

Inhoudsopgave

BLZ

Deel A - Theorie en verwerking

Hoofdstuk 1 Sales: Accountmanagement en onderzoek	13
1.1. Inleiding	13
1.2. Doelstellingen	13
1.3. Accountmanagement	13
1.4. Onderzoek en onderzoeksmethoden	22
1.5. Sales onderzoeksmethoden	26
1.6. Onderzoek naar externe markt	30
1.7. Onderzoek en aanbesteding	44
1.8. Begrippen	45
1.9. Eindopdracht	47
 Hoofdstuk 2 Account analyse	 49
2.1. Inleiding	49
2.2. Doelstellingen	49
2.3. Beoordelen van klanten	49
2.4. Klantreis en klantrelaties	60
2.5. Levenscyclus van een klantrelatie	65
2.6. Begrippen	69
2.7. Eindopdracht	71
 Hoofdstuk 3 Accountplanning	 73
3.1. Inleiding	73
3.2. Doelstellingen	73
3.3. Aansturing en focus	74
3.4. Accountmanagement en accountmanagers	75
3.5. Missie en visie	78
3.6. Strategien	79
3.7. Fasen van accountmanagementplanning	84
3.8. Accountplan	90
3.9. Opstellen accountplan	92
3.10. CRM	96
3.11. Begrippen	102
3.12. Eindopdrachten	104
 Hoofdstuk 4 Relatiebeheer, netwerken en beurzen	 107
4.1. Inleiding	107
4.2. Doelstellingen	107
4.3. Relatiebeheer en motivatie bij klanten	108
4.4. Relatiebeheer en netwerken	116
4.5. Relatiebeheer en beurzen	121
4.6. Onderhandelen	127
4.7. Begrippen	133
4.8. Eindopdracht	134

Deel B - Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1: Accountmanagement	139
Praktijkopdracht 2: Voorbereiding opdracht 'SPORT'	149
Praktijkopdracht 3: Praktijkopdracht 'SPORT'	155