

8 STEP VERSO IL SUCCESSO DEL KAM:

Per ottenere il massimo dal Key Account Management, è necessario disporre di un processo e di una struttura definiti. Ecco una breve guida per ripensare alla tua strategia KAM in 6 passaggi chiave.

1 IMPOSTA OBIETTIVI E STRATEGIA

Ancora prima di iniziare è importante ragionare su quale sia la strategia più sensata e sostenibile. Tale approccio sarà il tuo spirito guida per tutto il progetto KAM. Avere un'idea chiara degli obiettivi è infatti un punto di riferimento fondamentale per raggiungerli.

2 ANALIZZA IL MERCATO DEL CLIENTE E LA VALUE CHAIN

Analizza il tuo cliente, la sua posizione, le sue esigenze e ciò che potrebbe frenarlo. Senza una conoscenza approfondita dei tuoi interlocutori non sarai mai in grado di instaurare una relazione produttiva e duratura. Conosci la loro attività in tutti gli aspetti più rilevanti.

3 VALUTA IL RAPPORTO CON IL CLIENTE

Il cliente spesso non è un individuo singolo ma è una serie di stakeholder che potrà migliorare o rallentare il rapporto complessivo. Individua le parti interessate, valuta quale sia il loro potere all'interno dell'azienda e analizza il loro atteggiamento nei tuoi confronti.

4 PREPARA UN POSIZIONAMENTO

È tempo di mettere insieme le informazioni raccolte. Elaborare il tuo "positioning statement" ti aiuterà a raccogliere analisi e intuizioni, offrendoti un ottimo punto di partenza da cui lanciare il programma KAM.

5 VALUTA LE OPPORTUNITÀ

Esamina attentamente tutte le informazioni che hai raccolto e chiediti "dove sono le opportunità per lo sviluppo del business?". Sii onesto e obiettivo, cogliendo tutte le opportunità che potranno aiutarti a concludere il tuo deal.

6 PREPARA UNA PROPOSTA DI VALORE

Quanto la tua proposta rispecchia i bisogni del cliente? Esamina i requisiti, le caratteristiche e i vantaggi per costruire una proposta di valore, ossia che risponda con precisione alle esigenze e alle aspettative dei tuoi interlocutori.

7 GESTISCI POTENZIALI SITUAZIONI DI CONFLITTO

A volte, nonostante gli sforzi, il cliente potrà dire di no o potrebbero sorgere delle incomprensioni. Dai un'occhiata al tuo stile di comunicazione e chiediti se ci sia da modificare qualche elemento nel tuo modo di gestire una negoziazione. Avere la meglio su un confronto non significa aver vinto quel business.

8 REVISIONA

E dopo aver portato a termine i passaggi chiave? Rivedi ogni singolo step e chiediti "cosa avrei potuto fare meglio?". Una buona gestione dei key account non si ferma mai: ma si evolve in progressi fluidi e continui. La perfezione non esiste, ma mai dire mai!

KEY ACCOUNT MGMT