

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 zes 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 graag meer impact op de resultaten wil hebben!. 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

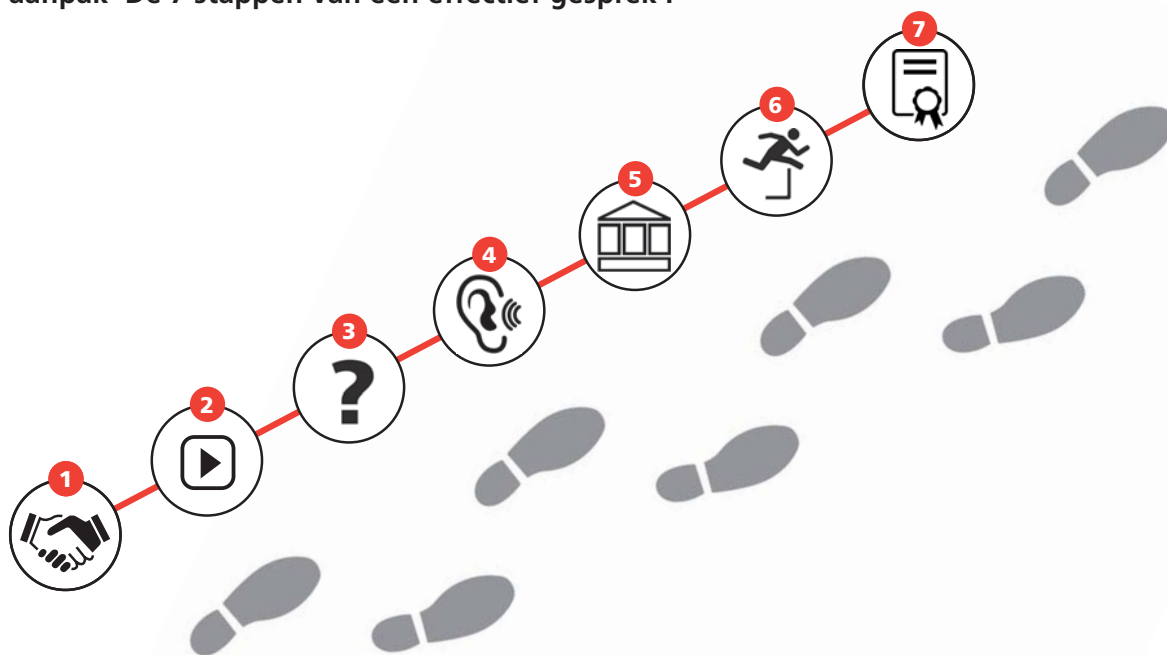
In dit programma gebruiken wij de nieuwste inzichten op het gebied van communicatie, psychologie en sales. Wij gebruiken een inspirerende literatuurlijst met auteurs als Simon Sinek, (Start with WHY), Robert B. Cialdini (Overtuigingskracht), Pacelle van Goethem (IJs verkopen aan Eskimo's) en publicaties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

Ruim 160 accountmanagers gingen u voor namens de volgende bedrijven: AA Drink – Bakkersland – Bayer – Beiersdorf – Bites we Love – BlueM – Boehringer Ingelheim – Bolletje – Codi Group – Coty Benelux – Danone – Duracell – Duvel Moortgat – Ferrero – Fortuin Dockum – GlaxoSmithKline – GoodLife Foods – Go-Tan – Grano Ladies – Hak – Haleon – Haribo – Hero – Iglo – Ingelheim – Intersnack – Intertaste – John West Holland – JT Company – Kimberley-Clark – KraftHeinz – La Lorraine – Love Chock – LSI Netherlands – Lutèce – Magioni – Melitta – Müller Nederland – Nutricia – L'Oreal – Koninklijke Peijnenburg – Orange Sheep – Paulig – Pfizer – Queens Vis – Refresco – Remark – Scandinavian Tobacco Group – Scholtus – Stegeman – Storck – Tivall – Tony's Chocolonely – Van Geloven – Vemedia – Verkade – Vrumona – Wijngaard Kaas – Wonderbox – Yakult – Yoni care.

