

Stichwortverzeichnis

- A** ABC-Analyse 40
 Ansoff 165
 ASSESS® 246
- B** Balanced Scorecard 273
 – Implementierung 285
 BCG-Portfolio 135
 Bedarfsanalyse 254
 Begrifflichkeiten 17
 Beschwerdeanalyse 147
 Beziehung KA – Lieferant 149
 – Intensität 150
 Blue Ocean 94
 Buing Center
 – Coach 107
 Buying Center 97
 – Anwender 102
 – Beeinflusser 103
 – Entscheider 102
 – Entscheidungsprozess 100
 – Organisation 100
 Bying Center
 – Einkäufer 103
- C** Change-Management *Siehe* Veränderung
 CLV *Siehe* Customer Lifetime Value
 Coach 224
 Conjoint Analyse 200
 Controlling 269
 CRM 294
 Customer Lifetime Value 52
- E** efkam *European Foundation for Key Account Management*
 Einkauf
 – Operativer 104
 – Strategischer 104
 European Foundation for Key Account Management 76
 Executive Summary 263
- G** Gegenleistungen 180
 Gehälter 249
 Geschäft mit dem Key Account 128
 Geschäftsentwicklung 128
 Gewinn 183
- H** Handlungsoptionen 172
 – Bewertungskriterien 172
 Hierarchisches Level 213
- I** Innovation 137
 – prozess 138
 – Stage-Gate-Prozess 138
 Innovations-Kultur 142
 Innovations-Marketing 142
 Innovationspartnerschaft 141
 INSIGHTS MDI 109
- J** Jahresgespräche 265
- K** KAM Performance Konzept 18
 KAP *Siehe* Key Account Plan
 Kernkompetenzen 25
 Key Account
 – Markt des KA 85
 – Steckbrief 84
 – Verkaufsprozess 254
 Key Account Auswahl 37
 – Verfahren 39
 Key Account Entwicklung 155
 Key Account Management
 – Balanced Scorecard 290
 – Controlling 272
 – Einführung 59, 61
 – funktionelles 211
 – Grundsätze 27
 – institutionelles 211
 – Leitung 226
 – Organisationsgestaltung 209
 – Organisationsmodelle 214
 – Quick-Check 31
 – Rahmenbedingungen 11
 – Rollen und Verantwortung 223
 Key Account Manager 238
 – Aufgaben 238
 – Entlohnung 247
 – Levels 245
 – Vorbereitung und Weiterentwicklung 244
 Key Account Plan 260
 – Anforderungen 261
 – Aufbau 262
 – Erstellungsprozess 257
 – Zweck 260
 Key Account Team 227
 – Erfolg orchestrieren 233
 – Kommunikation 234
 – Leistungsbereitschaft 235
 – Rollen und Regeln 236
 – Struktur 231
 – virtuelles 230
 – zusammensetzung und Struktur 228
 Konkurrenzanalyse 171
 Kontinuierliche Verbesserung 77
 Kulturzwiesel 75
 Kundenanforderungen 89
 – Erfüllung 92
 Kundendeckungsbeitragsrechnung 43
 Kundenentwicklungsplan 239

- Kundenentwicklungsstrategie 239
- Kundenorientierung 30, 76
- Kundenzufriedenheit
 - Ursprung 30
- Kundenzufriedenheitsanalyse 266
- L** Learnings 72
- Leistung 176
- Leistungsgestaltung 174
 - Leistungskategorien 179
- Lieferanteile 133
- M** Maßnahmen 171
- Matrixorganisation 218
- Mehrwert 175
- Mission 22
- Motiv-Erkennung 127
- Motivation 163, 250
- Motive 122
 - Bequemlichkeit 126
 - Entdeckung 126
 - Gesundheit 125
 - Materielles 124
 - Prestige 126
 - Sicherheit 124
 - Soziale Verantwortung 125
- N** Nutzen 174
- P** Persönlichkeitstypen 109
- PESTLE 23
- Planzahlen 206
- Portfoliotechnik 47
- Potentialermittlung 83
- Preis
 - Implementierung 203
 - Preis-Absatz-Funktion 187
 - Preisbildungsverfahren 195
 - Preisdifferenzierung 202
 - Preiselastizität 187
 - Preisgestaltung 183
 - Preises als Marketinginstrument 186
 - Preismanagement 183
 - Preispositionierung 189
 - Preisspielraum 204
 - Preiswirkung 183
 - Produkt-/Markt-Matrix 165
 - Produktlebenszyklus 135
 - Profitcenter 243
 - Prozesse 253
- R** RASIC 236
- Rentabilität 168
- Ressourcen 25
 - operative 206
- Risiko Management 78
 - Ansätze 81
 - Planung 82
- S** SAMA 17, 239, 257
- Scoring Verfahren 45
- Selling Center 229
- SMART 36, 162
- smart 233
- Sortimentsanalyse 131
 - Sortimentsportfolio 131
- Stakeholder 62
- Strategie 129, 164
 - Diversifikation 167
 - Marktdurchdringung 165
 - Marktentwicklung 166
 - Markterschließung 166
 - Optionen 165
 - Produktentwicklung 166
- Strategische Allianz 151
- Strategische F&E-Planung 140
- Strategy Map 286, 288
- Supply Chain 145
- Supply Shares *Siehe* Lieferanteile
- SWOT 88
- T** Teamspirit 235
- Topmanagement 71, 142, 223
 - Commitment 29
- U** Unternehmensstrategie 21
- UVP 23
- V** Value Curve 94
- Veränderung 59
 - Projektinhalte 66
 - Projektplan 69
 - Projektstart 65
 - Projektteam 64
 - Reaktions-Typen 59
 - Testing 70
 - Umsetzung 73
 - Veränderungsprozess 60
 - Veränderungsprozesse 60
 - Verstetigung 75
- Vertragsituation 152
- Vertriebsstrategie 23
- Vision 22, 155
 - Anforderungen 155
 - Entwicklung 156
- Vorteile von KAM 13
- W** Weiterbildung 246
- Werte 22, 155, 159
- Wettbewerberreaktion 169
- Z** Z-Matrix 165
- Zahlungsverhaltens 148
- Zertifizierung 76
- Ziele 35, 61, 161
 - Leistungsziele 162
 - Zielkorridore 163
- Zielvereinbarung 233
- Zielvereinbarungsprozess 163