

Rolle:

Key Account Manager – Melchers Components

1. Zweck

Welchen Zweck erfüllt die Rolle. Diese Rolle stellt sicher, dass....

Der Key Account Manager stellt sicher, dass unsere Kunden kontinuierlich mit Serienprodukten versorgt werden, ihre Anforderungen intern präzise umgesetzt werden und Melchers Components als bevorzugter, strategischer Lieferpartner wahrgenommen wird.

Er verantwortet, dass alle von uns entwickelten Serienprodukte dauerhaft laufen, rechtzeitig nachbestellt werden und keine Versorgungslücken entstehen.

Er sorgt für einen ständigen Abgleich zwischen Kundenbedarf und unserem Leistungsportfolio, erkennt frühzeitig neue Geschäftschancen und initiiert Projekte, die Umsatz, Marge und Kundenzufriedenheit nachhaltig steigern.

Als Stimme unserer Kunden im Unternehmen treibt er intern die Umsetzung ihrer Anforderungen voran – und bleibt beim Kunden Top of Mind für unsere Verfahren, Lösungen und Entwicklungskompetenz.

2. Kopfstand

Was könnte passieren, wenn es diese Rolle nicht gäbe, oder wenn sie nicht gut ausgeführt würde?

Wenn der Key Account Manager fehlt oder seine Rolle nicht konsequent ausgeführt wird, entstehen gravierende Folgen für Kundenbindung, Prozesse und Wachstum:

Kundenfokus geht verloren: Die Stimme des Kunden fehlt – interne Entscheidungen orientieren sich nicht mehr am echten Bedarf.

Versorgungssicherheit bricht weg: Serienprodukte laufen leer, Nachbestellungen kommen zu spät – Lieferprobleme und Reklamationen nehmen zu.

Prozesse geraten ins Chaos: Abrufpläne, Forecasts und Re-Orders werden unkoordiniert – Kosten und Fehler steigen.

Kundenbindung sinkt: Fehlender Ansprechpartner und Unklarheiten führen zu Frust, Eskalationen und Abwanderung.

Je weiter wir uns von konsequenter Kundenführung entfernen, desto stärker entfernen wir uns auch vom Ziel, „Top-of-Mind“ zu werden – und genau dieses Vakuum füllen dann die Wettbewerber.

Wachstum stagniert: Bestehende Potenziale werden nicht erkannt – Umsatz und Marge bleiben hinter den Zielen zurück.

3. Verantwortlichkeiten

Welche Themen verantwortet diese Rolle?

Kundenstrategie & Geschäftsentwicklung

Analysiert die Einkaufsstrategie, Entscheidungswege und Organisation des Kunden.

Leitet daraus eine individuelle Account-Strategie ab, um Cross-Selling und Wachstumspotenziale zu erschließen.

Stellt sicher, dass alle Kunden unser vollständiges Leistungsspektrum kennen und verstehen.

Identifiziert und qualifiziert neue Projekte und Serienpotenziale im Kundenportfolio.

Kommunikation & Beziehungsmanagement

Hält regelmäßigen Kontakt zu allen relevanten Ansprechpartnern (mind. 1x pro Monat).

Nutzt Gespräche, um Forecasts, Projekte und technische Bedarfe aktiv abzugleichen.

Ist die Stimme des Kunden im Unternehmen und übersetzt Anforderungen in konkrete Maßnahmen.

Operative Steuerung & Prozess-Synchronisation

Stellt sicher, dass Kundenprozesse und COM-Prozesse abgestimmt sind – gleiche Sprache, gleiche Abläufe.

Erstellt Abrufpläne und Rahmenbedingungen (Rahmenvertrag / Rahmenanfrage) vor Handover an Inside Sales.

Überwacht das Replenish Dashboard, erkennt Engpässe und initiiert rechtzeitig Re-Orders.

Leitet bei Call-Off KPIs < 70 % ein Eskalations-Meeting mit dem Kunden ein und führt Nachverhandlungen.

Verantwortet die Re-Order-Prozesse bei leergelaufenen Artikeln.

Wirtschaftliche Verantwortung & Entscheidungskompetenz

Entscheidet über die Annahme oder Ablehnung von Kundenanfragen.

Entscheidet über die Annahme oder Ablehnung von Kundenanfragen.

Bestimmt die Höhe der Warenkreditversicherung innerhalb definierter Richtlinien.

