

EXTERN ACCOUNTMANAGEMENT

Nieuwe taak: EXTERN ACCOUNTMANAGEMENT (1/3)

Aanleiding:

Als gevolg van verschillende ontwikkelingen, waaronder de toenemende kwaliteit van voertuigen, veranderend klantgedrag, toenemende prijsdruk en nieuwe (online) toetreders, staan de marges in de mobiliteitssector onder druk. Klanten oriënteren zich vaker online, hebben pas laat in de aankoopfase contact met het bedrijf, en plannen onderhoud steeds vaker elders. Daarnaast is er (mbt bedrijfswagens) sprake van ketenintegratie en toenemende professionalisering van inkoopafdelingen. Deze ontwikkelingen maken het voor mobiliteitsbedrijven noodzakelijk om de klant proactief te benaderen en de klant centraal te zetten. Men kan niet meer 'binnen' blijven afwachten tot een klant binnenloopt of een contract afloopt. Men moet zich actief 'naar buiten' richten om klanten te binden en nieuwe klanten te vinden. Door inzicht in de (ontwikkeling van) wensen en behoeften van de klant en van de mobiliteitsbranche, kan men een relatie opbouwen en klantgerichte mobiliteitsoplossingen aanbieden. Extern accountmanagement is gericht op het bouwen van duurzame relaties, hetgeen het bedrijfsresultaat ten goede komt.

Dit brengt ondernemerskeuzes met zich mee omtrent het inhuren van kennis of juist het ontwikkelen van kennis bij bestaand personeel. Hierbij speelt mee hoe vaak de taak voorkomt in de werkzaamheden. Specialisten in Extern Accountmanagement kunnen bijvoorbeeld worden ingehuurd via detacheerders. Maar het lijkt gezien het karakter van de taak logischer om deze taak in huis te halen of te ontwikkelen bij interne medewerkers. Er zijn tenslotte bij mobiliteitsbedrijven al accountmanagers of verkopers te vinden. Dit brengt ook keuzes voor vakmensen met zich mee: kan en wil ik deze taak ook kunnen uitoefenen?

Taakomschrijving:

De taak extern accountmanagement komt vooral voor in een B-to-B omgeving, waarin fleetowners of mobiliteitsparkbeheerders werkzaam zijn. De klant is hierbij goed voor meerdere vervoersmiddelen, bijvoorbeeld bij een transportonderneming, mkb bedrijf met leaseauto's of speed pedelecs voor de vrijwillige brandweer. De taak van extern accountmanagement is om een goede relatie met (potentiële) klanten op te bouwen, te onderhouden en vervolgens uit te bouwen. Hiervoor stelt de extern accountmanager accountplannen op en voert deze ook uit. Nieuwe klanten worden onder andere door actief netwerken bereikt.

De extern accountmanager vergaart en combineert kennis over de klant, de business van de klant en de mobiliteitsmarkt, zodat klanten een passende mobiliteitsoplossing kan worden geboden. Dit kunnen bestaande oplossingen zijn, maar ook nieuwe oplossingen. De extern accountmanager begeleidt de klant van eerste oriëntatie tot verkoop en is daarna verantwoordelijk voor het behouden van de klant voor het uitvoeren van onderhoud. Als er vragen of problemen zijn, neemt de klant contact op met zijn extern accountmanager.

Nieuwe taak: EXTERN ACCOUNTMANAGEMENT (2/3)

Taken:

- Opstellen en uitvoeren van accountplannen die passen binnen de doelstellingen van het mobiliteitsbedrijf
- Klanten behouden: opbouwen, onderhouden en uitbouwen van bestaande relaties
- Klanten werven: netwerken, proactief benaderen van potentiële klanten
- Mobiliteitsmarkt analyseren om kansrijke mobiliteitsoplossingen te identificeren en te ontwikkelen
- (Proactief) adviseren van klanten
- Offertes uitbrengen en opvolgen
- Vast aanspreekpunt met betrekking tot verkoop, levering, onderhoud en vragen
- Relatiebeheer en vastlegging van klantcontact in het CRM systeem

Vaardigheden:

Om deze taak te kunnen uitoefenen, moet de vakmens beschikken over de volgende vaardigheden:

- Relevante werkervaring in verkoop of accountmanagement, bij voorkeur ervaring in mobiliteitsbranche of sterke affiniteit met deze branche
- Klanten kunnen binden en interesseren: zakelijke, maar empathische houding (kunnen invoelen wat de wensen en behoeften zijn), positieve en energieke houding, initiatiefrijk, overtuigingskracht en doorzettingsvermogen, uitstekende communicatieve vaardigheden, plezier hebben in netwerken
- Zeer geïnteresseerd in trends en ontwikkelingen in de markt, kansen kunnen zien en deze kunnen vertalen naar klantgerichte mobiliteitsoplossingen: analytisch, conceptueel, creatief en commercieel kunnen denken.
- Goede adviseur en sparringpartner kunnen zijn, zowel voor de klant als directie van het mobiliteitsbedrijf: zelfstarter, proactief, gedreven, commercieel ingesteld, servicegericht
- Offertes kunnen converteren: positieve overtuigingskracht, effectieve onderhandelings technieken, resultaatgericht
- Flexibel, toegankelijk, positieve instelling, klantgerichte en oplossingsgerichte instelling en goede teamspeler om zaken intern voor elkaar te krijgen
- Ervaring met relatiebeheer en zorgvuldig in het werken met een CRM-systeem

Nieuwe taak: **EXTERN ACCOUNTMANAGEMENT (3/3)**

Talenten:

Om vakmensen met succes, gemak en plezier deze taak uit te laten oefenen helpt het als ze beschikken over de volgende talenten (O.b.v. Dewulf & Beschuyt):

Vertrouweling:	kan anderen op gemak bij zich laten voelen, kan het verhaal tot leven laten komen
Zichtbare presteerder:	Wil iets betekenen voor een ander en krijgt voldoening als zijn prestaties gewaardeerd worden.
Sfeervoeler:	kan anderen goed "lezen" en aanvoelen
Bruggenbouwer:	houdt ervan belangen te verbinden zodat er voor alle partijen iets goeds uit voortkomt
Meetrekker:	geniet ervan anderen te enthousiasmeren en te inspireren
Planmaker:	stelt concrete doelen en acties

Waar te vinden:

De taak (extern) accountmanagement komt in allerlei sectoren voor, ook in de mobiliteitsbranche (bijv. bij wagenparkbeheerders). De taak kan eventueel ook worden uitgeoefend door accountmanagers met ervaring in andere branches, mits zij veel affiniteit hebben met de mobiliteitsbranche en in staat zijn om snel branchekennis en een netwerk op te bouwen. Inhuren kan eventueel via detacheerders of zzp-ers. Echter, gezien het karakter van de taak lijkt het logischer om hiervoor een vaste kracht in huis te hebben. Voor de taak is minimaal een commerciële HBO-opleiding nodig, zeker wanneer het een relatief groot mobiliteitsbedrijf betreft of er grote contracten worden afgesloten. Kleinere mobiliteitsbedrijven met kleinere contracten kunnen een lager opleidingsniveau overwegen, bijvoorbeeld MBO in een commerciële richting, eventueel aangevuld met relevante cursussen of trainingen bijvoorbeeld NIMA A Sales of HBO leergang Accountmanagement en Sales.