

ADVANCED SALES MANAGEMENT

TRENDS & TOOLS IN SALES MANAGEMENT

een exclusief programma voor middle en senior managers

INSTIMA
Opleidingsinstituut van Stichting Marketing
voor marketing, sales en communicatie



in samenwerking met Stichting Marketing en HUB

Vanaf 16 februari 2012 - 13 avonden
12^{de} editie



Advanced Sales Management, de vervolmaking van uw sales-ervaring

13 donderdagavonden, van 16 februari tot 14 juni 2012.

Het Advanced Sales Management programma is samengesteld voor de manager die verantwoordelijk is voor het ontwikkelen en toepassen van de sales strategie van het bedrijf.

Het programma biedt u eveneens een praktische leidraad waarop u op elk moment van het sales proces kan terugvallen.

1 De toekomst van sales organisaties

wat zijn de trends in verkoop en verkoopmanagement

2 De rol van sales in de bedrijfsorganisatie

de synergieën tussen sales en marketing, tussen sales en bedrijfsmanagement

3 Strategie & sales organisatie

hoe een adequaat salesplan opstellen?

4 Implementatie van verkoopstrategie

het uitwerken van een professionele salesorganisatie in functie van de bedrijfsstrategie

Positionering en methodologie

- De focus ligt op de advanced management tools die u kan inzetten om uw commercieel beleid uit te stippelen.
- De sessies worden op een pragmatische en interactieve manier gegeven door ervaren experts waarvan de sessies onmiddellijk kunnen toegepast worden op de eigen professionele omgeving.
- Er wordt aandacht besteed aan de wetenschappelijke onderbouw van de opleiding enerzijds en hoe nieuwe inzichten in de managementpraktijk kunnen toegepast worden anderzijds.

Het programma 'Advanced Sales Management'...

- dit programma ondersteunt en begeleidt sales management verantwoordelijken in het doorgroeien naar een senior management niveau,
- wordt gegeven door experts (met bewezen track record in het vakgebied of deelgebied van het sales métier) die u niet alleen met hands-on kennis inspireren, maar ook en vooral het management-aspect van het verkoopmanagementvak centraal stellen,
- scherpt uw vaardigheden, kennis en sales management 'visie' aan om professioneel te evolueren,
- maakt gebruik van het netwerk van de deelnemers en de docenten om de persoonlijke managementattitude en -inzichten te toetsen,
- laat u in een real-life case in teamverband de verworven inzichten meteen toepassen en met collega's marketeers bespreken. Op deze manier wordt de verworven materie meteen geoefend op een praktijkcasus. De teambesprekingen zijn een 'learning experience'.



Wat leert u uit deze opleiding?

- Een salesplan opstellen in functie van de bedrijfsstrategie.
- Recente inzichten en trends in verkoop, verkoopmanagement en people management toepassen, zowel 'top down' als bottom-up'.
- Sales-instrumenten kennen, begrijpen en toepassen.
- Strategisch denken en doen omzetten naar verkoopmanagementacties.
- De bijdrage van sales in het ondernemingsproces op een 'managerial' manier aanbrengen.
- Probleemoplossend werken aan strategische sales problemen.
- Inzicht verwerven in het leiden van een commerciële organisatie.
- Bewust worden van het belang van de samenwerking van sales met de rest van de organisatie.

De Sales Management case

U krijgt de gelegenheid, onder begeleiding van een ervaren case-coach, om specifieke vragen over een toonaangevende salescase in groep uit te werken.

Met dit groepswork worden managementvaardigheden aangeleerd die er toe leiden om als sales manager op een efficiënte en professionele manier sales management issues uit te werken.

Er wordt in een beperkt teamverband gewerkt aan 'on-the-job' sales management competenties.

Daarbij, wordt de aangebrachte materie toegepast op de 'real life' situaties van de deelnemers. De working paper geeft u de kans om een reflectie te maken over uw eigen bedrijfspraktijk. Op deze manier wordt de geziene materie tijdens de lessen maximaal toegepast.

