IFBD
Institute for Business Development

2027

Verhoog uw kennis van complexe beslissingseenheden, krijg inzicht in de tactische en strategische sales-methodes en groei van een reactieve en concurrentie-gevoelige relatie naar een hecht en rendabel partnership!

Strategisch account management

- U leert een strategisch account plan op te stellen én te realiseren om zo te groeien naar hecht en rendabel partnership.
- U leert hoe u omgaat met complexe Decision Making Units.
- U leert hoe u uw klant én uw interne organisatie in beweging krijgt én houdt.



Onder de deskundige leiding van:

Marc Van Autreve
Managing Partner
Coach in Sales & Management
BUSINESS MENTORS

>>> **IFBD.BE** /
sales & marketing

Waarom dit programma?

DE VERANDERENDE RELATIE KLANT-LEVERANCIER

De relatie klant-leverancier zit midden in een veranderingsproces. Als Commercieel of Account Manager bent u dan ook verplicht deze relatie te herdenken in functie van de objectieven van uw organisatie én in functie van de doelstellingen van uw klant. Dagelijks moet u schipperen tussen specifieke wensen van uw klant en de mogelijkheden van uw bedrijf. Belangrijke klanten stellen andere eisen aan uw product/service-informatie/oplossing. Te veel of te vaak toegeven brengt echter de rendabiliteit van uw organisatie in gevaar, te weinig of niet toegeven brengt uw klant in gevaar.

MAATWERK IN EEN MAATPAK: VERKOPER, STRATEEG EN PROJECTCOÖRDINATOR

Deze training leert u hoe u als Account Manager de drie cruciale rollen die u speelt, optimaal kunt invullen. U bent immers "Strateeg" en "Business planner", maar eveneens "verkoper" en "Relatiemanager" en evenzeer "Projectcoördinator" op het snijvlak van klant – leverancier. "Relatiemarketing" blijft rol één van de cruciale bouwstenen binnen het Account Management. Het nastreven van een lange-termijnrelatie met uw klanten is immers uw doelstelling als Account Manager. Maar hoe pakt u dit aan? Hoe groeit u naar een "customized" relatie met uw klanten? Waarin verschilt een "account aanpak" van een traditionele manier van 'verkopen'? Hoe vertaalt u de verschillende klantensegmenten op bedrijfsniveau? Hoe vertaalt u deze drie rollen in uw dagelijkse opdracht en communicatie naar de klant? Deze cursus leert u hoe.

GROEIEN NAAR EEN WIN-WIN RELATIE: INTERN EXTERN TEAMWORK

Als Account Manager heeft u een dubbele functie. Niet alleen vertegenwoordigt u uw firma bij de klant, maar bovendien vertegenwoordigt u de klant binnen uw firma. Deze interactie vormt de standaard verkoperrelatie om tot een lange termijn win-win relatie - die geschoeid is op wederzijds vertrouwen - te komen. Identificatie van alle spelers én de diverse rollen én verantwoordelijkheden is hier de sleutel tot het succes.

ACCOUNT PLANNING & VALUE CHAIN MANAGEMENT

Het definiëren van de objectieven en deze vertalen naar een concrete planning is de meest complexe opdracht van uw job als Account Manager. Lange termijn, korte termijn, kwalitatief, kwantitatief, … Het vertalen van inspanningen naar concrete resultaten staat hier centraal. Aan de hand van concrete oefeningen leert u hoe u dit aanpakt.

De docent



Deze workshop staat onder de deskundige leiding van **Marc Van Autreve**. Hij heeft meer dan 20 jaar ervaring als sales management trainer en coach: 4 jaar bij Krauthammer, 2 jaar bij Vision Communication en meer dan 12 jaar bij Mercuri International. Sinds 2006 is Marc Sales Trainer binnen het IFBD waarbij hij ondernemingen en individuen begeleidt doorheen het integrale verkoopproces. Hiernaast was hij gedurende jaren gastdocent aan de UAMS (Universiteit Antwerpen Management School), EHSAL-Instima, KHLeuven en vele andere. Als trainer is hij gedreven om de manager en zijn/haar medewerkers tot betere resultaten te leiden. Hij werkte als trainer, coach en consultant doorheen diverse organisaties. Dit zowel in B2B, FMCG, Pharma, Banking en High Tech in België alsook in gans Europa. Marc combineert een excellente didactische vaardigheid (met een unieke ervaring als trainer) met een uitzonderlijke kennis van uw specifieke business-omgeving. Hij begeleidt zowel industriële -, diensten-, als FMCG-bedrijven tot een professioneel account management.

