

Key Account Manager

FORMAZIONE

Laurea in economia aziendale e in ingegneria gestionale.

E' il responsabile della gestione dei rapporti commerciali con i grandi clienti e del raggiungimento degli obiettivi di vendita a questi collegati. La sua attività va dall'analisi delle specifiche esigenze del cliente alla relativa formulazione dell'offerta commerciale, alla trattativa e, in caso di successo, alla gestione dell'ordine. Gli competono anche l'analisi dei costi, la previsione di redditività degli accordi e la verifica del livello di customer satisfaction. Gestisce un budget all'interno del quale si occupa inoltre della definizione e della gestione delle politiche di sconto e delle azioni promozionali. Il key account manager, che riporta generalmente al capo area o al direttore vendite, svolge un lavoro soprattutto a contatto con il mercato, ma il suo ruolo necessita di forti legami di collaborazione con altre aree, dal marketing (per la realizzazione della proposta commerciale e la preparazione del materiale informativo) al back office (per l'intera fase di gestione del cliente). Spesso, inoltre, coordina un team di personale di vendita che lo supporta nella sua attività.

Il key account manager deve definire e raggiungere gli obiettivi, coordinare i venditori di area ed offrire consulenze ai propri clienti. Inoltre, rappresentando l'azienda, egli deve trasmettere un'immagine di elevata professionalità ed affidabilità.

CONOSCENZE E COMPETENZE^[1]

Per ricoprire questo ruolo è indispensabile avere un'approfondita conoscenza dell'area di mercato, nella quale si opera, nonché possedere informazioni commerciali aggiornate, nozioni di marketing, contabilità, produzione e logistica.

Ulteriori requisiti che il key account deve avere sono:

- disponibilità ad aggiornarsi di continuo;
- modo di agire orientato al cliente;
- spiccate capacità relazionali;
- buona conoscenza di una o due lingue straniere;
- attitudine al lavoro di gruppo;
- atteggiamento flessibile;
- creatività;
- capacità di persuasione;
- abilità nel motivare i propri collaboratori.

CARRIERA E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI^[2]

Per arrivare a ricoprire questo ruolo, è spesso necessario percorrere un iter con varie tappe intermedie all'interno del settore commerciale: normalmente si diventa key account intorno ai 35 anni. Da qui si può successivamente aspirare a diventare key account manager, coordinando e supervisionando il lavoro dei diversi key account, che operano in azienda.

Al pari di molte altre figure operanti nell'ambito commerciale e del marketing, il key account gode di una discreta domanda sul mercato del lavoro.

[1] Fonte : www.isfol.it

[2] Fonte : www.isfol.it