Doelgroep

- Verkoopverantwoordelijken met enkele jaren ervaring, die op zoek zijn naar een doorgedreven sales management opleiding.
- Sales professionals die willen doorgroeien, die een solide managementopleiding wensen om autonoom en met onderbouwde kennis meer complexe sales management functies in te vullen.
- Deelnemers hebben een vooropleiding genoten m.b.t. marketing en verkoop en/of zijn vertrouwd met het verkoopvak en beschikken over een basiskennis marketing.

HUB, academische partner van Instima

HUB maakt deel uit van de Associatie K.U.Leuven, het grootste samenwerkingsnetwerk tussen universiteiten en hogescholen in Vlaanderen. Eén basisprincipe bepaalt het HUB-onderwijs: praktijkgerichtheid op basis van wetenschap. Praktijk als oriëntatie, wetenschap als fundering.



Programma



Sessie 1: De toekomst van Sales en Sales Management Jean-Jacques Velkeniers

Overzicht van de belangrijkste trends in verkoop en verkoopmanagement en de impact op de verkoopfunctie. Web 2.0 en sales. Sales empowerment. Relationship selling. CRM. Adviserend verkopen. E-sales of cybersales management. Category management. Product profitability of ABC?

Sessie 2: Strategisch salesplan - Johan Vanhaverbeke

Het salesplan: een strategisch managementinstrument. Bedrijfsstrategie vertalen naar een adequate sales strategie, een cruciale opdracht voor de sales manager. Recente inzichten in bedrijfsstrategische concepten. Het implementeren van een strategisch salesplan.

Case briefing: formulering van de opdracht, probleemstelling, objectieven en groepsindeling.

Sessie 3: Recente Tools in 'strategic sales' - Geert Dehouck

De vierde dimensie van conceptverkoop – de impact op sales management.
Doelgebieden in directe en indirecte verkoop.
Het empathisch vermogen van de verkoper en de sales manager.
Rationele en irrationele klantenbehoeften.
De klantenperceptie als uitdaging.
Van productverkoop naar conceptverkoop – de rol van verkoopmanagement.

Sessie 4: Internationale verkoop - Eduard Boschloos

Management implicaties m.b.t. cultuur en cultuurverschillen.
Impact van cultuur op verkoop en verkoopmanagement.
Een raamwerk m.b.t. cultuur en cultuurverschillen: hoe omgaan met cultuur in de context van verkoopmanagement.
Entreestategieën, interculturele verkoop.

Sessie 5: Sales manager als coach - Chris Minne

Tools en competenties van de coach. Welke gedragsdimensies ontwikkelen? Uw commercieel plan positioneren als leider, manager en coach. De coachmatrix: de coachingbehoeften t.o.v. het commercieel plan. Competenties en instrumenten van de sales-coach.

Sessie 6: CRM als kritische succesfactor Johan Van Genechten

BtoB-benadering.
Database management: kritische succesfactoren, vooral in een B-to-B context.
CRM in de verkooppraktijk: implicaties voor het verkoopmanagement.
Impact van de sociale media op CRM en klantenrelatie.

Sessie 7: Strategische vraagstukken: hoe aanpakken? Marc Logman

Workshop probleemoplossend werken aan strategische management problemen:

- Integrative thinking.
- Creatief strategische vragen benaderen.
- Ontwikkelen van relevante denkkaders.

Sessie 8: Synergieën tussen sales en marketing
Freddy Vander Mijnsbrugge

Samenwerkingsmodel verkoop & marketing.
Van marketingstrategie naar verkooptactiek.
Van order takers naar business creators.
Procesbenadering in verkoop.

Sessie 9: Management van de verkooptploeg
Etienne Moens

De verkooptploeg: tips en tools.
Werving & selectie.
Vaardigheden & competenties.
Meten van prestaties.
Carrièreplanning.
Motivatie, coaching, empowerment.

