

KEY ACCOUNT MANAGERS ROLLE FØR OG ETTER AI

Før handlet KAM-rollen mest om relasjoner og erfaring. Nå handler den også om å bruke teknologi og innsikt for å forstå kundene bedre, se muligheter raskere, og levere mer verdi. KAM må fortsatt være god med mennesker – men også trygg på verktøyene som gjør at man kan jobbe smartere og mer presist.

Før

VS

Etter

Man møttes jevnlig, hadde gode samtaler og bygde relasjoner over tid. Innsikten i kundens behov kom gjennom dialog.



AI hjelper med å samle inn og analysere informasjon om kunden – som hva de klikker på, hva de spør om og når de trenger hjelp. KAM må bruke dette aktivt for å være relevant og komme kunden i forkjøpet.

Man lagde planer og fant nye muligheter basert på erfaring og samtaler med kunden.



AI viser mønstre og forslag til hvordan samarbeidet kan vokse. KAM trenger ikke gjette – de får hjelp til å se hva kunden faktisk trenger, og når det passer.

Man brukte mye tid på å lese gamle e-poster, finne dokumenter og sette sammen presentasjoner før kundemøter.



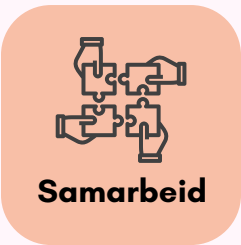
AI kan automatisk oppsummere hele kundeforholdet, foreslå agenda og lage presentasjoner. I møtet kan AI ta notater og foreslå oppfølging. KAM møter bedre forberedt og får mer tid til god dialog med kunden.

KAM hadde egne salgsmål og forhandlet avtaler selv, gjerne basert på magefølelse og historikk.



AI sier fra når en kunde er klar for neste steg, foreslår priser og hjelper med timing. KAM må kombinere denne innsikten med relasjonen for å treffe riktig.

KAM måtte følge opp internt – snakke med produkt, kundeservice eller logistikk for å sørge for at kunden fikk det de trengte.



AI hjelper med å holde oversikt og varsle automatisk om problemer eller behov. KAM slipper å følge opp alt manuelt og kan bruke mer tid på verdiskapning.

KAM hentet tall selv og lagde rapporter til ledelsen.



AI gir oversikt over hvordan det går med kundene i sanntid – på et dashboard. KAM må kunne lese dette og bruke det til å forbedre samarbeidet.

Man ryddet opp når kunden var misfornøyd, og prøvde å holde dem fornøyde over tid.



AI kan oppdage tidlige tegn på misnøye, slik at man rekker å gjøre noe før det blir et problem. KAM må være mer proaktiv og jobbe for å skape gode kundeopplevelser hele veien.

KAM forsøkte å selge inn flere produkter eller tjenester når det passet, basert på egne vurderinger.



AI foreslår hva kunden mest sannsynlig vil ha nytte av, basert på hva de har kjøpt eller vist interesse for tidligere. KAM kan bruke dette som utgangspunkt for å styrke samarbeidet.