

PRACTITIONER

‘Ontwikkel je sales competenties!’



**[MAXIMAAL
TWAALF
DEELNEMERS]**



AccountManagementFMCG
een must voor iedere sales professional

► Herken je dat?

Je hebt de overstap gemaakt naar sales en bent verantwoordelijk voor een aantal accounts. Dan kom je tot de ontdekking dat je compleet nieuwe competenties hebt te ontwikkelen. **Want verkopen is een vak!** Alles wat je doet, of nalaat te doen, heeft een directe impact op de resultaten. Communicatie blijkt je belangrijkste vaardigheid te zijn om aan te sluiten op de doelen van de Category Manager en het account. Essentieel om contact te kunnen maken met je klant. Om vanuit je analyse met steekhoudende argumenten te kunnen komen. Om gesprekken te kunnen voeren waarbij je in staat bent om echt te luisteren en door te kunnen vragen.

► Waarom deze opleiding?

In de praktijk merken wij dat veel Account Managers het vak instappen met 'vallen en opstaan' als leercurve. Met dit programma bieden wij Account Managers de mogelijkheid om die leercurve aanzienlijk te versnellen door in drie maanden tijd de belangrijkste competenties te ontwikkelen. In de vijf jaar dat wij dit programma aanbieden hebben rond de honderd deelnemers zich versneld ontwikkeld met vaak tijdens de training al impactvolle resultaten in hun dagelijkse praktijk. Dit sluit volledig aan op onze belangrijkste drijfveren om dit programma aan te bieden namelijk: 'Onze deelnemers ontwikkelen tot professionele Accountmanagers'. Vanuit onze oprechte betrokkenheid en op basis van handzame tools, technieken, herkenbare praktijk-simulaties en door vooral veel te oefenen.

► Voor wie bedoeld?

Voor mensen die 1 à 2 jaar in het vak zitten. Of net de overstap vanuit Trade Marketing, Marketing of Field Sales hebben gemaakt. En voor iedereen die merkt dat het vak van Account Management om specifieke competenties vraagt die daadwerkelijk impact hebben op de resultaten. Deze praktische opleiding voorziet in de behoefte van professionele Account Managers die werken met retailers in zowel het Food-, Drug- als Farmacie kanaal en die zich verder op professionele wijze willen ontwikkelen.

► Retailers als gastspreker

Tijdens dit programma worden Category Managers van retailers uitgenodigd om hun visie op professioneel Account Management en samenwerking te geven. Een inspirerende en vaak openhartige inkijk in de 'wereld van de klant'!

► Kennis, kunde en inspiratie van nu

In dit programma gebruiken wij de nieuwste inzichten op het gebied van communicatie, psychologie en sales. Wij gebruiken een inspirerende literatuurlijst met auteurs als Simon Sinek, (Start with WHY), Robert B. Cialdini (Overtuigingskracht), Pacelle van Goethem (IJs verkopen aan Eskimo's) en publicaties op het gebied van Neuro selling.

Zij gingen u voor: Bakkersland – Bayer – Beiersdorf – Coty Benelux – Duvel Moortgat – Go-Tan – H.J.Heinz – Ferrero –Fortuin Dockum – GlaxoSmithKline – Groentehof – Hak – Haribo – Intersnack – Intertaste – Kimberley-Clark – Lutèce – Nutricia – Koninklijke Peijnenburg – Vemedia – Vrumona – Yakult – Queens Vis – Scandinavian Tobacco Group – L'Oreal – Storck – Verkade – Tivall.

► Opzet programma:

De 7 stappen van een effectief gesprek

In de opzet van dit programma zijn alle skills en technieken gerelateerd aan onze aanpak 'De 7 stappen van een effectief gesprek'.



Dit verband dient als leidraad voor alle technieken die tijdens de sessies worden behandeld.

► **Stap 1. Rapport**

'Contact maken', socialiseren en het creëren van betrokkenheid zijn de basis voor ieder gesprek. Vertrouwen in de ander is een essentiële voorwaarde om open te staan voor de inhoudelijke boodschap tijdens het gesprek.

► **Stap 2. Gespreksopening**

Doel, Voordeel en Check is een effectieve techniek om bij de start van het gesprek de regie te nemen en zo een effectief gesprek te voeren in de daarvoor vastgestelde tijd. Daarnaast zit er een groot voordeel voor de Account Manager zelf omdat het een scherpe focus geeft op het uiteindelijke doel van het gesprek.