Sessie 10: Sales en verandermanagement
Johan Vanhaverbeke

Omgaan met verandering in sales en sales management.
De sales management "metrics": meten is weten.
De lerende verkooporganisatie: een mythe?

Sessie 11: Verkoopkanalen - Freddy Vander Mijnsbrugge

Keuze tussen directe en indirecte verkoopkanalen.
Criteria voor keuze.
Verkoopbeleid per kanaal.
Geïntegreerd distributiebeleid.
Opzetten van een partnership.
Channel scorecards.

Sessie 12: Strategisch account management
Daniel Vanden Eynde

Het werven van strategische accounts.
Relatiemanagement en account management.
Strategisch segmenteren van klanten.
Leiding geven aan account managers.

Sessie 13. Cases presentaties

De oplossingen en voorstellen, door de deelnemers in groep uitgewerkt, worden voor een jury mondeling gepresenteerd en toegelicht.

Maak kennis met uw bedrijfsdocenten

EDUARD BOSCHLOOS, Docent HUB

GEERT DEHOUCK, Commercieel Directeur, D.A.S.-België

MARC LOGMAN, Programmadirecteur Instima, Zaakvoerder Logical Management

CHRIS MINNE, Partner Enable, organisational & personal development coach

ETIENNE MOENS, Gedelegeerd Bestuurder, Atlas Business Training

DANIËL VANDEN EYNDE, Key Account Management Expert, SASDVE Luxembourg

JOHAN VAN GENECHTEN, Founding Partner en Managing Director 4C Consulting, Docent Services Marketing.

JOHAN VANHAVERBEKE, Managing Partner Marketing Training & Consulting en programma-leider van deze opleiding.

FREDDY VANDER MIJNSBRUGGE, Managing Director Coachinghouse, Docent Marketing

JEAN-JACQUES VELKENIERS, Trade Marketing Director Western Europe AB-InBev

- 13 donderdagavonden
- 16 februari tot 14 juni 2012
- Roularta Conference Centre (Zellik – Brussel)
- Een topselectie docenten uit de bedrijfswereld
- € 3.230 (excl.21% BTW). De inschrijving bevat de syllabi, een boek, de documentatie, de catering, de begeleiding en de beoordeling van de opdracht.
- Kortingen zie pag. 6

Data en locatie

- Van 16 februari tot 14 juni 2012 (donderdagavonden)
- 13 avonden van 18u tot 21u30
- Roularta Conference Centre – Z.1. Researchpark 120 te 1731 Zellik.

Toelatingsvoorwaarden

- De kandidaat heeft reeds een vooropleiding genoten m.b.t. marketing en verkoop en/of is vertrouwd met het verkoopvak en beschikt over een basiskennis marketing.
- De selectiecommissie onderzoekt elke kandidatuur afzonderlijk.

Inschrijvingen, prijzen en kortingen

De inschrijvingsprijs bedraagt € 3.230. De inschrijvingsprijs bevat de syllabi, een boek, de documentatie, de catering, de begeleiding en de beoordeling van de opdracht.

De leden van Stichting Marketing genieten een voorkeurtarief van € 3.105.

Uitzonderlijk aanbod voor de oud-cursisten van de Fundamentals opleidingen van Instima

U heeft reeds een basisopleiding gevolgd?

De Advanced programma's bouwen hier logisch op verder en brengen u een stap dichterbij in het traject naar het Expert-Diploma. Oud-cursisten genieten **een extra korting van 250 euro**.

Betaalt u uw opleiding zelf?

U kunt genieten van specifieke condities. Neem contact op met Jamila Armard: jamila.armard@instima.be, tel.: +32 (0) 2 467 59 00.

* Alle prijzen zijn excl. 21% BTW

Betaling en annulering

Betaling na ontvangst van de factuur. Bij annulering na 10 november 2011 wordt € 250 administratiekosten aangerekend. Vanaf 17 november 2011 is het volledige bedrag verschuldigd. De annulering dient schriftelijk te gebeuren.

