten hilft Ihnen, Ihr fachspezifisches Wissen weit über Ihr eigenes Arbeitsumfeld hinaus zu erweitern. Die Seminarunterlagen und die von den Teilnehmenden zu erarbeitende Projektdokumentation können nach der Weiterbildung direkt für die Key-Account-Bearbeitung eingesetzt werden. Zudem bereichern Leistungs- und Seminaerausweis den persön-

lichen Lebenslauf und stellen einen wichtigen Schritt in Ihrer beruflichen Laufbahn dar.

Das Intensivseminar „Excellence in Key Account Management“ vermittelt Ihnen das Konzept, die Prinzipien, Methoden und Tools für eine professionelle Bearbeitung strategisch wichtiger Kunden. Zudem unterstützt und motiviert es die Teilnehmenden, den individuellen Key-Account-Management-Ansatz im eigenen Unternehmen aktiv mitzugestalten und laufend zu optimieren.



Die Gruppen- und Einzelarbeiten zu aktuellen Themen sowie die Ausarbeitung der Transferarbeit zwischen den Modulen helfen, die Theorie zu verstehen und diese in die Praxis umzusetzen. Zudem hat mich die Fach- und Methodenkompetenz der Dozenten beeindruckt. Die teils kontroversen Diskussionen mit den Teilnehmenden und den Dozierenden aus allen Bereichen der Wirtschaft machen den Kurs lebendig und regen zum Querdenken bei der eigenen Arbeit an. Fazit: Sehr empfehlenswert!

Ives Mühlmann, Key Account Manager, Bossard AG



### Zweiter Seminarblock (jeweils im März und November)

- Die Verbindung zwischen Strategie, Massnahmen und Erfolgskontrolle
- Leistungen konfigurieren und Mehrwerte für Key Accounts schaffen
- Verhandlungsführung in schwierigen Situationen

### Dritter Seminarblock (jeweils im April/Mai und Dezember)

- Teamarbeit und Rollen im Key Account Management
- Der Key Account Manager im Spannungsfeld zwischen Zentrale und ausländischen Niederlassungen
- Management persönlicher Geschäftsbeziehungen

### Inhalte

Sie lernen anhand des St.Galler KAM Konzepts Schritt für Schritt die erfolgreiche Bearbeitung der Key Accounts und welche Voraussetzungen im Unternehmen geschaffen werden müssen, um einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu erreichen:

### Erster Seminarblock (jeweils im Januar/Februar und September)

- Kundenorientiertes Key Account Management nach dem St.Galler KAM Konzept
- Effektive und effiziente Analyse des Key Accounts und seines Umfelds
- Planung und strategische Optionen in der Key-Account-Bearbeitung



# Das St.Galler KAM Konzept

Strategisch wichtige Kunden, so genannte Key Accounts, müssen von Unternehmen mit besonderer Aufmerksamkeit behandelt werden. Erfolgreiches Key Account Management erfordert einen ganzheitlichen Ansatz in der Unternehmensorganisation und ein professionelles Vorgehen von den dafür verantwortlichen Personen.

Ohne schlüssige Systematik verschenken Unternehmen einen Grossteil der Potenziale des Schlüsselkundenmanagements oder setzen falsche Schwerpunkte. Das St.Galler KAM Konzept dient Ihnen als Leitfaden, um Ihre Key Accounts zu selektionieren, eingehend zu analysieren, kundenindividuelle Strategien abzuleiten, planvoll umzusetzen und so langfristige Win-win-Partnerschaften zu schaffen. Im Seminar lernen Sie, wie Sie anhand dieses Konzeptes Arbeitsschritte systematisieren und ein gemeinsames

Verständnis zur Key-Account-Bearbeitung im Unternehmen aufbauen. Langfristig zeichnet sich ein erfolgreiches Key Account Management dadurch aus, dass neben den operativen Tätigkeiten seitens der Unter-

nehmensleitung auch die geeigneten infrastrukturellen Voraussetzungen geschaffen werden. So legen Sie den Grundstein für einen langfristigen strategischen Wettbewerbsvorteil gegenüber Ihren Konkurrenten.