Account manager … meer dan een visitekaartje

Strategisch Account Management is hierbij een absoluut hulpmiddel. Maar 'Account Manager' is meer dan een trendy visitekaartje. Het vraagt een totaal andere aanpak waarbij de klant centraal staat. Uw kennis en skills gaan verder dan alleen product- & marktkennis. Onderhandelen op topniveau – met kennis van zaken en inzichten in beslissingsstructuren – is dan ook een kritische succesfactor voor uw job. U heeft er alle belang bij uw 'Accounts' die aandacht te geven die ze verdienen.



Programma

MODULE 1: INLEIDING

- Doelstellingen.
- Wanneer is een account strategisch?
- Belang van key account management.
- Rol en verantwoordelijkheid van de (Key) Account Manager:
- Strateeg en business planner.
- Verkoper en relatie manager.
- Projectcoördinator op het snijvlak tussen klant-leverancier.
- Elke deelnemer presenteert kort zijn/haar real-life case waarop gewerkt zal worden.

MODULE 2: DE VERSCHILLENDE STADIA IN HET ONTWIKKELEN VAN EEN STRATEGISCHE ACCOUNT

- Analyse van de stadia + toepassing.
- Presentatie van de resultaten + bespreking.
- Conclusies en toepassingsplan.

MODULE 3: HET (KEY) ACCOUNT MANAGEMENT MODEL

- Presentatie en analyse van de planningsstructuur.
- Analyse van de informatiebasis + praktische toepassing.
- Analyse van de korte-termijnplanning + praktische toepassing.
- Analyse van de lange-termijnplanning + praktische toepassing.
- Conclusies en toepassingsplan.

MODULE 4: SWOTCA ALS ANALYSE-INSTRUMENT

- Hoe maak ik een correcte SWOT-analyse (strengths, weaknesses, opportunities, threats)?
- “Wie SWOT zegt, moet SWOTCA handelen”!
- SWOTCA in de praktijk brengen (real-life case).
- Conclusies en toepassingsplan.

Timing cursusdagen

08.30	Ontvangst, registratie met koffie/thee.
09.00	Start van de trainingsdag (met voorstelling docent)
12.30	Lunch
17.00	Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

Programma

MODULE 5: NETWORK MANAGEMENT

- Positionering van de (key) account manager als "chef d'orchestre".
- Een definitie van network management.
- Wie komt in aanraking met key accounts?
- Wie zou in aanraking moeten komen met key accounts?
- Implementeren van de "good virus-tactic: go high and wide".
- Toepassing op de real-life case en presentatie.
- Conclusies en toepassingsplan.

MODULE 6: DECISION MAKING UNIT OF HET BUYING CENTER VAN DE ACCOUNT

- Analyse van het beslissingsproces.
- Toepassen van het 3P-model.
- Analyse van het beïnvloedingsproces binnen de organisatie van de klant.
- Toepassing op de real-life case en presentatie.
- Conclusies en toepassingsplan.

MODULE 7: VALUE CHAIN MANAGEMENT

- Totaalbeeld schetsen: onze leveranciers > onze onderneming > onze key accounts.
- Toegevoegde waarde creëren voor onze klanten: think global.
- Vertaalslag maken naar een geïntegreerd en uitvoerbaar plan.
- Conclusies en toepassingsplan.

MODULE 8: KEY ACCOUNT MANAGEMENT = T.E.A.M.- WORK

- Rol van een KAT (key account team)?
- Samenstellen van een KAT.
- Gericht werken met een KAT.
- Toepassing op de real-life case.
- Conclusies en toepassingsplan.

MODULE 9: SAMENVATTING VAN HET PROGRAMMA

- "Boobytraps" in key account management.
- Hoe het key account plan levend houden?
- Algemene conclusies.



