

	Opleiding	Postgraduaat Marketing en Business Development
	Academiejaar	2020-2021
	Opleidingsonderdeel	Sales en Accountmanagement /CRM
	Studiepunten	5
	Taal	Nederlands
	Verplicht/facultatief	Verplicht

Delen	Studiepunten
<div style="background-color: black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block; margin-right: 5px;"></div> Theorie + CRM taak	2
<div style="background-color: black; width: 15px; height: 15px; display: inline-block; margin-right: 5px;"></div> Salesproject	3

1 Verwachte aanvangscompetenties

- a. De algemene toelatingsvoorwaarden zijn beschreven in de onderwijs- en examenregeling.**
- b. De docent wenst ook de aandacht te vestigen op het belang van de volgende aanvangscompetenties: /**

2 Doelstellingen

- a. Plaats van het (opleidingsonder)deel in de opleiding:** Zie [programmastructuur](#)
- b. Competenties uit het competentieprofiel en geëvalueerde competentieniveau: /**
- c. Kerndoelen van het (opleidingsonder)deel:**

Voor Sales management:

- Aan de hand van cases de verschillende theorieën aanleren m.b.t. sales management en sales effectiveness.
- Overzicht van de toekomst van sales en hoe toegevoegde waarde gecreëerd wordt met klanten. Hierbij zal ook een overzicht gegeven worden van de verschillende sales methodes met de nadruk op de methode om samen met strategische klanten waarde te co-creëren.

Voor Account management:

- Je kent de opeenvolgende onderdelen van een accountplan.
- Je kent de info je nodig hebt voor de opbouw van een geïntegreerd accountplan.
- Je licht de taken van diverse verkoopfuncties (binnen- en buitendienst bvb.) toe.
- Je analyseert alternatieve verkoopstrategieën en je werkt een advies uit voor een bepaalde klant.
- Je legt verbanden tussen verkoop en andere bedrijfsfuncties (vakgebieden).
- Je onderscheidt de delen van een accountplan.
- Ontwerpen en verantwoorden (intern en extern) van een accountplan.
- Berekenen en/of evalueren van commerciële kengetallen.

Voor CRM in de verkoop:

- *Beter inzien van de mogelijkheden die de moderne technologieën bieden voor een verkoopsorganisatie.*
- *Begrijpen dat de verkoopsafdeling geen geïsoleerde afdeling is, maar deel is van een hele organisatie, ten dienste van de klant. Ook op IT niveau.*
- *Het goed inschatten en reageren als commercieel verantwoordelijke op de kracht van sociale media.*
- *Inzichtelijk maken van het aankoopgedrag van prospects/klanten en een 360° beeld aanmaken voor het visualiseren van de customer journey.*

Voor het sales project:

- *Een managementrapport opstellen en presenteren voor een jury.*
- *Zin voor initiatief en kritisch reflecteren.*
- *Commerciële en communicatieve vaardigheden.*

3 Leerinhouden

- Sales management
- Accountmanagement
- CRM in de verkoop
- Sales project: studie/analyse van de commerciële processen van een organisatie en presentatie van de resultaten en advies verlenen.

4 Leertrajecten en onderwijsmethoden

- Hoorcollege
- Werkcollege
- Interactief onderwijsleergesprek
- Oefensessies
- Cases
- Coachingssessies
- Feedbacksessies

5 Studie- en verwerktijd

Studiepunten¹	5
Contacturen	26
Studeertijd en examen	125
Overzicht opdrachten	<ul style="list-style-type: none"> • Sales project. • Het in kaart brengen, beschrijven, toelichten van de CX strategie van een bestaande organisatie.

¹ Definitie 'Studiepunt': Een studiepunt wordt gebruikt om de studieomvang van elke opleiding of elk opleidingsonderdeel uit te drukken. Het is een internationaal aanvaarde eenheid die overeenstemt met tussen 25 en 30 uren voorgeschreven onderwijs-, leer- en evaluatieactiviteiten.

6 Evaluatiemodaliteiten

a. Eerste zittijd

De evaluatie van het OOD Sales en accountmanagement/CRM bestaat uit:

1) theorie en CRM opdracht:

een individueel **schriftelijk examen** bestaande uit meerkeuze-, en/of inzichtsen toepassingsvragen die de geziene leerstof van het deel van het opleidingsonderdeel Sales management en Accountmanagement bevraagt.

CRM- opdracht: Het in kaart brengen, beschrijven, toelichten van de CX strategie van een bestaande organisatie: alle mogelijke interactiepunten van een onderneming met zijn klanten onderzoeken (call center, website, facebook, partners, marketing, mobile apps, ...). Dit is de zogenaamde Customer Journey Map.

Vervolgens kan er bekeken worden of deze verschillende kanalen consistent zijn, waar er toch gaten zijn ... en wat de impact op het commerciële proces kan zijn.

2) Presentatie salesproject

Voor het groepsproject wordt gewerkt in groepjes van een vijftal studenten.

Het resultaat van dit groepswerk wordt gepresenteerd aan een jury van gastdocenten en externe opdrachtgevers.

Elke groep krijgt in principe een groepsquotatie. Wanneer echter blijkt dat een groepslid (of meerdere groepsleden) een duidelijk onderscheiden inbreng leverde(n), zowel positief als negatief, kan voor de betrokkene(n) deze groepsquotatie worden aangepast. Hierdoor is het mogelijk dat een groepslid dat onvoldoende presteerde niet slaagt voor het project.

b. Tweede zittijd

1) schriftelijk examen + alternatieve opdracht voor CRM-opdracht

2) alternatieve opdracht voor het project in overleg met de betrokken gastdocenten.

7 Studiemateriaal

a. Verplicht studiemateriaal

Leermateriaal en syllabi Régis Lemmens, Wouter Henderix, Freddy Van der Mijnsbrugge, Johan Vanhaverbeke; EMS, Brussel.

Boek Accountmanagement 3.0, Johan Vanhaverbeke, Acco.

b. Aanbevolen studiemateriaal

Materiaal aanbevolen door de gastdocenten.

8	Flexibiliteit
<i>n.v.t.</i>	