

Kursplan för Key Account Manager

Kapitel 1: Introduktion till Key Account Management

- **Vad är Key Account Management?**
- **Roll och betydelse av KAM i företaget**
- **Översikt av svenska marknadstrender och affärsmiljöer**

Kapitel 2: Kundanalys och segmentering

- **Identifiera och kategorisera nyckelkunder**
- **Behovsanalys: Att förstå kundens perspektiv**
- **Segmenteringstekniker och verktyg**

Kapitel 3: Bygga och upprätthålla relationer

- **Bygga långsiktiga relationer**
- **Kommunikationstekniker och lyssnarskills**
- **Att hantera konflikter och förhandlingar**

Kapitel 4: Strategisk planering och mål

- **Sätta strategiska mål för KAM**
- **Utveckla en handlingsplan för nyckelkunder**
- **Mätning av prestation och framgång**

Kapitel 5: Försäljningsstrategier och metoder

- **Försäljningsmetoder för nyckelkunder**
- **Använda CRM-system effektivt**
- **Att skapa värdeerbjudanden**

Kapitel 6: Ekonomisk förståelse och affärsmodeller

- **Förståelse för kundens ekonomi och affärsmodeller**
- **Kalkylering av lönsamhet och ROI**
- **Prissättning och kostnadsstrategier**

Kapitel 7: Digitalisering och teknik i KAM

- **Användning av digitala verktyg och plattformar**
- **Dataanalys för kundinsikter**
- **Automatisering och effektivisering av processer**

Kapitel 8: Uppföljning och utvärdering

- **Strukturera uppföljningsmöten**
- **Utvärdera och justera strategier**
- **Feedback och lärande från kunder**

Kapitel 9: Etik och hållbarhet i KAM

- **Etiska riktlinjer och verksamhetsansvar**
- **Hållbarhet och dess betydelse för KAM**
- **Att integrera hållbarhet i kundrelationer**