

IMPACT

voor trademarketeers



‘Van inhoud naar impact’

**[MAXIMAAL
TWAALF
DEELNEMERS]**



AccountManagementFMCG
een must voor iedere sales professional

► Herken je dat?

Je bent Trade marketeer of Category manager. Je hebt een messcherpe analyse klaar over mogelijke kansen in de categorie. Je kunt exact aangeven waar 'de pijn' zit bij de gerealiseerde omzet. Je hebt een fantastisch shopper onderzoek afgerond en je staat te trappen om iedereen in de resultaten mee te nemen. Hoe neem je dan de klant mee? Hoe krijg je accountmanagement mee in je visie? Kortom, hoe kom je van inhoud naar impact?

► Waarom deze tweedaagse opleiding?

In de praktijk merken wij dat veel Trade Marketeers het een uitdaging vinden om hun kennis, inzichten en visie gedragen te laten worden door Category Managers bij de klant en door de eigen interne organisatie. Met dit programma bieden wij Trade Marketeers concrete handvatten en technieken om hun kennis en visie om te zetten naar een positieve impact op de resultaten.

► Voor wie bedoeld?

Trade marketeers die hun communicatie vaardigheden op het vlak van impact en overtuigingskracht willen versterken. Deze praktische opleiding voorziet in de behoefte van trade marketeers die werken met retailers in zowel het Food-, Drug- als Farmacie kanaal.

► Retailers als gastspreker

Tijdens dit programma wordt een Category Manager uitgenodigd om zijn/haar visie op de toegevoegde waarde van trade marketing binnen de samenwerking te geven. Een inspirerende en openhartige inblik 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 (IJsverkoop aan Eskimo's) en publicaties op het gebied van Neuro selling.

► Opzet programma

Alle communicatievaardigheden en -technieken zijn in verband gebracht met inzichten op het vlak van Impact, overtuigingskracht en neuro selling. Tijdens de workshop krijgt men de mogelijkheid om een eigen praktijkcase volgens de technieken uit de sessie om te bouwen en aan te passen. In de tweede sessie leert men hoe dit plan of voorstel op impactvolle wijze in een 1 op 1 situatie te presenteren.

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.

► Sessie 1. Van inhoud naar impact met de S.O.E.P. structuur

Wanneer zijn mensen bereid om naar je te luisteren? Hoe kan je informatie doseren? Zet de inhoud van je presentatie in de S.O.E.P. structuur. Merk hoe je met een minimum aan slides een maximale impact realiseert!

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

- ☒ Model van invloed
- ☒ De S.O.E.P.-structuur
- ☒ Van propositie naar message house
- ☒ Werken op basis van eigen praktijkcases

► Sessie 2. Overtuigen aan tafel

Tijdens deze sessie leert men een aantal essentiële gesprekstechnieken om de inhoud op impactvolle wijze te presenteren in 1 op 1 situaties.

Onderwerpen die tijdens deze sessie aan de orde komen zijn:

- ☒ Gast spreker uit de Retail
- ☒ De effectieve opening middels de DVC
- ☒ Up- en downchuncken
- ☒ MODO bij mogelijke tegenwerpingen

► Data

Datum	Onderwerp
Donderdag 20 april	Sessie 1 Van inhoud naar impact met de S.O.E.P. structuur
Donderdag 11 mei	Sessie 2 Overtuigen aan tafel

► Aantal deelnemers

Om een intensieve 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 iedereen met meer kunde en overtuigingskracht effectiever zijn. 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 of het rendement van de promoties met 1% weet te verbeteren!

► Investering

De investering voor deze workshop bedraagt € 995,- per deelnemer. Voor locatie en vergaderarrangement wordt € 95,- in rekening gebracht. Bedragen zijn excl. BTW.

Dit is inclusief:

- Begeleiding door twee professionele en ervaren praktijk trainers
- Gast spreker uit retail - FMCG
- Inspirerende locatie en lunch
- Tussentijds contact over eigen praktijksituaties met Mark en Henk

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

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 opleidingen. In 2012 is daarmee de basis gelegd voor AccountmanagementFMCG. Een instituut die opleidingen aanbiedt binnen de FMCG branche op het gebied van salesvaardigheden, sales leadership, communicatie en toegepaste psychologie. Daarnaast verzorgen zij samen verschillende in-company trajecten.

Henk Janssen

Henk Janssen is sinds 1996 oprichter en eigenaar van IdeeConsult BV met als missie 'bedrijven succesvoller te maken'. Opdrachtgevers zijn A-merk fabrikanten in Food & Drug. Hij heeft zijn 'ervaring in succes' opgedaan in diverse marketing-, sales- en general management-functies bij Nutricia, John West en Wella.

Bedrijven waar zijn filosofie en werkwijze tot opvallende groeicijfers hebben geleid. Henk is 'Internationaal gecertificeerd NLP trainer'. 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 Food Personality.

Voor meer informatie zie ook:
www.ideoconsult.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 PepsiCo en 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'. Mark is gecertificeerd trainer, Strategisch Coach, One-Minute Coach en Insights Trainer.

Voor meer informatie zie ook:
www.thebettersalescompany.nl