► **Stap 3. SPIN-selling**

Hoe kom je tijdens een gesprek aan informatie over de belangen, wensen en doelstellingen van een Category Manager? De sales techniek van SPIN-selling (Neil Rackham) is een bewezen succesvolle techniek om op een gestructureerde wijze de pijn- en plezierpunten van de klant te achterhalen. Deze techniek bestaat uit vier type vragen die de klant bewust maakt van zijn/haar eigen behoeften.

► **Stap 4. Luisteren**

Hoe zorg je ervoor dat je de ander echt begrijpt? Luisteren, samenvatten en doorvragen zijn fundamentele communicatie vaardigheden om tot de kern te komen.

► **Stap 5. Messagehouse**

Je hebt een plan of een voorstel. Hoe breng je dat op overtuigende wijze over? Het Messagehouse is een structuur die in alle mediatrainingen wordt gebruikt. Het maakt gebruik van de 'kracht van drie' en brengt op indringende wijze de boodschap kort en kernachtig over bij de klant.

► **Stap 6. Tegenwerpingen**

Ook wel ervaren als heel lastig. Met onze MODO-structuur leer je om samen met de klant de 'tegenwerping' om te zetten naar alternatieve oplossingen voor de genoemde bezwaren, passend in wederzijdse doelstellingen.

► **Stap 7. Afspraken**

Te vaak wordt 'vergeten' om het resultaat van het gesprek om te zetten naar concrete SMART-afspraken. Wat heb je concreet afgesproken en wie doet wat? Is er echt commitment? Neemt de klant hier ook verantwoordelijkheid?

► **Opzet 5-daagse programma Practitioner**

► **Sessie 1. Accountmanagement: de Basis!**

Wat betekent het om 'verantwoordelijk' te zijn voor een account?
Wat komt daarbij kijken? Wat is je vertrekpunt en wat wil je heel concreet en specifiek bereiken?

Onderwerpen die tijdens deze sessie aan de orde komen zijn:

- ✓ Kennismaking en Klimaat
- ✓ De one-pager van je klant
- ✓ Jouw accountplan op 1 A-viertje
- ✓ Jezelf en je bedrijf neerzetten met een Elevator pitch
- ✓ Leren door Intervisie
- ✓ Voorbereiding: maak jouw Accountplan op 1 A-viertje



► **Sessie 2. Regie in het gesprek**

Tijdens deze sessie leert men een aantal essentiële gesprekstechnieken om de regie te houden in het gesprek.

Onderwerpen die tijdens deze sessie aan de orde komen zijn:

- ✓ Het creëren van een positief klimaat
- ✓ Het neerzetten van een effectieve opening van een gesprek
- ✓ Informatie verkrijgen door middel van Luisteren, Samenvatten en Doorvragen
- ✓ Wegblijven uit de details met behulp van Up- en Downchuncken
- ✓ De Pijn naar bovenhalen met SPIN-selling vraagtechnieken
- ✓ Werken vanuit praktijksimulaties
- ✓ Voorbereiding: maak een afspraak met je account en ontdek de pijn- en plezierpunten van je Category Manager.

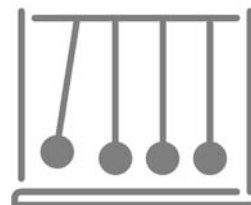


► Sessie 3. Impact en overtuigingskracht

Je hebt een introductie of een belangrijke promotie die je gerealiseerd wilt krijgen. Hoe doe je dat met een maximale impact en overtuigingskracht?

Onderwerpen die tijdens deze sessie aan de orde komen zijn:

- ✓ Werken met Model van Invloed
- ✓ Toepassen van de SOEP-structuur
- ✓ Van propositie naar Messagehouse
- ✓ Werken vanuit praktijksimulaties
- ✓ Voorbereiding: zet je eerstkomende accountvoorstel om in de aangeboden structuren



► Sessie 4. Omgaan met 'tegenwerpingen'

Vaak worden vragen van klanten ervaren als 'tegenwerpingen'. De bekende 'ja, maar'. We noemen het ook wel 'weerstand'. Het is niet altijd terecht om zo de reactie van de klant te 'labelen'. Vanuit inzichten uit Neuro-selling blijkt dat klanten vaak vragen stellen omdat de hoeveelheid informatie niet gelijk kan worden verwerkt. Ook is het een teken dat de informatie een juiste plek dient te krijgen in de doelen van de klant.

