

## Training 'Strategisch Accountmanagement'

### De klant als waardevolle en duurzame relatie

Als strategisch account manager is het de primaire verantwoordelijkheid om accounts optimaal te adviseren, ondersteunen en commercieel uit te bouwen. De vaardigheden die daarbij een rol spelen, maken dat de account manager de liaison officer tussen de klant en de eigen organisatie kan zijn. De training Strategisch Account Management verschaft de noodzakelijke tools om op topniveau sales te bedrijven bij key accounts.

### Doel van de training

Op een heldere en gestructureerde manier uw (large) accounts in kaart te brengen, zodanig dat de overdraagbaarheid van deze cruciale informatie optimaal is.

### Inhoud van de training

Voorafgaand aan de training worden met een eenvoudige online test de aanwezige competenties als account manager vastgesteld. Hierdoor kunnen we de training nog beter laten aansluiten bij de persoonlijke behoeften en weten we welke vaardigheden met name ontwikkeld dienen te worden.

In de training gaat u aan de slag en oefent u met eigen cases, opdat de realiteit optimaal wordt benaderd. Powerpoint wordt, als het al wordt gebruikt, terug gebracht naar het absolute minimum, zodat er zoveel mogelijk waardevolle oefentijd beschikbaar is. Na elke trainingsdag ontvangt u een praktijkopdracht.

In impactvolle implementatiesessies wordt het geleerde nog verder aangescherpt en verder gewerkt op basis van de eigen businesscases en accountplan.

U leert hoe uw klanten komen tot hun (koop-) besluiten en worden twee vliegen in 1 klap geslagen: u leert de noodzakelijke vaardigheden en de training resulteert in een praktisch en werkend document.

### Resultaat

Na deze bijzonder praktijkgerichte training bent u als strategisch account manager uitstekend in staat om:

- het account volledig in kaart te brengen
- roadmapping inclusief een contactmatrix van de accounts te maken dat eenvoudig begrijpbaar en overdraagbaar is
- op directieniveau gesprekken te voeren
- de value chain van de klant in kaart te brengen
- value added sales te bedrijven
- noodzakelijk cijfermateriaal te kunnen lezen en correct interpreteren
- een overzichtelijk en gestructureerd accountplan te kunnen opstellen zonder poespas

### Duur

Drie dagen waarbij de eerste twee dagen bij voorkeur aaneengesloten zijn. Na een interval van 2-3 weken, vinden twee implementatiesessies van elk 1 dagdeel plaats.

### Voor wie?

(Aankomend) strategisch account managers

