

INHOUDSOPGAVE

			BLZ
HOOFDSTUK	1	MARKT- EN OMGEVINGSANALYSE	11
	1.1.	Inleiding	11
	1.2.	Doelstellingen	11
	1.3.	Accountmanagement	11
	1.4.	Algemene onderzoeksmethoden	14
	1.5.	Sales onderzoeksmethoden	17
	1.6.	Onderzoek naar externe markt	21
	1.7.	Begrippen	33
	1.8.	Eindopdracht	34
HOOFDSTUK	2	ACCOUNT ANALYSE	35
	2.1.	Inleiding	35
	2.2.	Doelstellingen	35
	2.3.	Beoordelen van klanten	35
	2.4.	Levenscyclus van een klantrelatie	44
	2.5.	Inkoop en levering	47
	2.6.	Fysieke distributie	49
	2.7.	Service en leverbetrouwbaarheid	51
	2.8.	Het meten van prestaties	54
	2.9.	Vormen van concurrentie	57
	2.10.	Begrippen	58
	2.11.	Eindopdracht	59
HOOFDSTUK	3	ACCOUNT PLANNING	61
	3.1.	Inleiding	61
	3.2.	Doelstellingen	61
	3.3.	Aansturing en focus	61
	3.4.	Soorten accountmanagement	63
	3.5.	Verschillende samenwerkingsvormen	64
	3.6.	Missie, mission statement en visie	66
	3.7.	Porter concurrentiestrategieën	68
	3.8.	Klantwaarde strategie	69
	3.9.	Hoofdstukindeling accountplan	70
	3.10.	Begrippen	75
	3.11.	Eindopdracht	76
HOOFDSTUK	4	PRAKTIJKOPDRACHT	77
	4.1.	Inleiding	77
	4.2.	Eindopdracht	77
	4.3.	Werkwijze	77
	4.4.	Introductie drukkerij Ulvie BV	78
	4.5.	Introductie Promotieshop.nl	79
	4.6.	Deelopdrachten	80
	4.7.	Bijlagen bij praktijkopdracht	81
HOOFDSTUK	5	VOORBEREIDING PRAKTIJKOPDRACHT 'SPORT'	87
	5.1.	Inleiding	87
	5.2.	Het bedrijf 'Sport'	87
	5.3.	Opdrachten: Het bedrijf 'Sport'	88
	5.4.	Opdrachten: De functie (junior) accountmanager bij 'Sport'	90
HOOFDSTUK	6	PRAKTIJKOPDRACHT 'SPORT'	93
	6.1.	Inleiding	93
	6.2.	Het bedrijf 'Sport'	93
	6.3.	Opdracht 1: BMC	94
	6.4.	Opdracht 2: Accountplan	95