

Super accountmanager

N.I.B. Provocateur

Dit is de no-nonsense gids voor iedere (beginnende) moderne accountmanager en de gids die je als bestaande accountmanager had willen hebben voordat je jouw sales carrière begon...want in dit boek krijg jij alle tools om goed accountmanagement uit te voeren. Ook krijg je inzicht in welke taken jij hebt in de praktijk en leer je terminologie die gebruikt wordt in "Accountmanagerland". Belangrijke zaken om te onthouden zijn dik gedrukt in dit boek. Aan het einde van het boek vind je alle dik gedrukte delen bij elkaar als samenvatting terug. Samen vormen zij het hart van **de Gentleman-in-Business-methode**.

Introductie

Nederland alleen al telt meer dan 100.000 accountmanagers. Dit zijn er (waarschijnlijk) nog veel meer, want exacte cijfers zijn niet bekend en zijn ook lastig te achter halen. Accountmanagers werken in bijna iedere branche. Als je als (aanstaand) accountmanager zoekt naar een boek over accountmanagement kom je uit bij dikke boeken waar je niet alleen de hoofdprijs voor betaald, maar die ook gebaseerd zijn op ingewikkelde modellen en totaal niet gebaseerd zijn op hoe het in de praktijk eraan toe gaat.

In "Super Accountmanager" vind je een antwoord op bijna al jouw vragen als (beginnend) accountmanager en ligt de focus juist op de praktijk. Of je nu net start als accountmanager of dat je al jaren in de business zit...iedere accountmanager zou bekend moeten zijn met "de basics" en deze structureel moeten toepassen om succesvol te blijven. Om accountmanager te worden, hoef je geen speciale opleiding te volgen. Zorg dat je dit boek uit je hoofd kent, dan weet je ruim voldoende om een goede start te maken. Of je succesvol accountmanager bent, heeft onder andere te maken met het feit of je "commercieel" bent. Veel accountmanagers hebben helemaal geen opleiding gehad en hebben juist extra begeleiding nodig. Helaas kunnen ze soms zelfs voor de simpelste dingen of "coaching" niet terecht bij hun leidinggevende...

Daarom wordt het tijd om een leidraad neer te leggen en zo via een vaste methode accountmanagement te bedrijven. Dat je daar enigszins je eigen draai aan geeft, dat is logisch, maar de basics zijn voor iedere accountmanager hetzelfde. De gehanteerde methode in Super Accountmanager noemen we **de Gentleman-in-Business methode**. Voordat we hier verder op in gaan en over gaan tot de inhoud is natuurlijk een logisch startpunt: wat is de definitie nu eigenlijk van accountmanager en waar komt het vandaan? Daar zoomen we eerst op in.

Een accountmanager is namelijk een schakel tussen de klant en de organisatie die hij vertegenwoordigt. Hij moet er daarom voor zorgen dat de klant krijgt wat hij nodig heeft en dat deze organisatie ook levert wat er is afgesproken. Van een accountmanager wordt vaak verwacht dat hij resultaatgericht werkt en communicatief sterk is.

Er bestaan vele soorten accountmanagers, de meest gangbare zijn "farmers" en "hunters". De farmers zijn goed in het beheren van bestaande klanten, terwijl de hunters meer bedreven zijn in het binnen halen van nieuwe klanten. Hoewel een accountmanager vaak beide varianten dient te zijn, ligt de nadruk vaak op het relatiebeheer en het versterken van de relatie.

Een accountmanager was oorspronkelijk iemand die bij een bank klanten advies gaf over beleggingen. Tegenwoordig is het woord "account" in de bedrijfswereld zo populair, dat "accountmanager" meer de betekenis van relatie- of klantmanager heeft gekregen. Vroeger werd zo iemand een verkoper of vertegenwoordiger genoemd.

De laatste tijd vervaagt het verschil tussen accountmanagers en de vertegenwoordigers. In vacatures van tegenwoordig wordt steeds vaker gevraagd om accountmanagers, terwijl hier een functie als vertegenwoordiger mee wordt bedoeld. Het grote verschil ontstaat op het niveau van werken. Accountmanagers praten met hoofdkantoren/eindklanten zoals bijvoorbeeld gemeenten, universiteiten, banken, verzekeraars en IT-bedrijven. Vertegenwoordigers bezoeken de individuele (verkoop)punten van zo een eindklant en hebben als hoofdtaak het afsluiten van orders (dus per vestiging). In tegenstelling tot een vertegenwoordiger houdt een accountmanager het traject rond de verkoop van A tot Z bij (dit houdt in van het eerste contact tot het moment dat de Finance afdeling de klant gaat factureren) Van een accountmanager wordt ook verwacht dat hij zorgt voor de juiste factuurinformatie bijvoorbeeld. Een accountmanager heeft een intensievere relatie met zijn accounts (klanten).

Dan is er in de markt nog de term "key-accountmanager". Key-accountmanagers werken op strategisch niveau met één of enkele (top)klanten waar zij een nauwe relatie mee opbouwen en aan de hand van hun branche specifieke marktkennis een meerwaarde voor het bedrijf proberen te zijn. Vaak vertegenwoordigt deze ene klant of de set van een paar klanten een hoge omzet, zeg meer dan 1 miljoen euro. Een accountmanager doet dit voor een breder portfolio van klanten, zeg 10 tot 150 klanten. In alle voorgenoemde functies zullen er dagelijks/wekelijks een minimaal aantal bezoeken