Methodiek & doelstelling van deze training

Deze training is samengesteld met als doel large accounts op een proactieve manier te bewerken aan de hand van een stevig en gefundeerd "key account plan". In het key account plan dat wordt opgesteld, worden alle vereiste gegevens op een gestructureerde manier besproken, aan de realiteit getoetst en concreet toegepast. In het key account plan worden korte en lange termijn strategieën uitgewerkt.

De doelstellingen zijn als volgt vastgelegd:

> Met meer zekerheid geplande resultaten bij key accounts realiseren.
> Beter omgaan met het natuurlijk spanningsveld tussen enerzijds het behalen van korte termijn resultaten bij een key account en anderzijds het veiligstellen van de resultaten op lange termijn.
> Integreren van de verschillende functies en afdelingen die bij het bewerken van key accounts een cruciale rol spelen.
> Inzicht verwerven in het value chain-principe en er als Key Account Manager succesvol mee kunnen werken.
> Het concreet opstellen van een gefundeerd en praktisch key account plan met objectieve, uitwisselbare en uniforme informatie.
> Inzicht verwerven in "wat maakt teams succesvol?" en er als Key Account Manager in de praktijk mee weten om te gaan.
> Opstellen van een operationeel key account plan.
> Het perfect invullen van uw drie rollen als "Account Manager": verkoper, strateeg en project-coördinator.

Strategisch account management

2027

> **Datum & locatie:** zie hiertoe onze website **www.ifbd.be**
> **Kostprijs: € 1.495** (excl. BTW)

>>> INSCHRIJVEN

E-mail:
info@ifbd.be



klik hier

Via onze website:
ifbd.be



klik hier

Via QR:

Telefoon:
00 32 50 38 30 30



Voor meer informatie omtrent uw inschrijving ...

>>> INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

De deelnameprijs aan dit 2-daagse programma bedraagt **1.495 Euro** excl. 21% BTW. Dit bedrag is inclusief koude/warme dranken en een uitgebreide lunch tijdens de cursusdagen. U ontvangt bovendien een **documentatiemap** die u als naslagwerk kunt raadplegen.

Het IFBD geeft per extra deelnemende collega **5% extra korting** op het **totaalbedrag** met een maximale **korting van 20%** (= 5 deelnemers of meer).

Na ontvangst van uw inschrijving krijgt u een **deelnamebevestiging** en een factuur. Een tweetal weken voor de cursus ontvangt u een **herinnering met nog enige praktische informatie** en een **routebeschrijving**.

Annulatie.
We begrijpen dat andere prioriteiten kunnen optreden tussen uw inschrijving en de cursus. Indien wij minstens **2 weken voor de cursus** uw annulatie ontvangen zoeken we samen met u naar de beste oplossing. **Minder dan 2 weken voor de eerste cursusdag** bent u ons het integrale bedrag verschuldigd en wordt mogelijks een administratieve kost (€ 95) aangerekend. Wij zijn uiteraard steeds verheugd een collega te mogen verwelkomen in uw plaats.

HOTELOVERNACHTING OP DE LOCATIE VAN DE TRAINING

U kan op onze diverse trainingslocaties veelal een overnachting boeken om de cursus op een ontspannen manier te kunnen aanvatten en/of af te sluiten. Meer informatie hieromtrent vindt u op onze website of via volgende link: www.ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden

IFBD-DATABASE & GDPR

We houden u graag op de hoogte van de laatste evoluties binnen uw sector. Daarom hebben we uw gegevens opgenomen in onze database. Uw informatie is voor eigen gebruik, wordt beveiligd en nooit aan derden doorgegeven. Hiertoe nemen we alle nodige maatregelen. Te allen tijde heeft u - overeenkomstig de wet "verwerking persoonsgegevens" van 8/12/1992 en de "AVG-reglementering" van 24/5/2016 - recht op inzage, wijziging of verwijdering van uw gegevens. Meer informatie via onze webpagina www.ifbd.be/nl/GDPR of via e-mail: DPO@ifbd.be.

ALGEMENE VOORWAARDEN

Op onze website op de pagina **ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden** vindt u al onze modaliteiten terug.