Findet eigenständig wirtschaftlich tragfähige Alternativen, wenn eine Versicherung des Kunden nicht möglich ist – mit dem Ziel, das Projekt dennoch erfolgreich und regelkonform umzusetzen.

Fasst bei freigegebenen Produkten nach, um Rahmenverträge oder Abrufe zu sichern.

Verantwortet die Margenführung seiner Kundenprojekte:

Hält die Zielmargen gemäß Vorgabe des Head of Sales.

Erkennt Spielräume zur Margeverbesserung und nutzt diese aktiv.

Führt Preisgespräche mit dem Ziel, wirtschaftlich tragfähige Preispunkte zu identifizieren, die für beide Seiten sinnvoll sind – ohne Unterschreiten des vorgegebenen Margenkorridors.

Bereitet Preisverhandlungen strategisch vor, indem er alle relevanten kommerziellen Informationen im Team zusammenträgt (Forecasts, Bedarfsentwicklungen, Lieferkonditionen, Qualitätskosten etc.).

Steuert Angebotsprozesse gemeinsam mit dem Projektteam – zielgerichtet, margenbewusst, verhandlungsstark.

Welche Themen verantwortet diese Rolle NICHT?

Nicht verantwortlich für: operative Auftragsabwicklung, technische Freigaben, Lieferantensteuerung, Qualitätsmanagement, Finanzadministration und operative Kommunikation ohne strategischen Kontext.

Der Fokus liegt ausschließlich auf strategischer Kundenführung, Geschäftsentwicklung, Umsatzsteuerung und Eskalationsmanagement.

Worüber entscheidet die Rolle selbständig?

Der Key Account Manager entscheidet eigenständig über Kundenstrategie, Angebots- und Kontaktpriorisierung, Preisgestaltung im definierten Rahmen, Kreditlimit-Höhe, Re-Order und Eskalationsmaßnahmen.

Er bedarf der Abstimmung bei technischen Änderungen, Preisabweichungen außerhalb der Margenrichtlinien, Kreditentscheidungen über dem Limit und internen Kapazitäts- oder Lieferstrategien.

4. Anforderungen an die Rolle

Welche Kompetenzen, welches Wissen ist notwendig, um die Rolle ausführen zu können.

(Fachliche Anforderungen (Hard Skills), Persönliche Eigenschaften (Soft Skills), Erfahrungen & Haltung, Arbeitsstil & Selbstständigkeit)
- Diese Anforderungen gelten nach der Einarbeitung/Probezeit

Fachliche Anforderungen (Hard Skills)

Fundierte Verständnis von Einkaufs-, Logistik- und Supply-Chain-Prozessen auf Kundenseite

Sicheres Wissen über interne Melchers Components-Prozesse (Replenishment, Forecast, Handover, Inside-Sales-Schnittstelle)

Erfahrung im Vertragsmanagement (Rahmenverträge, Abrufpläne, Nachbestellprozesse)

Fähigkeit, Kunden- und Marktbedarfe systematisch zu analysieren und in konkrete Lösungen zu übersetzen

Verhandlungskompetenz – auch in Eskalations- oder Krisensituationen

Sicherer Umgang mit CRM-, Reporting- und Dashboard-Tools (z. B. Odoo, PowerBI)

Grundverständnis internationaler Beschaffungsmärkte, Incoterms, Marge und DB-Kalkulationen

Präsentationssicherheit auf Managementebene

Persönliche Eigenschaften (Soft Skills)

Ausgeprägte Kundenorientierung: konsequenter Perspektivwechsel, denkt wie der Kunde

Kommunikationsstärke: klar, verbindlich, überzeugend – schriftlich und mündlich

Beziehungsmanagement: baut Vertrauen und Loyalität durch Konstanz und Verlässlichkeit auf

Konflikt- und Durchsetzungsfähigkeit: steuert kritische Situationen souverän

Ownership-Mindset: übernimmt Verantwortung, bringt Themen zu Ende

Interkulturelle Sensibilität im internationalen Geschäftsumfeld

Erfahrungen & Haltung

Mehrjährige Erfahrung im B2B-Vertrieb, Key Account Management oder Customer Success Management

Nachweisbare Erfahrung in komplexen, langfristigen Kundenbeziehungen (Industrie, Technik, Mittelstand)

Unternehmerisches Denken: sieht Kundenentwicklung als Wachstumsaufgabe, nicht Betreuung