Cursusmateriaal

U ontvangt de syllabi van de lessen, materiaal van de docenten en één boek.

Getuigschrift

U ontvangt het getuigschrift mits:

- u aanwezig bent in de lessen
- u de case voorbereidt en mondeling toelicht voor een professionele jury.

Advies en inlichtingen



Voor algemene informatie over dit programma kan u terecht bij Instima, Jamila Armard, op het telefoonnummer: +32 (0) 2 467 59 00
fax: +32 (0) 2 467 59 56 of
via e-mail: jamila.armard@instima.be
website: www.instima.be

Inschrijven

Op de website: http://www.instima.be/nl/inschrijven_advanced.aspx

Per e-mail: jamila.armard@instima.be

Wetenschappelijk coördinatieteam Instima

PASCALE CAMBIE	Directeur INSTIMA
VINCENT DEWEZ	Marketing & Communication Manager Management Information, Vice-Voorzitter Stichting Marketing, Wetenschappelijk Adviseur INSTIMA.
PROF. DR. MARC LOGMAN	Programmadirecteur INSTIMA, Zaakvoerder LOGICAL MANAGEMENT
ROLAND SAINTTROND	Docent ICHEC, Visiting Professor UCL, Master Marketeer.
JOHAN VANHAVERBEKE	Managing Partner Marketing Training & Consulting, Wetenschappelijk Adviseur INSTIMA
DANIEL VIANE	Senior Communication Manager BNP PARIBAS FORTIS, Voorzitter INSTIMA

Instima, meer dan opleidingen alleen

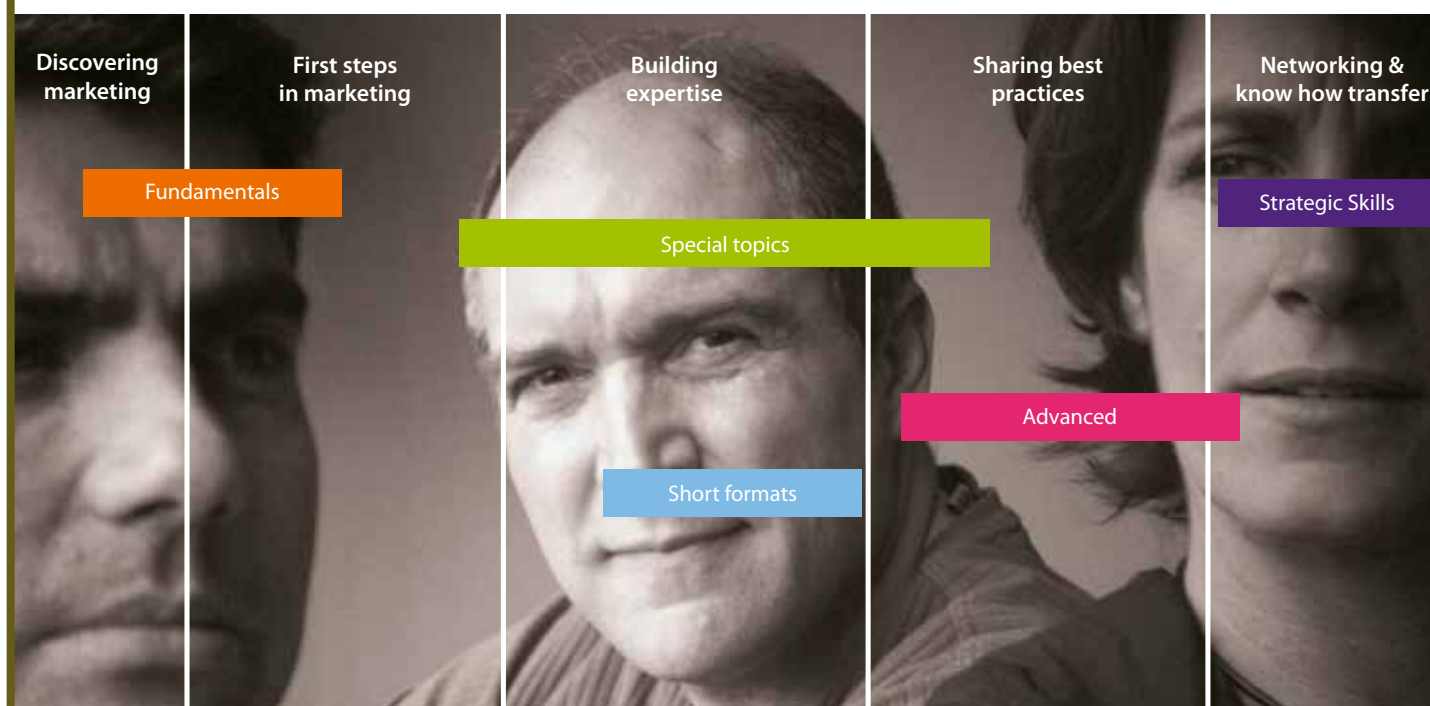
Met meer dan 20 jaar ervaring in het organiseren van kwalitatieve opleidingen, kunnen wij u garanderen dat kiezen voor Instima een veilige keuze is.