# Teilnehmerkreis

Das Schulungsprogramm „Excellence in Key Account Management“ ist konzipiert für Vertriebsmitarbeitende mit Verantwortung für Schlüsselkunden. Um ihre Arbeit zu professionalisieren, benötigen sie eine Systematik, die ihre Arbeit mit Schlüsselkunden effektiv und effizient unterstützt. Das Programm zielt auf Personen ab, die ihre Erfahrungen mit anderen austauschen und vergleichen wollen und einen wertvollen Input für ihre tägliche Arbeit erwarten. Der Kurs spricht demnach engagierte Persönlichkeiten an, die in Industrie-, Konsumgüter- oder Dienstleistungsunternehmen folgende Positionen bekleiden oder darauf vorbereitet werden sollen:

- Key Account Manager
- International (Key) Account Manager
- Global (Key) Account Manager



Durch alle Module hindurch wurden wir sehr kompetent und äusserst engagiert betreut. Dies motivierte mich, meine Arbeitskollegen für die neu erlernten Methoden zu begeistern und bisherigen Strukturen im eigenen Unternehmen erfolgreich anzupassen.

Siegfried Braun, Key Account Manager, Vebego Services AG



- Product Manager mit direkter Verantwortung für Schlüsselkunden
- Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Marketingleiter oder Verkaufsleiter mit direkter oder indirekter Verantwortung für Schlüsselkunden

# Referierende



**Prof. Dr. Christian Belz** ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Marketings an der Universität St.Gallen (HSG). Er leitete von 1991 bis 2014 das Institut für Marketing und ist heute Direktor. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Business-to-Business Marketing und Dialogmarketing.

**Dr. Michael Weibel** ist Lehrbeauftragter an der Universität St.Gallen (HSG) sowie Inhaber und Geschäftsführer des Centers for Industrial Marketing St.Gallen AG.

**Prof. Dr. Dirk Zupancic** ist Präsident und Professor für Industriegütermarketing und Vertrieb an der German

Graduate School of Management and Law in Heilbronn.

Zudem werden erfolgreiche **Führungskräfte aus der Praxis** ins Programm integriert. Ihre Erfahrungsberichte vermitteln tiefe Einsichten in strategische und taktische Überlegungen zum Key Account Management. Auf diese Weise können sich die Teilnehmenden einerseits über die neuen wissenschaftlichen Erkenntnisse informieren, andererseits aber auch von den Erfahrungen der Praktiker profitieren.

# Seminarausweis und CAS-Lehrgang



## Seminarausweis

Nach dem Absolvieren der drei Module erhalten Sie einen Seminarausweis für das Schulungsprogramm „Excellence in Key Account Management“ und einen Leistungsausweis des Instituts für Marketing an der Universität St.Gallen (HSG).

## Erweiterungsmöglichkeiten

Das Intensivseminar „Excellence in Key Account Management“ lässt sich erweitern zum Zertifikatsabschluss „Marketing- und Kundenmanagement im Business-to-Business Geschäft“ (Certificate of Advanced Studies, CAS) indem Sie ergänzend die beiden Module „Business-to-Business Marketing und Verkauf“ (5 Tage) und „Wachstum mit dem Verkauf“ (3 Tage) absolvieren sowie eine

schriftliche Projektarbeit anfertigen. Im Einklang mit den strengen Qualitätsanforderungen und -empfehlungen der Schweizerischen Rektorenkonferenz (CRUS) entspricht das CAS „Marketing- und Kundenmanagement im Business-to-Business Geschäft“ 10 ECTS-Punkten. Eine Anerkennung in weiterführenden Studiengängen ist abhängig von der inhaltlichen Ausrichtung problemlos möglich. Die Universität St.Gallen (HSG) lässt sich im Rahmen von Akkreditierungen durch unabhängige Experten auch regelmässig an höchsten internationalen Qualitätsstandards messen. Seit 2001 sind wir EQUIS- und seit 2003 AACSB-akkreditiert. Wir haben damit als erste Universität im deutschsprachigen Raum die beiden anspruchsvollsten internationalen Gütesiegel für Business Schools erworben.