► 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. Consultative selling**

Hoe kom je tijdens een gesprek aan informatie over de belangen, wensen en doelstellingen van een Category Manager? De vraagtechnieken die wij behandelen helpen om op een gestructureerde wijze de pijn- en plezierpunten van de klant te achterhalen. De werkelijke 'triggers' om een gemotiveerde 'ja' van je klant te krijgen!

► **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. Onderhandelen**

Nog niet altijd even makkelijk als je de 'spelregels' niet kent. Met ons onderhandelingsmodel weet je waar je zit in de onderhandeling en leer je jouw resultaat te maximaliseren.

▶ **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
- Werken vanuit praktijksimulaties
- Voorbereiding: maak een afspraak met je account en ontdek de pijn- en plezierpunten van je Category Manager.

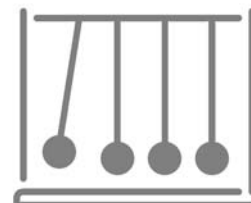


► Sessie 3. Impact en overtuigingskracht

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 9 april 2024	Accountmanagement: de Basis!
Dinsdag 23 april 2024	Regie in het gesprek
Dinsdag 14 mei 2024	Impact en overtuigingskracht
Dinsdag 4 juni 2024	Omgaan met 'tegenwerpingen'
Dinsdag 25 juni 2024	Onderhandelen in de praktijk

▶ Aantal deelnemers

Om een optimale begeleiding van de deelnemers te kunnen garanderen is de groepsgrootte 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 € 395,- in rekening gebracht. Bedragen zijn exclusief 21% BTW.

Dit is inclusief:

- Begeleiding door professionele en ervaren praktijk trainer(s)
- Online individuele coaching op aanvraag
- Gastspreker(s) uit retail - FMCG
- Intervisie sessies tussen de trainingdagen door
- Centraal gelegen en inspirerende locatie: Better Meetings in Austerlitz (Zeist)
- Optie: inzet van trainingsacteur(s)

Meer weten?

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

Contactgegevens:
AccountmanagementFMCG,
Woudenbergseweg 41, 3711 AA Austerlitz.
Mark van Beek: 06-51 19 44 33



Deelnemers aan het woord:



"De Practitioner biedt een helder framework om klantgesprekken aan te pakken. De gastsprekers vond ik van zeer toegevoegde waarde; hierdoor krijg je ook eens goed te horen wat er aan de andere kant van de tafel speelt. Daarnaast kun jij heel helder uitleggen hoe jij zou omgaan met klantgesprekken in de rollenspellen die we deden.

Jouw ruime ervaring helpt jou om dit makkelijk uit te leggen aan de deelnemers."

Robin Biesheuvel - Almhof Nederland



"De aanstekelijke energie van Mark en Pieter-Bas zorgde er elke keer weer voor dat ik direct na de training sterker stond. Ze gaven veel tools en boden reflectie tijdens cases. Het is enorm prettig om samen met een groep gelijkgestemden cases te kunnen doen. Ik heb niet alleen van Mark en Pieter-Bas geleerd, maar ook enorm

van de medestudenten. Een aanrader voor elke accountmanager!"

Jannie Vollenberg – GoodLife Foods



"Tijdens de Practitioner training worden veel bruikbare tools aangereikt waardoor je op een constructieve manier met klanten leert communiceren en onderhandelen. Van de opbouw van een gesprek tot het toepassen van verschillende communicatietechnieken, alles wordt besproken, geoefend en beoordeeld waarna je duidelijke feedback krijgt. Het enthousiasme en de professionaliteit waarmee de trainingen worden gegeven zijn echt heel fijn. Door de openheid van Mark werd er een luchtige en open sfeer gecreëerd. Hierdoor waren de oefeningen minder spannend om uit te voeren en kreeg je de ruimte om fouten te maken."

Iris Wijfjes - Bayer Consumer Health

Iris Wijfjes - Bayer Consumer Health



"Wil je een kickstart van je carrière als accountmanager en het vak echt begrijpen en ademen, dan moet je de Practitioner FMCG opleiding volgen. De basistechnieken die je in de eerste sessies opdoet, zijn basis skills die in ieder gesprek als accountmanager kunt gebruiken"

Sennah Curfs – John West Holland bv



"Deze training helpt mij om te reflecteren op mijn gedrag en brengt mij door middel van tools, oefeningen en cases bij hoe je dat gedrag kunt ontwikkelen, welk effect dat kan hebben op m'n rol als accountmanager en de stakeholders waarmee ik samenwerk."

Michel Müllers - Refresco



"Omdat het zo toepasbaar is op het moderne werk van een accountmanager (zowel PL als Brands). Daarnaast hebben zowel Mark als Pieter-Bas een schat aan kennis en ervaring die ze goed kunnen delen. Mark als accountmanager, maar ook Pieter-Bas als ex inkoper van AH. Je wordt daarnaast geconfronteerd met je valkuilen,

waardoor je gedurende de lessen je echt kan focussen om dit te verbeteren."

Maarten Hilarides – Codi Group



"Het is mooi om te zien dat iedereen veel leert van de handvaten uit de opleiding terwijl je allemaal je eigen 'stijl' hebt; het is zeer toepasbaar en relevant in dit vakgebied en maakt het werk alleen nog maar leuker!"

Elleke Averink – Müller Nederland



"Dankzij deze opleiding heb ik meer rust en inzicht in mijn rol als accountmanager en heb ik meer invloed op de relatie met de klant met een complete set van competenties die ik daarbij kan gebruiken."

Thomas Richters – Duvel Moortgat



"Door deze opleiding ben ik mijn werk als accountmanager als een vak gaan zien. De cursus was voor mij motiverend en inspirerend om beter te worden in wat ik doe."

Kim van't Pad Bosch – Bites we Love

AccountmanagementFMCG

Accountmanagement FMCG is in 2012 gestart als opleidingsinstituut voor accountmanagers in de FMCG branche door *Mark van Beek* en *Henk Janssen*. Een instituut dat opleidingen aanbiedt voor accountmanagers op het gebied van salesvaardigheden en onderhandelingsvaardigheden. Ondertussen hebben 160 accountmanagers hier hun salesopleiding genoten en is deze opleiding een begrip in de FMCG branche. Sinds 2021 heeft *Pieter-Bas Schifferstein* de plek naast Mark overgenomen van Henk Janssen. In 2023 is ook Sabine Kam onderdeel van ons team.



Mark van Beek

Mark van Beek. Mark is ruim twintig jaar in diverse commerciële en leidinggevende functies werkzaam geweest bij onder andere Pepsico en Beiersdorf. In 2012 startte Mark zijn trainingsbureau 'The Better Sales Company', waarmee hij trainingen en coaching verzorgt op drie gebieden: Sales, Onderhandelen en Mindset. In 2019 heeft hij zijn boek 'Over Winnen' uitgebracht, waarin hij beschrijft wat professionals kunnen leren van topsporters. Mark is gecertificeerd trainer, strategisch coach en Insights Discovery Practitioner.

Voor meer informatie zie ook:
www.thebettersalescompany.com



Pieter-Bas Schifferstein

Pieter-Bas Schifferstein. Pieter-Bas Schifferstein is sinds 2019 oprichter en eigenaar van Account Booster. Hij is dit bedrijf gestart na zijn carrière als Category Manager bij Albert Heijn. Daar heeft hij ervaren dat fabrikanten kansen laten liggen om maximaal rendement uit de interacties met retailers te behalen. De opgedane kennis van zijn postdoctorale studie Omnichannel-management & Customer Experience wordt toegepast waardoor kennis en ervaring samenkomen.

Voor meer informatie zie ook:
www.accountbooster.nl



Sabine Kam

Nuchter en gedreven, psycholoog, 15 jaar ervaring als HR manager bij Ahold en Heineken. Vanuit haar enorme kracht in het maken van contact maakt zij verbinding en ziet jou. Daarbij schroomt zij de vraag die gesteld moet worden niet. Ze houdt van resultaat, waarbij zij profit, purpose en people aan elkaar verbindt.

Voor meer informatie zie ook:
www.wijzijnwakker.nl