Onderwerpen die tijdens deze sessie aan de orde komen zijn zaken als:

- ✓ Herkennen van echte en onechte weerstand
- ✓ Inzetten van de MODO techniek
- ✓ Werken met effectieve communicatiestijlen
- ✓ SMART-afspraken maken met de klant
- ✓ Werken vanuit praktijksimulaties
- ✓ Voorbereiding: inventariseren en analyseren welke weerstand je vaak ondervindt



► Sessie 5. Onderhandelen in de praktijk

Ieder gesprek is een onderhandeling. Hoe vaak krijg je niet de vraag of je nog even een folder kunt invullen? Of de promo volumes naar boven aangepast kunnen worden? Of de actiekorting meer mag zijn en de actieprijs iets dieper? Tijdens deze dag leer je de basisregels van het onderhandelen. Hoe maximaliseer je jouw resultaat uit de onderhandeling?

Onderwerpen die tijdens deze sessie aan de orde komen zijn:

- ✓ De voorbereiding op een onderhandeling
- ✓ Het uitruilen van variabelen
- ✓ Een positieve 'nee' op extreme eisen van de ander.
- ✓ Het herkennen van de 'Dirty tricks' en ermee om weten te gaan
- ✓ Werken met praktijksimulaties
- ✓ Na afloop van deze dag: de uitreiking van het certificaat.



► Data

Datum	Onderwerp
Dinsdag 4 april	Accountmanagement: de Basis!
Dinsdag 18 april	Regie in het gesprek
Dinsdag 2 mei	Impact en overtuigingskracht
Dinsdag 16 mei	Omgaan met 'tegenwerpingen'
Dinsdag 13 juni	Onderhandelen in de praktijk

► Aantal deelnemers

Om een optimale begeleiding van de deelnemers te kunnen garanderen is de groeps-grootte vastgesteld op **maximaal twaalf deelnemers**. Inschrijving vindt plaats op basis van moment van aanmelding.

► Wat levert het op?

Door deze opleiding te volgen zal je met meer kennis, kunde en overtuigingskracht effectiever zijn in het realiseren van jouw accountdoelstellingen. Een investering die zich dubbel en dwars terugverdient. Reken maar uit wat het je oplevert indien je juist wel die ene SKU weet te listen, meer uit een onderhandeling haalt en het rendement van de promoties met 1% weet te verbeteren!

► Investering

De investering voor deze leergang Account Management FMCG Practitioner bedraagt € 2.995,- per deelnemer. Voor locaties en vergaderarrangement wordt € 295,- in rekening gebracht. Bedragen zijn exclusief 21% BTW.

Dit is inclusief:

- Begeleiding door twee professionele en ervaren praktijk trainers
- Inzet van trainingsacteurs
- Gastsprekers/experts uit retail - FMCG
- Intervisie sessies tussen de trainingsdagen door
- Inspirerende locaties
- Tussentijds contact over situaties in de praktijk met Mark en Henk

Meer weten?

Het snelst werkt een telefoontje naar Henk Janssen en Mark van Beek.
Meer informatie over onze werkwijze vindt u op onze website
www.accountmanagementfmcg.nl.

Contactgegevens:

AccountmanagementFMCG,
Woudenbergseweg 41, 3711 AA Austerlitz.
Henk Janssen: 06-54 33 17 09
Mark van Beek: 06-51 19 44 33



Deelnemers aan het woord:



"Henk en Mark zijn enorm inspirerend, mede dankzij hen ben ik gaan inzien hoe rijk het salesvak is. Naast het leren van essentiële sales tools zat de meerwaarde voor mij in de inzichten die werden geboden op het communicatievlak. Deze Practitioner speelt perfect in op de verschuiving van de focus van transactie naar relatie binnen het salesvak!"

Annelies van Hierden – HJ Heinz

"Mark en Henk's enthousiasme tijdens de Practitioner zorgt er voor dat je het meest uit de dagen haalt en je uiteindelijk weg loopt met een aantal sales tools die jou helpen in de praktijk! Een aanrader voor iedere beginnende accountmanager."

