

# TAKE ADVANTAGE

*‘Het begint met een ambitie’*



AccountManagement**FMCG**  
een must voor iedere sales professional

## **Quotes van retailers over de samenwerking met fabrikanten. Herkenbaar?**

*"In veel assortimentsgroepen innoveren wij sneller dan de A-merken. Wij starten dit initiatief natuurlijk ook niet uit luxe. Het is ook nodig".*

Ed van de Weerd, Directeur commercie Jumbo, DistriFood (20 juni 2016).

*"Innovatie is een van de redenen van de plussende omzet van AH en de private labels van de Zaanse retailer zijn innovatiever dan menig A-merk, vindt Ahold-topman Dick Boer. De ceo verwacht dat de fusie met Delhaize de eigen merken verder gaan versterken".*

Dick Boer, CEO Ahold, Levensmiddelenkrant 16 juni 2016.

## **Quotes van retailers uit het Advantage rapport. Welke gaat over jullie?**

*"Onderhandelingen waren taai maar uiteindelijk kom je er met deze fabrikant altijd uit. Het siert ze dat men altijd blijft zoeken naar oplossingen".*

*"We delen elkaars strategieën en zoeken samen naar kansen".*

*"Er waait een heel andere wind. Er is echt een wil om het samen te doen. Dat maakt het verschil".*

*"Ze zijn absoluut heel goed bezig. We hebben een hele goede fit. Kwestie van geven en nemen".*

## ▶ **Het rapport is binnen. En nu?**

Waarschijnlijk heel herkenbaar. Wat te doen met de resultaten uit het Advantage rapport? Alleen weten op welke plaats je staat ten opzichte van uw directe concurrenten is niet voldoende. Hoe pak je een voorsprong? Hoe doe je je voordeel met deze resultaten? Wij zeggen: 'Take Advantage' en zet het rapport om in concrete actie! Om werkelijk te ontwikkelen is de belangrijkste vraag: 'Hoe gaan we onze ambitie realiseren en wat is daarvoor nodig?'

## ▶ **Het begint met een ambitie!**

Welke rol hebben wij voor onze Retail klanten? Wat is hun perceptie over ons? Over onze toegevoegde waarde? Over onze prestaties in de categorie? Over onze manier van samenwerken? Waar zit de ruimte voor verbetering? Kortom: wat is onze ambitie? Internationaal onderzoek toont aan dat werken met het Advantage rapport leidt tot concrete resultaatverbeteringen. In omzet, winst en kostenbeheersing. Echter, alleen het rapport afnemen is niet voldoende.

Het Advantage rapport is een zeer waardevol instrument voor zowel handel als industrie om gezamenlijk de resultaten te verbeteren. En dat kan alleen als het wordt gebruikt waarvoor het is bedoeld: een tool om verder stappen te zetten. Om verbeterprocessen op te starten. Kortom, om gezamenlijke ambities te realiseren!

## ▶ **Samenwerking met AccountmanagementFMCG.**

Om de resultaten van het Advantage rapport om te zetten in het realiseren van ambities sluiten de werkzaamheden van de Advantage Group nauw aan met die van AccountmanagementFMCG. Gespecialiseerd in de markt van Food en Drug begeleiden wij A-merk fabrikanten in het realiseren van hun ambities. Gebaseerd op onze overtuiging: "*anders denken laat anders doen*". In onze werkwijze staat uw ambitie centraal en wordt een maatwerkprogramma ontworpen dat volledig is afgestemd op uw ambitieniveau.

## **Ons aanbod:**

**Take 1: Quick fix.** Een inspirerende sessie van één dag waarop de resultaten op inspirerende en verrassende wijze met elkaar worden gedeeld. Kijken vanuit een ander perspectief. Jezelf en de ander een spiegel voorhouden. Op zoek naar quick wins. Wegblijven van excuses! Kortom, aan het einde van de dag is er een concreet plan met persoonlijke acties.

**Take 2: Customer Boost Camp.** Twee dagen inspiratie, confrontatie, strategie en teamwork. De inzichten uit het Advantage rapport worden doorvertaald naar het strategisch accountplan.

**Take 3: The Grow Curve.** Een uniek maatwerkprogramma gebaseerd op onze zeven building blocks waarin salesteams intensief worden begeleid en getraind op weg naar een excellente performance.

## Programma's Take Advantage

### ► Take 1: Quick fix

Van Doel naar Actie – Een inspirerende en creatieve rondvlucht van een dag.



De resultaten zijn binnen en gepresenteerd. Wat nu? Geen excuses maar een plan. Waar willen we staan volgend jaar? Wat dient daarvoor te gebeuren? Tijdens de Quick Fix gaan we op zoek naar Quick Wins. Op originele en verrassende wijze gaan we de uitkomsten van het Advantage rapport met elkaar delen. Om vervolgens het team mee te nemen in het vaststellen van de eerste persoonlijke actiestappen. Weggezet op een tijdlijn en met SMART doelen.

