

A photograph of a business meeting. In the foreground, a pair of glasses and a pen rest on a desk with various charts and documents. In the background, two men in suits are seated at a table, one holding a pen and looking at a document. A glass of water is also visible on the table.

Right Clients Right TermsSm



Twée halve dagen

Doel

Dit is een teamworkshop voor de senior managers verantwoordelijk voor de commerciële effectiviteit van uw organisatie.

Welke klanten uw organisatie contracteert is sterk bepalend voor uw vermogen om klanten te behouden. Het heeft grote impact op de strategische richting en de winstgevendheid van uw organisatie. Dat is te belangrijk om alleen aan sales over te laten.

Als team stelt u criteria op waaraan (nieuwe) klanten moeten voldoen.

Tevens ontwikkelt u in deze workshop een model waarmee uw salesorganisatie de nieuwe opportuniteiten kan classificeren.

Werkwijze

De workshops voor senior managers hebben besluitvorming tot doel. Het draait niet alleen om het verkrijgen van kennis en inzichten, maar om het maken van keuzes en versterken van de strategie van de organisatie. De uitkomsten zijn van toepassing op de gehele organisatie en zijn input voor de accountmanagers.

Tijdens de eerste halve dag worden recente ervaringen van de senior managers met klanten geanalyseerd, gevalideerd en wordt gezamenlijk besloten over absolute criteria en voor (nieuwe) klanten en over de criteria om opportuniteiten te classificeren.

In de tweede halve dag worden deze criteria verder uitgewerkt en wordt aandacht besteed aan het communiceren van de gemaakte keuzes. Daarnaast worden afspraken gemaakt over hoe deze toe te passen in de organisatie.

Doelgroep

Senior management team van dienstverlenende organisaties verantwoordelijk voor commercieel beleid en strategie.

Onderwerpen

- Waarom de juiste klanten en voorwaarden zo belangrijk zijn
- Wat zijn kenmerken van klanten en contracten waar we problemen ondervinden?
- Analyses kernoorzaken en keuzes voor uitsluitende criteria
- Wat zijn kenmerken van klanten en contracten waar het leveren van een goede prestatie als vanzelf lijkt te gaan?
- Analyses kernoorzaken en keuzes voor verplichte criteria.
- Opstellen Double Attractiveness matrix (matrix voor classificeren van opportuniteiten)
- Communicatie en implementatie in de organisatie

Praktische informatie

Organisatie: In-company (max. 10 deelnemers)

2 workshops van 3,5 uur

Maatwerk op basis van intakegesprek



info@tenacity.nl