

Werkzeuge zur Organisationsgestaltung

- Template - ¹

Modul 030611b

Muster- Stellenbeschreibung Key Account Manager im Verkauf (KAM)²

Version 2.0

© Dr.Cramer, <http://www.orgware-online.de>

¹ **Tipp** zur Anwendung für die spezifischen Bedingungen Ihres Unternehmens:
Kopieren Sie diese Vorlage und nehmen Sie die notwendigen Änderungen nur in der Kopie vor!

² Diese Muster-Stellenbeschreibung wendet in Form und Inhalt den Ratgeber von Dr. Cramer/Orgware online 0306-VPR „Stellenbeschreibungen“ und das darin enthaltene Formular an und nutzt u.a. die Vorlage 0309b2-TM „Aufgabensystematik Marketing“.

Muster-Stellenbeschreibung Key Account Manager im Verkauf

Bezeichnung der Stelle: Key Account Manager im Verkauf (KAM)	Kurzzeichen: VK_KAM
Organisatorische Einordnung:	
<ul style="list-style-type: none"> Die Stelle ist {der Geschäftsführung / dem Verkaufsleiter (VK_OEL)} direkt unterstellt. Die Stelle ist fachlich dem Verkaufsinendienst überstellt. 	
Ziel-Vergütungsgruppe: A.T.	Tarifl. Tätigkeitsbilder: entfällt

Verantwortungsprofil / Beschreibung der Tätigkeit:	A	P	K	E	O
A - Ausführen; P - Planen; K – Kontrollieren; E – Entscheiden; O - Organisieren (Erläuterungen siehe Anlage)	X oder (X), ggf. mit Stichwort				
Das Ziel der Stelle besteht in der Festigung und Ausweitung der Positionen des Unternehmens am Markt über die Erreichung der Verkaufsziele nach Umsatz und Marge für das A-Kundensegment { <i>Bezeichnung</i> }, für die Generierung weiterer Großkundenaufträge Dritter und ihrer Bindung an das Unternehmen sowie für die Stärkung des Ansehens und Bekanntheitsgrades des Unternehmens.					
Zur Erreichung dieses Stellenziels ist der Stelleninhaber für nachstehende Aufgaben und Befugnisse verantwortlich:					
1) Strategiefindung, Planung und Zielbildung für das A-Kundensegment { <i>Bezeichnung</i> }.					
a) Mitwirkung an der systematischen Analyse der Vertriebssituation (SWOT-Analyse).	(X) Mar- keting				
b) Einbringung von Marktbeobachtungen aus dem Tagesgeschäft (insbesondere zu Preisentwicklungen und zur Preisakzeptanz, zu Reaktionen von Wettbewerbern, zu Produkten dritter wie zu Ansätzen für neue Produktideen) in die Strategieentwicklung aller Elemente des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Vertriebspolitik).	X				
c) Geschäftsplanung und Zielbildung insbesondere für Absatz-, Umsatz und Margengrößen nach Kunden, Produkten, aber auch über prozessbezogene, kundenzentrierte und mitarbeiterbezogene Teilziele.					
ca) Erarbeitung von Zielvorschlägen als prüfbare Leistungsstandards aus Vorgaben des Verkaufsleiters und eigenen Revisionen zur Erfüllung vergangener Zielvereinbarungen.		X			
cb) Abschluss der persönlichen Ziel-Vereinbarungen und Vereinbarung von Regeln für periodische Ergebnisberichte und Ausnahmeinformationen.				(X) VK_ O EL	
d) Mitwirkung an der Budgetplanung des Vertriebs. Kostenstellenverantwortung.	X			X	
e) Produktpolitik, Verkaufsförderung und Kunden-Events.					
ea) Teilnahme an der funktionsübergreifenden Teamorganisation "Ideenbeurteilung für konsistente Produktentwicklungen" unter Einbringung der systematisch aufgearbeiteten, am Markt gewonnenen Erkenntnisse.	X				
eb) Teilnahme an der Markteinführung neuer Produkte, von Produktvarianten etc. entsprechend vorgegebenem Markteinführungskonzept.	X				
ec) Teilnahme an der Vorbereitung und Ausführung von Vertriebsaktionen und Maßnahmen der Verkaufsförderung.	X				
ed) Teilnahme an Messeauftritten des Unternehmens, auch als Repräsentant des Unternehmens. Verfolgung der aufgebauten Messekontakte.	X				
ee) Mitwirkung an der Vorbereitung zielgruppenspezifischer Events und anderer Maßnahmen der Kundenbindung. Teilnahme an entspr. Veranstaltungen.	X				