Daan van Oorschot - Ferrero



"AccountmanagementFMCG heeft me opgeleverd dat ik niet alleen een scherper beeld heb gekregen van mijn eigen krachten en drivers, maar ook de tools aangereikt heb gekregen om deze effectief in te zetten in mijn rol als accountmanager."

Jeroen Harks – Koninklijke Peijnenburg

"Wat ze beloven maken ze waar. Ik word me ervan bewust wat het vak inhoudt en leer ongelooflijk veel bij."

Leila Cornelis – Coty Benelux



"AccountmanagementFMCG is voor mij een mix van handige praktische tools, persoonlijke reflectie en een bron van energie en inspiratie. Waarmee ik zowel intern als extern mijn voordeel doe."

Corben van den Berg – Aviko

"Voor mij heeft deze training ervoor gezorgd dat ik zelfverzekerder de gesprekken met de klant in ga. Ik nu weet beter hoe ik rustig kan blijven in een lastige situatie en laat me minder snel van m'n stuk brengen. Ook heeft het mij geholpen om tijdens gesprekken het overzicht te bewaren, de regie te behouden en te focussen op het hogere doel."

Jelmer Eibergen - L'Oréal



AccountmanagementFMCG

Vanuit de behoefte aan pragmatische sales vaardigheden voor accountmanagers in de FMCG branche zijn *Mark van Beek* en *Henk Janssen* begonnen met het opzetten en aanbieden van praktijkgerichte Accountmanagement opleidingen. In 2012 is zodoende de basis gelegd voor AccountmanagementFMCG. Een instituut die opleidingen aanbiedt voor accountmanagers binnen de FMCG branche in de vorm van een opleiding Practitioner (sales vaardigheden) en Advanced (Sales Leadership). Daarnaast verzorgen zij samen verschillende in-company trajecten.

Henk Janssen

Henk Janssen is sinds 1996 oprichter en eigenaar van Idee•Consult BV met als missie 'bedrijven succesvoller te maken'. Hij doet dit vanuit de overtuiging 'anders denken laat anders doen'.

Hij is als trainer en coach gespecialiseerd in het ontwikkelen en sterker maken van managers in een commerciële omgeving. Opdrachtgevers zijn A-merk fabrikanten in Food & Drug. Hij heeft zijn 'ervaring in succes' opgedaan in diverse marketing-, sales- en general managementfuncties bij Nutricia, John West en Wella. Bedrijven waar zijn filosofie en werkwijze tot opvallende groeicijfers hebben geleid. Na zijn NLP-practitioner, Master- en trainersopleiding is hij in 2008 'Internationaal gecertificeerd NLP trainer' geworden. Binnen zijn commerciële trainingen heeft hij zich gespecialiseerd in het begeleiden van fabrikanten bij het onderhandelen tijdens de jaargesprekken. In deze begeleiding ligt de nadruk op communicatie, psychologie en tactiek.

Henk is auteur van de boeken '*Creatief verkopen*' en '*Tien tools voor anders denken in verkoop*'. Tevens heeft Henk vaste columns geschreven voor het vakblad Sales Management en Food Personality.

Voor meer informatie zie ook:
www.ideeconsult.nl en www.quick-wins.nl



Mark van Beek

Mark van Beek is oprichter en eigenaar van The Better Sales Company. Een organisatie met passie voor het ontwikkelen van commercieel talent. Mark is in diverse commerciële en leidinggevende functies werkzaam geweest, waaronder vanaf 1996 bij PepsiCo en vanaf 2000 bij Beiersdorf.

'Als je doet wat je deed krijg je wat je kreeg!' Met dit motto inspireert hij zijn deelnemers tijdens zijn trainingen en programma's. 'Daag jezelf uit om nieuwe initiatieven te ontplooiën en creatief te zijn. Inspireer je klanten en collega's om samen met jou te groeien. En als je dat met passie en plezier doet, volgen de goede resultaten'.

Tijdens zijn periode bij Beiersdorf heeft Mark de resultaten van het Advantage rapport concreet omgezet in een meer klantgerichte organisatie. Dit heeft binnen drie jaar geleid tot een top-3 positie binnen de categorie!

Mark is gecertificeerd trainer, Strategisch Coach, One-Minute Coach en Insights Trainer. Gecombineerd met zijn meer dan 20 jaar commerciële ervaring vormt dit een ideale mix voor zijn inspirerende en impactvolle trainingen.

Voor meer informatie zie ook:
www.thebettersalescompany.nl