Lösungsorientiert, pragmatisch, mit klarer Ergebnisorientierung

Sicheres, souveränes Auftreten auf Entscheidungsebene

Stark in interner Schnittstellenkommunikation (Inside Sales, Engineering, QC, Operations, Projektmanagement)

Arbeitsstil & Selbstständigkeit

Strukturiert, vorausschauend, verbindlich in Planung und Umsetzung

Organisiert Kundenkontakte und interne Abstimmungen eigenständig und zielgerichtet

Denkt in Prozessen und KPIs, analysiert Daten, Forecasts und Trends

Priorisiert Aufgaben selbstständig und trifft Entscheidungen im Sinne des Unternehmens

Dokumentiert Fortschritte und Kundenerkenntnisse konsequent im CRM

Hält die Balance zwischen operativer Steuerung (Abrufe, Re-Orders) und strategischem Wachstum (Upselling, Kundenbindung)

5. Arbeitsergebnisse und wie messen wir das?

Was sind die top 5 Arbeitsergebnisse die von der Rolle erwartet werden?

1. Zuverlässige Versorgung der Kunden mit Serien-Produkten

Arbeitsergebnis (Was)

Serienlieferungen laufen stabil ohne Engpässe; Kunden erhalten Nachschub gemäß des vereinbarten Abrufplans.

Messung (Wie / KPI)

- OTIF (On Time / In Full) $\geq 98 \%$
- Keine ungeplanten Lieferunterbrechungen
- Max. 1 % Notfall-Luftfrachten / Kunde
- Call-Off KPI $\geq 70 \%$

Zielwert / Frequenz

Monatliches Reporting

2. Volle Transparenz & Abstimmung zwischen Kundenbedarf und Leistungsportfolio

Arbeitsergebnis (Was)

Bedarf, Forecast und Portfolio sind synchronisiert und dokumentiert.

Messung (Wie / KPI)

- 1× jährlich dokumentierter Abgleich Kunde \leftrightarrow Portfolio (Account-Plan)
- Abweichung Forecast \leftrightarrow Kundenbedarf $\leq 5 \%$
- CRM / Dashboard: Bedarfsübersicht vollständig gepflegt

Zielwert / Frequenz

Jährlich / Quartalsweise Review

3. Starke & stabile Kundenbeziehungen („Kundenbrille“ intern vertreten)

Arbeitsergebnis (Was)

Beziehungen sind aktiv gepflegt, Kommunikation dokumentiert, Kunde fühlt sich verstanden. Abrufplan.

Messung (Wie / KPI)

- ≥ 6 qualifizierte Kontaktpunkte/Jahr

- Kunden-Feedback (NPS / Survey) $\geq 8/10$
- Teilnahmequote Kunden-Feedback $\geq 80 \%$

Zielwert / Frequenz

Quartalsweise Review

4. Erkanntes & realisiertes Wachstumspotenzial bei Bestandskunden

Arbeitsergebnis (Was)

Cross-/Upselling, neue Projekte und Margensteigerung realisiert.

Messung (Wie / KPI)

- Identifizierte Cross-Selling-Chancen (≥ 3 / Kunde / Jahr)
- Umsatzentwicklung YoY $\geq +X \%$
- DB \geq Mindestmarge / positive DB-Entwicklung

Zielwert / Frequenz

Halbjährlich

5. Gesteuerte Eskalations- & Re-Order-Prozesse

Arbeitsergebnis (Was)

Engpässe, KPI-Verletzungen & Nachbestellungen werden frühzeitig gesteuert.

Messung (Wie / KPI)

- 100 % Eskalationen dokumentiert & ≤ 14 Tage gelöst
- Replenishment-Dashboard-Pflege $\geq 95 \%$ bei A-Kunden
- Rahmenverträge / Abrufpläne $\geq 95 \%$ gültig & aktiv

Zielwert / Frequenz

Laufend / Monatlich

6. Wie nutzt diese Rolle KI?

Wo implementiert oder setzt diese Rolle KI ein?

Gemeinsame Entwicklung neuer KI-Tools im Bereich:
Account Intelligence, Kommunikation, Reporting.

Ziele: höhere Planungssicherheit, geringerer Reaktionsaufwand, gezieltere Kundenführung – ohne den menschlichen Faktor zu ersetzen.

Nutzt KI-Agents (z.B. zur Prüfung von NDA's, um diese mit unseren Bedingungen abzugleichen)