

Key Account Manager (KY-40 poäng), 50 % distans

Kursplan

1.1 Introduktion till KAM (1 KY-poäng)

- 1.1.1 Studenterna introduceras i ämnesområdet KAM – Key Account Management.
- 1.1.2 Studenterna får även en genomgång i studieteknik, information kring användande av utbildningsplattform och upplägg av distansstudier på halvfart.

1.2 Att organisera och leda projekt (5 KY-poäng)

Kursen kommer i möjligaste mån att organiseras som ett projekt grundläggande kunskaper om projektledningsläran och dess centrala begrepp och metoder

- 1.2.1 Fördjupande kunskaper om projektplanering och projektstyrning
- 1.2.2 Fördjupande kunskaper om ekonomi- och resursstyrning i projekt, inkluderande den sk Earned Value-metoden
- 1.2.3 Grundläggande kunskaper om ledarskap, gruppdynamik, personalfrågor och omvärldshantering i olika typer av projekt
- 1.2.4 Grundläggande kunskaper om standardiserade industriella projektledningsmodeller träning i praktisk analys av reella projekt

1.3 Retorik (2 KY-poäng)

- 1.3.1 Säljande presentationer, retorik i skrift och tal
- 1.3.2 Få en grundläggande retorisk teori och praktik
- 1.3.3 Öva upp din retoriska förmåga i form av talövningar, samt i form av improvisationer
- 1.3.4 Kunna genomföra engagerande och intresseskapande presentationer inför publik

1.4 Key Account Management (2 KY-poäng)

- 1.4.1 Rollen som Key Account Manager
- 1.4.2 Definiera och välja ut nyckelkunder
- 1.4.3 Key Account Management-strukturen från A till Ö
- 1.4.4 Att beskriva vision, mål och strategi
- 1.4.5 Utforma, leverera och underhålla erbjudandet
- 1.4.6 Skapa och arbeta i ett Key Account Team
- 1.4.7 Arbeta framgångsrikt med nyckelkunder
- 1.4.8 Arbeta efter en Key Account-plan
- 1.4.9 Hinder och framgångsfaktorer för KAM-organisationen

1.5 Strategisk omvärldsanalys (5 KY-poäng)

- 1.5.1 Definitioner av omvärldsbegreppet.
- 1.5.2 Varför ska man göra en omvärldsanalys som KAM?
- 1.5.3 Kan förändringar förutses.
- 1.5.4 Omvärldsanalysen som en del av det strategiska förändringsarbetet.
- 1.5.5 SPETS-modellen och andra modeller
- 1.5.6 Konsten att välja ut kritiska faktorer.
- 1.5.7 Arbeta med scenarier.
- 1.5.8 Var finns de bästa informationskällorna?
- 1.5.9 Projektarbeten.

1.6 Affärsekonomi för KAM (3 KY-poäng)

- 1.6.1 Företagsanalys
- 1.6.2 Kvantitativ & Kvalitativ analys
- 1.6.3 Ekonomiska rapporter
- 1.6.4 Nyckeltalsanalys
- 1.6.5 Ekonomiska samband och styrmodeller

1.7 Försäljning - Målstyrning och strategi i säljarbetet/Affärsförhandling (2 KY-poäng)

Målstyrning och säljplanering är en nyckelkompetens i dagens säljarbete. Att genomföra rätt insatser, till rätt målgrupp och i rätt tid är avgörande för framgången. I denna utbildning får du verktyg för att strukturera upp dina kunder och planera säljarbetet utifrån egna säljstrategier för ett bättre resultat.

- 1.7.1 Målstyrning
- 1.7.2 Motivation och förändringsarbete
- 1.7.3 Strategiskt arbete i kundbasen
- 1.7.4 Affärsplan och säljplaneringsprocessen
- 1.7.5 Ekonomi i säljarbetet
- 1.7.6 Säljande offerter
- 1.7.7 Affärsjuridik för säljare
- 1.7.8 Förhandlingsteorier
- 1.7.9 Förhandlingsprocessen
- 1.7.10 Förberedelser inför förhandling
- 1.7.11 Blockeringar
- 1.7.12 Taktiska utspel från motparten
- 1.7.13 Prisförhandling
- 1.7.14 Variabler
- 1.7.15 Individuella analyser av egen förhandlingsprofil

1.8 Lärande i Arbete (14 KY-poäng)

Den arbetsplatsförlagda delen av utbildningen.

De studerande skall tillämpa utbildningens teoretiska innehåll på en säljavdelning (Key Account Manager) samtidigt som de lär känna företaget och dess produkter. De studerande skall i samarbete med företagets Key Account Managers arbeta med företagets nyckelkundeförsäljning. Den studerande formulerar tillsammans med företagets handledare och Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson, arbetsbeskrivning och mål för perioden.

Studenten skall lära sig

- 1.8.1 Hur företaget arbetar med sin nyckelkundsbearbetning/försäljning
- 1.8.2 Företagets produkter/tjänster
- 1.8.3 Företagets arbetsmetoder och affärsstrategier
- 1.8.4 Att praktiskt tillämpa kunskaper om försäljning av nyckelkunder

Arbetsbeskrivning och mål följs successivt upp i samband med uppföljningsmöten där ovanstående parter deltar. Mål och arbetsbeskrivning fastslås i en handlingsplan som deltagaren presenterar för Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson respektive företagets handledare.

1.9 Rapportskrivning (1 KY-poäng)

Syftet med kursen är att ge förutsättningar för att kunna reflektera över, analysera och presentera ett problem. Ett undersökande och analyserande arbetssätt tränas i samband med rapport/examensarbetet. I och med att du sammanställer en rapport tränas du också i:

- ett självständigt arbete, ta ansvar för och genomföra en uppgift
- formuleringen och avgränsningen av problem
- strukturering av arbetet

Målet med kursen i rapportskrivning är att ge kunskaper som behövs för att

- Skriva strukturerade och begripliga rapporter, samt examensarbetet
- Använda och skapa en effektiv rapportstruktur
- Samla underlag och fakta till rapporten
- Granska fakta, formuleringar och språk

1.10 Examensarbete, redovisning och opponering (5 KY-poäng)

Studenten skall göra ett examensarbete som är kopplat till LIA-företagets verksamhet. Arbetet skall vara till nytta för såväl företaget som studenten själv. Inriktningen på examensarbetet bestämmer studenten tillsammans med handledaren från Sälj&Marknadshögskolan och handledaren på företaget. Examensarbetet skall uppfylla kraven på problemformulering, övergripande metod, undersökningsmetoder, koppling till teori och slutsatser.

Examensarbete består av inläsning av litteratur, informationssökning och informationssammanställning.

Arbetet skall redovisas muntligt såväl som skriftligt. Den skriftliga redovisningen skall omfatta ca 30 sidor och den muntliga skall omfatta 30-60 minuter. Syftet är att studenten skall tillgodogöra sig innehållet, men även förmedla kunskaper till övriga studenter. Det är viktigt att studenten får träna sig i att strukturera information skriftligt samt redovisa inför grupp.