

Inhoudsopgave

Accountmanagment

Hoofdstuk 1 Voer accountmanagement uit	15
1.1 Inleiding	15
1.2 Doelstellingen	15
1.3 Het vak accountmanagement	15
1.4 Inhoud van de functie	18
1.5 Plaats van de accountmanager in de organisatie	18
1.6 De accountmanager in actie	20
1.7 De veranderende rol van een accountmanager	22
1.8 Begrippen	24
1.9 Eindopdracht	25
 Hoofdstuk 2 Stel een accountplan op	 27
2.1 Inleiding	27
2.2 Doelstellingen	27
2.3 Missie, mission statement en visie	28
2.4 Porter concurrentiestrategieën	30
2.5 Klantwaarde strategie	31
2.6 Indeling van het accountplan	33
2.7 Begrippen	47
2.8 Eindopdracht	48
 Hoofdstuk 3 Evalueer een accountplan	 49
3.1 Inleiding	49
3.2 Doelstellingen	49
3.3 Plannen op verschillende niveau's	49
3.4 Monitoren van accountplannen	51
3.5 PDCA-cyclus	52
3.6 Verbeterplan maken	53
3.7 Begrippen	53
3.8 Eindopdracht	54

Sales

Hoofdstuk 4 Klantbenadering	59
4.1 Inleiding	59
4.2 Doelstellingen	59
4.3 Salesorganisatie	60
4.4 Verkoopfuncties	63
4.5 Sales funnel	67
4.6 Verkoopmethoden	71
4.7 Wijze van klantcontact	74
4.8 Verkooptechnieken	78
4.9 CRM	81
4.10 Werven en behouden van klanten	85
4.11 Sellogram	97
4.12 DMU	99
4.13 Begrippen	103
4.14 Eindopdracht	106

Hoofdstuk 5 Bereid een commercieel traject voor	107
5.1 Inleiding	107
5.2 Doelstellingen	107
5.3 Commerciële doelen bepalen	108
5.4 Verkoopveld voor commerciële doelen	109
5.5 De customer journey	112
5.6 Basis communicatievaardigheden	113
5.7 Gesprekstechnieken	117
5.8 Communicatiemodel	123
5.9 Begrippen	126
5.10 Eindopdracht	127

Hoofdstuk 6 Voer een verkoopgesprek	131
6.1 Inleiding	131
6.2 Doelstellingen	131
6.3 Het 4A-model	131
6.4 Aanvangsfase	133
6.5 Analysefase	137
6.6 Aanbodfase	142
6.7 Afsluitfase	146
6.8 Begrippen	156
6.9 Eindopdracht	157

Customer journey

Hoofdstuk 7 Analyseert de customer journey van klanten	161
7.1 Inleiding	161
7.2 Doelstellingen	161
7.3 Wat is een customer journey?	161
7.4 Wat zijn de verschillen tussen B2B en B2C?	162
7.5 Persona's	163
7.6 Customer journey: 5 fasen in het koopproces	165
7.7 Hoe maak je een customer journey?	170
7.8 PDCA-cyclus	171
7.9 Begrippen	173
7.10 Eindopdracht	174

Hoofdstuk 8 Doet voorstellen voor verkoop, marketing en/of marktbewerking	175
8.1 Inleiding	175
8.2 Doelstellingen	175
8.3 Wat is verkoop, marketing en marktbewerking?	175
8.4 Welke plek heeft marketing en sales in de customer journey?	177
8.5 SWOT-analyse van de customer journey	179
8.6 Doelstellingen van de customer journey	180
8.7 Plan van aanpak van de customer journey	182
8.8 Begrippen	183
8.9 Eindopdracht	183

Marketing

Hoofdstuk 9 Marketingproces	187
9.1 Inleiding	187
9.2 Doelstellingen	188
9.3 Marketingorganisatie en marketingfuncties	189
9.4 Marketingplanningsproces	193
9.5 Marketingdoelstellingen	198
9.6 Marketingomgeving	201
9.7 Onderdelen marketingplan	202
9.8 Positioneren	204
9.9 Unique Selling Point (USP) en core business	206
9.10 Marktsegmentatie	208
9.11 Begrippen	218
 Hoofdstuk 10 Marktonderzoek	 219
10.1 Inleiding	219
10.2 Doelstellingen	219
10.3 Marktonderzoek	219
10.4 Fasen marktonderzoek	221
10.5 Primair (field) en secundair (desk) onderzoek	225
10.6 Data-verzamelmethoden	227
10.7 Begrippen	233
 Hoofdstuk 11 Marketinginstrumenten (de P's)	 235
11.1 Inleiding	235
11.2 Doelstellingen	235
11.3 Marketingmix	235
11.4 Productbeleid	238
11.5 Plaats/distributiebeleid	253
11.6 Promotie/communicatiebeleid	256
11.7 Prijsbeleid	280
11.8 Personeelsbeleid	289
11.9 Begrippen	295
11.10 Eindopdracht	301