

Betaalbaar bedrijfsadvies en opleidingen op maat van uw bedrijf en mensen

Opzet

Account Manager is niet een vergulde versie van de jobtitel *verkoper*. Account Managers doen iets anders dan verkopers, of liever: naast *verkop*en doen ze nog veel méér.

Account Management

Account Management staat voor een **specifieke benadering** van **strategische sleutelklanten** in een **complexe materie**, de zgn. **Key Accounts**. *Zaken doen, verkopen* blijft natuurlijk het hoofddoel, en 3 factoren spelen hierin een kernrol: **Klantentrouw**, een professioneel **gezonde samenwerking**, over een **lange(re) termijn**. Samenwerking tussen partijen is in deze situaties gebaseerd op **overleg** en **onderhandeling**.

Niet voor elk bedrijf of elke klant

Werken met *Account Management* is complex en duur, en moet daarom enkel worden

toegepast als er voor beide partijen op de lange(re) termijn belangrijke toegevoegde waarde mag verwacht worden. Het resultaat is een **win/win partnership**. **Open overleg** met de Key Account is essentieel, ook de klant moet open staan voor Accountmanagement.

Verantwoordelijkheid en bevoegdheid

Account Managers zijn verantwoordelijk voor het **Account Plan**, dat ze liefst in overleg met de klant opstellen. Daarvoor moet de Account Manager intern de nodige armslag krijgen, en beschikken over **strategische** en soms **kritische informatie**.

Zijn beslissingen en commerciële constructies doorkruisen vaak de gevestigde structuren en hiërarchie binnen zijn eigen bedrijf. Niet zelden hebben Account Managers het moeilijker de deal intern te verkopen dan de onderhandeling te voeren bij de klant...

Profiel en kerncompetenties

Account Managers zijn charmante en emotioneel intelligente **relatiebeheerders**, uitstekende **onderhandelaars** en analytisch

ingestelde **Business Developers** en **Project Managers**. Het zijn **Business Strategen** die creatief omgaan met de verwachtingen van de klant en deze weten te verankeren in de strategie van het eigen bedrijf. Ze hebben het **ondernemersbloed** in de aderen. Doorheen de jaren zijn ze dikwijls geëvolueerd tot **adviseurs** van de klant. Op deze wijze graven ze zich voor langere tijd in bij de klant als **preferred** of zelfs **sole supplier**.

Bruggenbouwers met binnendienst

Accountmanagers kennen als geen ander de situatie bij de klant. Ze zijn beter dan wie ook geplaatst om bij interne collega's het enthousiasme en de relevantie van de samenwerking en het volgende projecten te *verkop*en. Accountmanagers zijn sterk in **interne marketing**, en leveren een belangrijke bijdrage aan de ontwikkeling van de **lerende organisatie**.

Wat doe je (nog) beter na deze workshop?

U heeft een **breed zicht ontwikkeld** op de specifieke voorwaarden voor en kenmerken van werken met Accountmanagement. Hiermee kan u **de juiste aanpak selecteren** voor belangrijke klanten. U kent de **7 strategische en operationele taken** van een Accountmanager en de

impact die Accountmanagement heeft op de werking van de **rest van de organisatie**.

U zal dus beter de interne **samenwerking** met collega's organiseren en inschatten, en

de activiteiten van Account manager **inplannen** en **uitvoeren** of **opvolgen**. U heeft een (eerste?) **Account plan leren maken** van een door u geselecteerde Key Account, of u heeft bestaande plannen dankzij nieuwe inzichten verder geoptimaliseerd.

Programma

Het programma is opgevat als een uitgebreide workshop. De rode draad is de ontwikkeling en implementatie van uw eigen Account Plan, van een bestaande of een fictieve klant. De 'theorie' wordt kort behandeld naarmate de workshop dit relevant maakt.



I Account Management

Wat is Accountmanagement en wat is haar impact op het dagelijkse werken?
Wanneer Account Management, wanneer commerciële vertegenwoordiging? Pro-actief of re-actief invoeren?

II De 7 rollen van een Account Manager

1. *Externe verkoper*. Zijn doel: een gezonde (commerciële) samenwerking op lange termijn
2. *Relatiebeheerder en netwerker*. Zijn motto: *wat je kent, maar vooral ook wie je kent...*
3. *Project Manager*, vaardig in de stappewijze ontwikkeling van het idee van de klant
4. *Orkestmeester*, de coördinator tussen klant en organisatie, en binnen de organisatie: tussen departementen en collega's
5. *Interne verkoper/marketeer*. Zijn doel: collega's informeren van en enthousiast houden voor de projecten met de klant
6. *Entrepreneur* met een visie op de markt en de opportuniteiten hierin voor de eigen organisatie
7. *Leraar en coach*, in een wereld van continu interne en externe *verandering*, en constante verbetering van de organisatie

III Account Management in de praktijk

Account Mapping, Account Planning, Account Review. Voorbeelden, templates en tips van account plannen
Hoera! Onze klant heeft een strategisch project. Opzetten van een Account Plan in functie van het project

Is dit een programma voor u? *Bent u verkoopmanager of verkoper en verantwoordelijk voor de commerciële organisatie binnen uw bedrijf? Of krijgt u regelmatig te maken met complexe aankoopprocessen? Gelooft u dat een gestructureerde aanpak de lange termijnrelatie met strategische klanten kan versterken en de samenwerking winstgeverder kan maken?* Misschien is Account Management voor u de aangewezen commerciële benadering. U kan in dit programma kennis en inspiratie opdoen.

Duur training

3 dagen

Vereiste voorkennis

Eerste ervaring in verkoop is een voordeel

U kan ons steeds vrijblijvend contacteren voor meer informatie over deze training of andere werkvormen waartoe dit thema zich leent, zoals key note speech, coaching enz.