#### Flight-plan:

- Kick-off. Inspiratie en mindset.
- Kruip in de huid van. Kijken naar resultaten vanuit een ander perspectief.
- Quick wins. Ontdekken waar we op korte termijn kunnen verbeteren?
- World-café. Een inspirerende werkvorm om samen tot nieuwe ideeën en inzichten te komen.
- Feed Forward. Ontwikkelen van je persoonlijke en concrete actieplan.

**De oogst: concrete actie en verbetering, energie en teamspirit!**

### ► Take 2: Customer Boost Camp.

Een tweedaagse inspiratie reis in het hoofd van de klant. Wie is de klant, hoe denkt de klant, wat wil de klant en hoe kunnen en willen we aansluiten op zijn strategie?



Vanuit de resultaten van het Advantage onderzoek en de kennis over de strategie van de klant gaan we op zoek naar de 'blind spots' in onze aanpak. Om na twee dagen geïnspireerd en vol energie aan de slag te gaan met het realiseren van de ambitie van de organisatie.

#### Reisschema dag I:

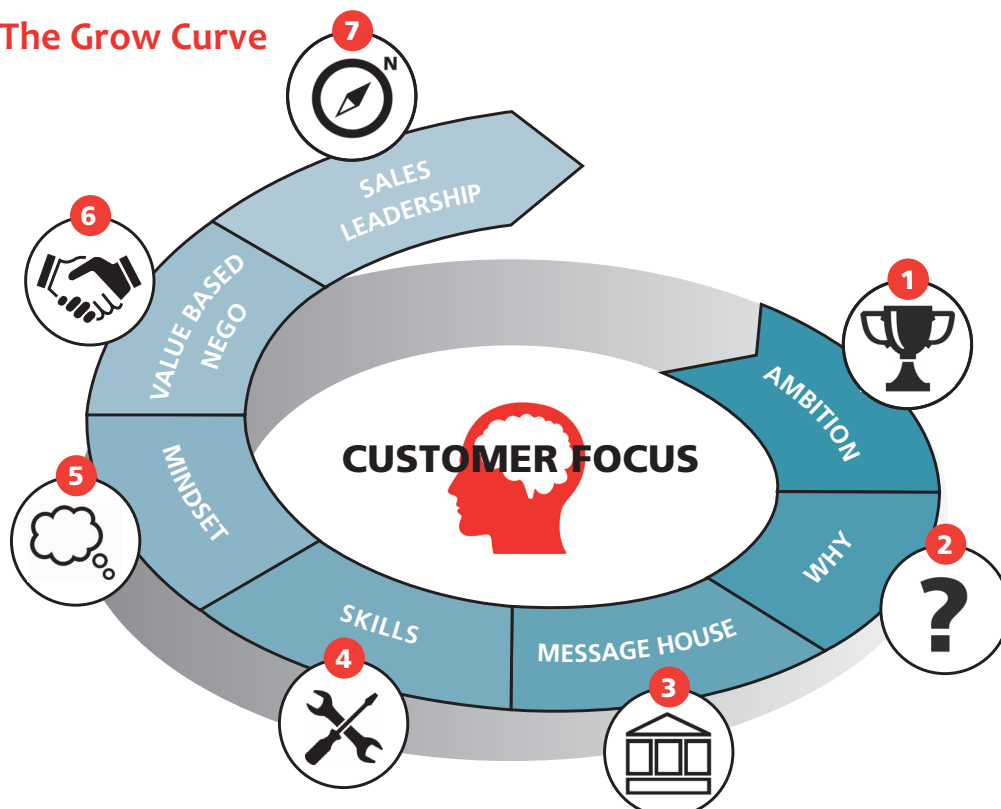
- Inchecken. Wat zit er morgenavond in onze koffer?
- Kruip in de huid van. Kijken naar resultaten vanuit een ander perspectief.
- Naar buiten. Inspiratie opdoen en ontdekken wat er om ons heen gebeurt.
- Impact. Dineren met de klant.
- Aan de bar. Borrelpraat.

## Reisschema dag II:

- Ontbijt. De waarheid mag gezegd worden.
- World-café. Een inspirerende werkvorm om samen tot nieuwe ideeën en inzichten te komen.
- Feed Back. Wat is mijn blind-spot.
- Feed Forward. Ontwikkelen van je persoonlijke en concrete actieplan.

**De oogst: iedereen 'voor in de bus' met een concreet plan van aanpak!**

### ► Take 3: The Grow Curve



### The Grow Curve: it's boarding time.

Voor een duurzame verbetering van uw salesorganisatie dagen wij u uit om aan boord te gaan van 'The Grow Curve'. Een uniek programma dat gaat leiden tot GROEI: Persoonlijke GROEI, Team GROEI en Klant GROEI. Met als resultaat dat uw omzet, winst en marktaandeel zullen toenemen. GROEI is een keuze en die keuze vergt lef, tijd, geld en energie! The Grow Curve is een reis die wij speciaal voor u zullen samenstellen. Met als fundament de zeven Building Blocks als key-drivers die u tijdens deze reis gaat ervaren en onderzoeken. Building Blocks die essentieel zijn om als organisatie verder te groeien.