Dat vertaalt zich in 5 engagementen waarvoor wij ons dagelijks inzetten:

1. Een perfecte mix van academische benadering én praktijkgerichtheid.
2. Docenten uit de bedrijfswereld houden de inhoud brandend actueel.
3. Docenten uit de praktijk die ook weten hoe die kennis door te geven.
4. Wat u leert, is meteen inzetbaar.
5. U behaalt het expertdiploma op het einde van het traject.

Instima biedt, als enige, een coherent, logisch, modulair en volledig opleidingstraject.

De opleidingen van Instima schrijven zich zeer duidelijk in een volledig traject in. Professionals kunnen op elk moment van hun carrière instappen om hun expertise in marketing, sales of communicatie op te bouwen. Het Expert-Diploma is de bekroning van een weloverwogen opleidingstraject op weg naar een managementfunctie. Het is een bewijs van persoonlijke ontplooiing, een opwaardering van het cv en versterkt uw loopbaankansen.



Expert-Diploma

Het Expert-Diploma, de erkenning van uw ervaring

Instima is het opleidingsinstituut van Stichting Marketing, de belangrijkste Belgische vereniging van marketing professionals.

Met méér dan 1.500 leden is Stichting Marketing uitgegroeid tot de belangrijkste ontmoetingsplaats voor marketing-minded professionals. Al 25 jaar biedt Stichting Marketing, in samenwerking met de Instima-opleidingscel, een uniek platform om vakkennis actueel te houden.

Marketing is echter meer dan een beroep. Stichting Marketing biedt u het beste platform om:

- Collega marketeers te ontmoeten, uw netwerk uit te breiden en met marketing experts over boeiende cases te discussieren.
- Up to date te blijven van de laatste trends en evoluties binnen de marketingwereld via workshops, seminars, congressen, jaarboeken, white papers,....
- Uw kennis te verrijken en uw collega's te helpen met uw marketing know how...



Instima biedt praktijkgerichte begeleiding en ondersteuning

Met de opleidingsprogramma's in marketing, sales en communicatie helpt Instima managers in de ontwikkeling van hun professionele carrière. Zij kunnen terugvallen op het brede netwerk van leden-vakmensen én de kennis van belangrijke academische partners zoals de HUB, UAMS, K.U.Leuven Campus Kortrijk, FUNDP en ICHEC Entreprises.

Zo biedt Instima managers de mogelijkheid om hun professionele expertise op te bouwen met praktijkgerichte opleidingen passend binnen een modulair traject.

Het is deze haast onuitputtelijke voedingsbodem van kennis en kennisoverdracht die Instima tot de meest volwaardige en betrouwbare opleidingspartner maakt voor individu én bedrijf.



Instima werkt samen met volgende structurele partners:

