

Opleiding : Verkopen aan belangrijke accounts

Praktijkcursus - 3d - 21u00 - Ref. GCO

Prijs : 1720 € V.B.



4,8 / 5

BEST

Verkopen aan key accounts is een complexe business met zijn eigen specifieke verkoopcyclus. Deze training geeft je de praktische vaardigheden die je nodig hebt om je strategie te structureren, je actieplan op te stellen en je managementtools te definiëren om de ontwikkeling en loyaliteit van je key account-klanten te garanderen.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De technieken van het analyseren van een key account portfolio onder de knie krijgen
- ✓ Strategische informatie verzamelen en gebruiken
- ✓ Besluitvormingscircuits in kaart brengen en namens hen lobbyen
- ✓ Bepaal de mijlpalen in je actieplan
- ✓ Indicatoren definiëren om de prestaties van je actie te volgen

Doelgroep

Zakelijke leiders en verkopers die strategische verkoop aan belangrijke accounts willen benaderen.

Voorafgaande vereisten

Ervaring in B-to-B verkoop. Verantwoordelijk voor key account klanten.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Praktijkvoorbeelden van deelnemers, oefeningen om hulpmiddelen te ontwikkelen.

Leer methodes

Actieve en participatieve onderwijsmethoden. Afwisseling van theorie en praktijk met toepassing op de eigen context van de deelnemers.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Zakelijke leiders en verkopers die strategische verkoop aan belangrijke accounts willen benaderen.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Ervaring in B-to-B verkoop.

Verantwoordelijk voor key account klanten.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...

De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 Je key account-strategie bepalen

- Begrijpen hoe een key account werkt. Definitie van key accounts. Gemeenschappelijke kenmerken.
- Een key account manager zijn. Intrinsieke kwaliteiten en belangrijkste kenmerken. Specifieke rol en aanpak.
- De account in kaart brengen. Nuttige informatie identificeren om te verzamelen.
- Relaties met partners optimaliseren. Identificeer je belangrijkste concurrenten.
- Identificeer je doelen. Beoordeel accountpotentieel. "Aanbevolen" accounts identificeren.

Oefening

Een account in kaart brengen op basis van gegeven informatie.

2 Inzicht in het besluitvormingsproces

- Identificeer je belangrijkste contacten. Wie zijn de zichtbare spelers? Wie zijn de onzichtbare spelers?
- Begrijp hun koopmotivaties.
- Identificeer de specifieke behoeften van het bedrijf.
- Maak onderscheid tussen de twee soorten individuele behoeften.
- Gebruik aankooptriggers.
- Hun rollen en machtssferen identificeren.
- Identificeer de situatie van de betrokken spelers. Begrijp het soort macht dat zij hebben.
- Begrijp hun houding ten opzichte van het aanbod.

Oefening

Identificeer de belangrijkste contactpersonen voor je aanbod en hun koopmotivaties.

3 Een actieplan voor key accounts opstellen

- Stel een rekeninganalyseblad op.
- Relevante informatie verzamelen en vergelijken.
- Presenteer het rekeninganalyseblad.
- Een actieplan opstellen.
- Bepaal de strategie voor accountpenetratie.
- Voorbereiden op sollicitatiegesprekken.
- Wees je bewust van de factoren die de werking ervan kunnen belemmeren.
- De moeilijkheden omzeilen.

Praktisch werk

Stel een bedrijfsanalyse op aan de hand van het meegeleverde sjabloon.

4 Actie ondernemen bij belangrijke accounts

- Vertrouwen op onze bondgenoten.
- Lobbyen op de rekening.
- Waarschuwingssignalen definiëren.
- Onderzoek en valideer informatie.

Oefening

Identificeer de lobbyhefbomen voor de account.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

5 Prestatiebewakingsindicatoren instellen

- Meten van bedrijfsactiviteit.
- Stel een "mijlpaal" op waarin de belangrijkste mijlpalen worden gedefinieerd.
- Meet de kans op succes van een deal.

Praktisch werk

Definitie van prestatie-indicatoren in lijn met het bedrijfs- en commerciële model van de deelnemers.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 27 mei, 12 okt.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 4 maa., 27 mei, 12 okt.