

## Zertifikatsprüfungsordnung (ZPO)\* & Lehrgangsbeschreibung

| LEHRGANG  |  |   |                                      |  |  | KUNDEN & KEY ACCOUNT-MANAGEMENT |                           |  |  |  |  |
|---|--|---|--------------------------------------|--|--|---------------------------------|---------------------------|--|--|--|--|
| <b>I. LEHRGANGSBESCHREIBUNG</b>                                   |  |   |                                      |  |  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Anbieter</b>   | Steinbeis Transfer-Institut Management Akademie Bayern ( <a href="http://www.sma-bayern.de">www.sma-bayern.de</a> )  |   |                                      |  |  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Kompetenzfeld</b>  | Management<br>X  | Persönlichkeits-<br>entwicklung             | Bildungs-<br>Management              | Gesundheit                               | Technologie &<br>Digitalisierung                 |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Durchführung</b>   | Online, München  |   |                                      |  |  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Abschluss</b>  | Diploma of<br>Advanced Studies<br>(DAS)  | Certificate of<br>Advanced Studies<br>(CAS) | Diploma of<br>Basic Studies<br>(DBS) | Certificate of<br>Basic Studies<br>(CBS) | Lehrgang unter 300<br>Std. Workload<br>(MC)<br>X |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Kurs-<br/>beschreibung &amp;<br/>Qualifikations-<br/>ziele</b> | <p>Im Lehrgang Kunden- &amp; Key-Account Management erlernen die Teilnehmer:innen den Planungsprozess für ein modernes Key-Account Management sowie die wesentlichsten Methoden zur Schaffung von langfristigen Partnerschaften und zum Aufbau von Schlüsselkunden. Sie erhalten Einblicke in das Kundenbeziehungsmanagement, die Kundenentwicklung und Kundenbindung. Mit Hilfe der Transferarbeit können die Teilnehmer:innen den aktuellen Stand ihres bestehenden Kundenmanagementsystems sowie des Key-Account-Systems analysieren und die neu gewonnenen Kenntnisse im eigenen Unternehmen einfließen lassen. CRM und Key-Account-System werden hier nicht separat, sondern in Kombination und in ihren Schnittstellen her betrachtet. Diese übergreifende Herangehensweise ist entscheidend und zeichnet diesen Lehrgang aus, denn ein gutes Key-Account-Managementsystem funktioniert nur in Verbindung mit einem perfekten CRM.</p> <p><u>Zielgruppe:</u><br/>Kundenmanager/innen, Marketingmanager/innen, Online-Manager/innen, Account- und Vertriebsmanager/innen, Betreuer/innen von Key-Accounts.</p> <p><u>Lernziele:</u><br/>- ein bestehendes Kundenmanagement-Systeme für die Weiterentwicklung analysieren können<br/>- Techniken, Methoden und Strategien für den Aufbau eines erfolgreichen Kundenmanagement kennen und anwenden können<br/>- selbstständig und zielgerichtet ein Customer Relationship Management (CRM) entwickeln und im Unternehmen implementieren</p> |   |                                      |  |  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Zugang</b>   | keine  |   |                                      |  |  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Lehrform</b>   | physische<br>Präsenz<br>X  | virtuelle<br>Präsenz (online)<br>X          | E-Learning<br>(Selbstlernen)<br>X    | Peergroup-<br>Lernen                     | Sonstiges  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Sprache</b>  | Deutsch  |   |                                      |  |  |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Leistungsnach-<br/>weis / Prüfung</b>                          | Klausur<br>(schriftlich)<br>X  | Präsentation<br>(mündlich)                  | Fallstudie<br>(Case Study)           | Transfer-<br>arbeit<br>X                 | Projekt Studie<br>(im Unternehmen)               |                                 |                           |  |  |  |  |
| <b>Workload</b>   | <b>Gesamt (Std)</b><br>90  |   | davon<br>Seminarzeit: 30             |  | davon<br>Selbstlernzeit: 30                      |                                 | davon<br>Transferzeit: 30 |  |  |  |  |

| II. KURSIHALTE  |  | KUNDEN- & KEY ACCOUNT-MANAGEMENT |                |              |
|---|--|----------------------------------|----------------|--------------|
| MODUL   | BESCHREIBUNG / LERNINHALTE   | Seminarzeit                      | Selbstlernzeit | Transferzeit |
| 1.<br><b>Customer Relation Management (CRM)</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagement</li> <li>▪ Definition, Abgrenzung, Ziele der konsequenten Ausrichtung eines Unternehmens auf seine Kunden</li> <li>▪ systematische Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse</li> </ul> | 10                               | 10             | 10           |
| 2.<br><b>Aufgaben im Kundenbeziehungslebenszyklus</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufgaben eines Kundenlebenszyklus mit Interessenmanagement und dazugehörigem Neukundenmanagement</li> <li>▪ Zufriedenheits- und Kundenbindungsmanagement</li> </ul>   | 10                               | 10             | 10           |
| 3.<br><b>Key-Account-Management</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anforderungen an ein Key-Account-Management</li> <li>▪ Vorteile eines funktionierenden Beziehungsmanagement</li> </ul>  | 10                               | 10             | 10           |