### Centraal: Customer Focus.

Centraal in deze reis staat een heldere Customer Focus. Wat zijn de specifieke belangen van het account? Wat is hun strategie? Op welke punten zoeken zij samenwerking en support? Welke rol kunnen wij vervullen in hun categorie? En hoe sluiten we dit op strategisch niveau op elkaar aan?

## BUILDING BLOCKS:

### Building Block 1: AMBITIE.

Het begint met een droom, met een ambitie. Waar willen we naar toe, wat is het punt op de horizon? Waar willen we volgend jaar staan? Wat dient daarvoor te gebeuren? In onze sessie 'Van doel naar actie' nemen wij het team mee in het uitzetten van een ambitieus doel met de bijbehorende actiestappen.

1



### Building Block 2: DE 'WHY'.

Waarin onderscheiden wij ons van alle anderen in onze categorie? Hoe maken wij elke dag het verschil? Waarom doen we wat we doen? De 'WHY' gaat helpen om op krachtige wijze de kernboodschap van onze organisatie over te brengen. En deze heldere kernboodschap is sturend naar zowel de klant als naar de interne organisatie.

2



### Building Block 3: MESSAGEHOUSE.

Zodra de kernboodschap staat gaan we op zoek naar de pilaren onder deze boodschap. Hoe gaan deze pilaren op onderscheidende wijze een bijdrage leveren aan de 'WHY'? Wij vertalen dit in de structuur van het 'Messagehouse'. Een krachtig instrument dat iedereen in staat stelt om de boodschap kort en met veel impact te presenteren.

3



### Building Block 4: MINDSET.

Het begint met een ambitie. Onlosmakelijk daarmee verbonden is de juiste mindset. Een mindset gebaseerd op persoonlijk leiderschap en 'getting things done'. Je bewust worden van je eigen mentale stemming en het trainen van je mentale veerkracht. Lol hebben in verandering, kijken wat wel mogelijk is, focus op zaken die je wel kunt beïnvloeden en kansen zien in tegenslagen.

4



### Building Block 5: SKILLS.

Heeft iedereen de juiste skills en capabilities? Beheerst iedereen 'de 7 stappen van een effectief gesprek'? Kan men de juiste vragen stellen? Wat weet men van 'neuro-selling'? Met de AccountmanagementSCAN hebben wij een tool die op grondige wijze de ontwikkelbehoefte binnen het accountmanagement blootlegt. Met deze scan stellen wij een maatwerk trainingsplan op. Ook bieden wij persoonlijkheidsrapporten aan (Insights Discovery).

5



## Building Block 6: VALUE BASED NEGOTIATION MODEL.

Om ambities bij klanten te realiseren is onderhandelen een essentieel onderdeel van de samenwerking. Met als grootste uitdaging voor beide partijen de waarde van de samenwerking te maximaliseren. Het Value Based Negotiation Model leert ons om vanuit het grotere perspectief naar de samenwerking te kijken en te onderhandelen. Vanuit belangen, strevend naar een win-win situatie. Het is essentieel de daarvoor benodigde onderhandelingsvaardigheden te beheersen. Ter voorbereiding op strategische onderhandelingen hanteren wij de speciaal hiervoor ontwikkelde tool 'De Dealmaker™'. Een digitale tool waarin alle Building Blocks terugkomen om zo de waarde uit de onderhandeling te kunnen maximaliseren. Om daarna zaken als mindset en communicatie skills dieper in te trainen.

6



## Building Block 7: SALES LEADERSHIP.

Hoe geef je leiding aan je team? Hoe manage je de resultaten? Hoe inspireer je mensen die elke dag bezig zijn om hun doelen te realiseren? Vragen, waar iedereen die leiding geeft, iedere dag weer mee te maken heeft. Juist de 'day to day' business vraagt continue aandacht voor de essentie van onze business. In onze ogen hebben leidinggevendenden als kerntaak de mensen aan wie zij leiding geven te versterken en verder te ontwikkelen in hun vaardigheden. Wij trainen managers om zich deze vaardigheden eigen te maken en bieden handzame tools aan zoals 'oplossingsgericht werken' om hun team te coachen naar ontwikkeling en succes. In dienst van het team, ten behoeve van de ambitie!

7



## 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](http://www.accountmanagementfmcg.nl).



AccountManagementFMCG

een must voor iedere sales professional

### Contactgegevens:

AccountmanagementFMCG,

Woudenbergseweg 41, 3711 AA Austerlitz.

Henk Janssen: 06-54 33 17 09

Mark van Beek: 06-51 19 44 33





## 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.idealconsult.nl](http://www.idealconsult.nl) en [www.quick-wins.nl](http://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](http://www.thebettersalescompany.nl)