

INVITASJON TIL SEMINAR

Key Account Management i et skandinavisk perspektiv

Hvordan lykkes med
selskapets viktigste kunder?

OSLO - 27. AUGUST 2009

For mer informasjon:

Erik J. Solberg
Markedsdirektør
KPMG AS
Telefon: 406 39 276
E-post: erik.solberg@kpmg.no

Key Account Management i et skandinavisk perspektiv

Hvordan lykkes med selskapets viktigste kunder?

I Skandinavia har stadig flere selskaper valgt å organisere salgsarbeidet mot sine viktigste kunder gjennom en Key Account Management (KAM) funksjon. Men hva er bakgrunnen for at man velger denne tilnærmingen? Og hvordan skal man organisere og evaluere funksjonen? Hvilke fallgruver og hindre står i veien for en vellykket implementering? Og hvorfor blir Key Account Management viktigere i framtiden? Dette er noen av de spørsmålene som KPMG i samarbeid med Dr Jakob Rehme og Peter Cheverton besvarer med funnene fra undersøkelsen om KAM i Skandinavia på årets KAM konferanse.

Den 27. august avholder KPMG sin første Key Account Management konferanse. Her presenteres studien KAM Scandinavia som tar for seg KAM-funksjonen i de 700 største selskapene i Norge og Sverige. Studien er ført i pennen av Dr. Jakob Rehme, Linköpings Tekniska Högskola med støtte fra en av verdens ledende kapasiteter og forfatter av flere bøker om KAM, Peter Cheverton. I tillegg vil flere internasjonale eksperter på Key Account Management og norske bedriftsledere komme med sine betraktninger om hvordan vi kan bli enda bedre på håndtering og oppfølging av selskapets viktigste kunder.

KAM Scandinavia er en kvantitativ og kvalitativ undersøkelse av KAM-funksjonen i et skandinavisk perspektiv.

Rapporten gir også klare råd og eksempler på hvordan man best mulig bør innrette KAM-arbeidet. Rapporten egner seg således for selskaper som planlegger å implementere en KAM-funksjon og for selskaper som allerede har implementert funksjonen.

KAM - en funksjon i vekst

Key Account Management handler både om å ta bedre vare på selskapets viktigste kunder og befeste den langsiktige posisjonen med mål om å øke fortjenesten som følge av at selskapet fremstår som den mest foretrukne leverandør. Fordelene med en velorganisert KAM-funksjon er mange og 64 % av Skandinavias største selskaper har valgt denne tilnærmingen til salgsarbeidet. Særlig er det ønsket om å styrke

Hva kan vi lære?

KAM Scandinavia gir et innblikk i KAM-funksjonen i de 700 største selskapene i Sverige og Norge. I tillegg gir rapporten klare råd og anbefalinger for hvordan man skal tilnærme seg og forbedre sin KAM-funksjon. Rapporten hjelper med:

- Forstå hensikten og fordelene med en KAM-funksjon
- Gjenkjenne hindrene for implementering
- Oppnå optimal incentivstruktur
- Definisjon av konsept, roller, prosess og struktur
- Utforming av mandat og ledelsens rolle
- Om rapporten:
- Datagrunnlag fra 350 av de 700 største bedriftene i Norge og Sverige
- Dybdeintervjuer med flere bedrifter
- Erfaringer fra Peter Cheverton, en av verdens ledende spesialister på området



relasjonene med de største kundene som er driveren bak etableringen. Videre følger ønsket om å tilpasse produktene bedre til kundene gjennom en dypere forståelse for kundens verdikjede. På tross av de åpenbare fordelene med en KAM-funksjon ligger det store utfordringer i form av incentivstruktur, organisering, kompetanse, kommunikasjon med både kundens- og egen organisasjon, ledelsesinvolvering og kundeklassifisering.

Et unikt utvalg

Studien bygger på et unikt tallmateriale innhentet fra 350 av de 700 største selskapene i Sverige og Norge. Disse tallene understøttes videre av dybdeintervjuer med et mindre antall selskaper. Selskapene undersøkt i studien har i gjennomsnitt en omsetning på 4 milliarder kroner.

KAM-funksjonen i Norge og Sverige er blant verdens ledende, men basert på tallmaterialet og dybdeintervjuene er det likevel rom for forbedringer, dette gjelder i særlig grad på områdene ledelse, organisering og valg av Key Accounts.

KAM Scandinavia konferansen

27. august 2009 - KPMG Huset, Oslo

Program:

- 08.00-09.00 Registrering og frokost
- 09.00-09.15 **Åpning av konferansen**
v/Nils Einar Nilsen, Head of Advisory, KPMG
- 09.15-10.00 **Presentasjon av KAM Scandinavia studien**
v/Dr. Jakob Rehme, Linköpings Tekniska Högskola.
Jakobs fagområde er industrielt salg og logistikk og han har bl.a. disputert med avhandlingen "Sales Coordination in Multinational Corporations: Development and Management of Key Account Programmes." Jakob har også erfaring fra ABB og som konsulent for en lang rekke foretak.
- 10.00-10.15 Kaffe
- 10.15-11.00 **Organisering av KAM i et norsk perspektiv. Best practice eksempler**
v/adm. direktør Vidar Eskelund, Midelfart Sonesson og adm. direktør Bjarne Hønningstad, Moelven Wood.
- 11.00-11.30 **KAM organisering for fremtiden – "konsulentorganisasjonen"**
v/Andes de Paula. Andes har en MSc og PhD i Industriell Ekonomi, Linköpings Tekniska Högskola, og har lang erfaring fra industrielt salg fra blant annet Ericsson, Netcom og Tagmaster.
- 11.30-12.00 **Lean key account management**
v/Thomas Brashear, Associate Professor of Marketing, Isenberg School of Management, University of Massachusetts Amherst. Thomas underviser innenfor fagområdene "marketing process and lean marketing, international marketing, sales management, business to business marketing, channels of distribution, and strategic marketing." For tiden fokuserer han spesielt på "the marketing process management and innovation across the marketing enterprise".
- 12.00-13.00 Lunsj
- 13.00-14.30 **KAM Masterclass – hva kan vi lære av verdens ledende bedrifter**
v/Peter Cheverton. Peter er partner i Insight Marketing and People og har opparbeidet seg en posisjon som en av verdens ledende spesialister på key account management. Han er forfatter av flere bøker om emnet og arbeider med en rekke kjente foretak verden over.
- 14.30-14.45 Kaffe
- 14.45-15.30 Paneldebatt hvor alle foredragsholderne deltar.
- 15.30-17.00 Avslutning av konferansen og enkel bevertning

Sted: KPMG Huset, Sørkedalsveien 6. Oslo

Pris: kr. 4.900 som inkl. KAM Scandinavia rapporten, dokumentasjon fra konferansen og Peter Chevertons bok, Key Account Management.

For mer informasjon og påmelding:
www.kpmg.no

RESERVER RAPPORTEN NÅ!

KAM Scandinavia kan bestilles ved å sende en e-post til: brita.andersen@kpmg.no
Pris kr 900,- mva pr. eksemplar