# Ihre Teilnahme

## Seminardaten

Das Intensivseminar „Excellence in Key Account Management“ findet jeweils im Winter/Frühjahr und Herbst/Winter in drei Seminarblöcken à drei Tagen statt. Die aktuellen Veranstaltungsdaten finden Sie unter [www.ifm.unisg.ch/kam](http://www.ifm.unisg.ch/kam).

## Veranstaltungsort

Das Seminar findet im Weiterbildungszentrum Holzweid der Universität St.Gallen statt. Informationen zur Anreise und den Räumlichkeiten finden Sie auf der Homepage des Weiterbildungszentrums [www.wbz.unisg.ch](http://www.wbz.unisg.ch).

## Ihre Investition

Die Teilnahme am Studiengang kostet insgesamt CHF 8'995.-. Darin enthalten sind neun Seminartage, Mittagessen, Pausenverpflegung und ein gemeinsames Abendessen.



## Ihr Kontakt

Für Informationen zum Seminar stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Doris Maurer  
([doris.maurer@unisg.ch](mailto:doris.maurer@unisg.ch))  
Telefon +41 (0)71 224 28 55

Institut für Marketing  
Universität St.Gallen (HSG)  
Dufourstrasse 40a  
CH-9000 St.Gallen  
[www.ifm.unisg.ch/kam](http://www.ifm.unisg.ch/kam)

# Das Seminar im Überblick



## **Nutzen**

- Praxisorientierte Weiterbildung im Key Account Management
- Referate von Dozierenden der Universität St.Gallen sowie von erfahrenen Praktikern, die topaktuelles Wissen aus erster Hand präsentieren
- Fallstudien und Projektarbeiten zur Entwicklung praxisnaher Lösungen im Key Account Management
- Plattform für ein persönliches Beziehungsnetz

- Seminar- und Leistungsausweis des Instituts für Marketing (IfM-HSG) an der Universität St.Gallen (HSG)
- Weiterbildungszertifikat (Certificate of Advanced Studies CAS) der Universität St.Gallen (HSG)

## **Zielgruppe**

Führungskräfte und Mitarbeitende von Unternehmen verschiedener Branchen, die für Schlüsselkunden verantwortlich sind und das systematische Key Account Management als profitablen Ansatz zur Differenzierung im Wettbewerb verstehen.

## **Ziele**

- Kennenlernen systematischer Ansätze der Schlüsselkundenbearbeitung
- Fördern individueller Lösungen für ein unternehmensspezifisches Key Account Management
- Erlernen und Trainieren von Instrumenten und Methoden für das Schlüsselkundenmanagement

## **Inhalt**

Grundlagen, Konzepte, Instrumente und Methoden eines professionellen Key Account Managements, unter Einbezug der persönlichen und unternehmenseigenen Spezifika der Teilnehmenden.

## **Referierende**

- Dozierende der Universität St. Gallen (HSG)
- Ausgewiesene Führungskräfte aus der Praxis

## **Methodik**

- Wissenstransfer durch Experten in Referaten und Diskussionen
- Erarbeitung komplexer Fallstudien aus der Praxis
- Praktische Übungen in Kleingruppen
- Eigenes Unternehmensprojekt als realitätsorientierte Seminararbeit
- Selbststudium der Kursunterlagen und Lektüre der abgegebenen Bücher

## **Leistungsnachweise**

Persönlicher Seminar- und Leistungsausweis für die Beteiligung am Seminar sowie die Möglichkeit, das CAS „Marketing- und Kundenmanagement im B2B-Geschäft“ der Universität St. Gallen (HSG) zu erwerben.

Bildhinweise:

S. 11: © Jean-Claude Jossen – IfM-HSG,  
übrige Fotos: © Maria Weiss – IfM-HSG

**Ihr Ansprechpartner zum  
Intensivseminar Excellence in  
Key Account Management**



Maximilian Pahl  
Telefon +41 71 224 25 01  
maximilian.pahl@unisg.ch

Institut für Marketing  
Universität St.Gallen (HSG)  
Dufourstrasse 40a  
CH-9000 St.Gallen

[www.ifm.unisg.ch](http://www.ifm.unisg.ch)



AKKREDITIERUNGEN