

## Beroepscompetentieprofiel Junior accountmanager

### 1. Algemene informatie

Naam BCP:	datum:	versie:
Junior accountmanager (niveau 4)	14 februari '23	0.2
Ontwikkeld door:	KCH	
Brondocument(en)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vacatureteksten Junior accountmanager (2020)</li><li>• Interviews met vertegenwoordigers groothandel / retail en adviseurs praktijkleren SBB (2020)</li><li>• Rapportages Nederlands verbond van de groothandel – (2020)</li><li>• KD Commercie – SBB (2016)</li><li>• BCP Junior accountmanager – SOG (2012)</li><li>• Informatie e-academy: <a href="https://www.e-academy.org/rqf/">https://www.e-academy.org/rqf/</a></li></ul>	
Legitimering proces ontwikkeling BCP door	Bestuur KCH op 15 maart '23	
Mogelijke functiebenamingen	Junior accountmanager   Vertegenwoordiger   Verkoper / verkoopadviseur / verkoopconsultant / sales medewerker buitendienst	
Verwante beroepen (schema)	Verkoopleider   Sales manager   Senior accountmanager   Vestigingsleider   Regiomanager   Commercieel medewerker	
Loopbaanperspectief	De junior accountmanager heeft de mogelijkheid om door te groeien naar de functie van verkoopleider / (senior) accountmanager met meer zelfstandigheid en verantwoordelijkheid op commercieel gebied en met een coachende of coördinerende rol naast de uitvoerende rol.	

### 2. Beschrijving van het beroep

Werkomgeving	<p>De junior accountmanager kan werkzaam zijn in zowel de groothandel als in de retail. Bij de groothandel gaat het om kleine tot grote bedrijven in non-food en food. In de retailsector werkt hij vooral in het grootwinkelbedrijf in de food en non-foodbranches, uitgezonderd die van de supermarkten. De bedrijven zijn cross-channel organisaties of pure players.</p> <p>De differentiatie in formules en branches leidt tot verschillen in werkzaamheden en benodigde (product)kennis, vaardigheden en inzicht van de junior accountmanager.</p> <p>De junior accountmanager voert zijn werkzaamheden uit achter diverse devices op het kantoor / zijn thuiswerkplek en onderweg naar / op locatie bij (potentiële) klanten.</p>
--------------	--

Attitude	<p>De junior accountmanager:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Is een onvermoeibare verkoper / onderhandelaar en heeft overtuigingskracht en zelfvertrouwen</li> <li>• Is communicatief vaardig (kan goed vragen stellen en luisteren) en een vlotte, innemende gesprekspartner. Hij legt en houdt gemakkelijk contact, is in staat om op inspirerende wijze zijn verhaal te brengen en zijn (steeds correcte en tactvolle) taalgebruik aan te passen aan het niveau / de situatie van de ander, ook schriftelijk / digitaal</li> <li>• Is commercieel en onderzoekend, hij verdiept zich in de omstandigheden in de markt en in de situatie van zijn klant en ziet kansen. Hij adviseert de klant en bedenkt oplossingen hoe hij het beste in het belang van de organisatie én de klant kan opereren</li> <li>• Is zelfstandig en resultaatgericht, hij onderneemt steeds concrete en gerichte acties om de verkoop- en servicelevel targets te behalen en bepaalt zijn eigen prioriteiten</li> <li>• Heeft durf en pakt nieuwe activiteiten / acquisitie enthousiast op</li> <li>• Is stressbestendig, kan omgaan met de druk van het behalen van targets en met weerstand</li> <li>• Heeft een verzorgd uiterlijk</li> <li>• Is flexibel en kan schakelen tussen werkzaamheden / er tijdelijk extra werk bij nemen</li> <li>• Weet optimaal gebruik te maken van de aanwezige systemen</li> <li>• Werkt zorgvuldig en is integer in de omgang met personeel, geld en bedrijfsinformatie</li> <li>• Is professioneel en collegiaal in de omgang met het verkoopteam, collega's van de binnendienst en die van andere afdelingen (teampayer)</li> </ul>
Verantwoordelijkheid en Zelfstandigheid (NLQF)	<p>De junior accountmanager voert zijn taken zelfstandig uit. Hij heeft een gezamenlijke verantwoordelijkheid met zijn collega's in binnen- en buitendienst om de (verkoop en service level)targets van de organisatie te behalen in de B2B (en B2C) omgeving. Hij draagt bij aan het beleid van de organisatie door het doen van verbetervoorstellen op het gebied van de (operationele) aanpak en de marketing / e-commerce activiteiten. Hij legt verantwoording af aan zijn leidinggevende.</p>
Kennis en vaardigheden indicatie (NLQF) niveau 4	<p><i>Kennis</i> De junior accountmanager is de specialist voor de klanten en medewerkers van de organisatie met betrekking tot de producten, diensten en aanvullende services van de organisatie. Daarnaast heeft hij een gedegen kennis van onder andere de strategie, structuur, cultuur en (organisatie)processen van zijn klanten en de gerealiseerde omzet / marges. Hij is in het bezit van rijbewijs B.</p> <p><i>Toepassen van kennis</i> De junior accountmanager kan marktinformatie uit verschillende bronnen analyseren en deze verwerken in rapportages en voorstellen voor onder andere verkoop- en marketingbeleid. Hij kan zijn kennis over de klant inzetten voor het opstellen van verkoop- en actieplannen en het geven van adviezen aan de klant. Hij kan commerciële calculaties uitvoeren voor offertes.</p> <p><i>Probleemoplossende vaardigheden</i> De junior accountmanager kan zelfstandig problemen oplossen. Hierbij gaat het ook om problemen die buiten de standaardprocedures en protocollen vallen.</p>

	<p><i>Leer- en ontwikkelvaardigheden</i> De junior accountmanager formuleert zijn eigen leerpunten en weet welke activiteiten hij moet oppakken om aan zijn leerpunten te werken. Hij gebruikt (nieuwe) situaties en klantvragen als een kans om te experimenteren en te groeien in zijn rol. Hij overziet de gevolgen van beleidsverandering / innovaties voor zijn werkzaamheden. Hij volgt regelmatig trainingen en blijft zich verdiepen in het assortiment en de dienstverlening van de organisatie.</p> <p><i>Informatievaardigheden</i> De junior accountmanager voert onderzoek uit met gebruikmaking van diverse bronnen en methoden, analyseert de informatie en verwerkt zijn conclusies in (digitale) rapportages. Hij gaat vaardig om met de diverse digitale systemen van de organisatie.</p> <p><i>Communicatievaardigheden</i> De junior accountmanager communiceert overtuigend en klantvriendelijk, zowel mondeling als schriftelijk. In het contact met de klanten weet hij de juiste toon te treffen om de klant te informeren, inspireren en overtuigen. Hij heeft een zeer goede beheersing van de Nederlandse taal en een goede beheersing van de Engelse en een andere moderne vreemde taal.</p>
Complexiteit (NLQF)	<p>Een deel van het werk van de junior accountmanager wordt uitgevoerd conform standaardprocedures, bijvoorbeeld op het gebied van het offerte- en ordertraject. Klantvragen, afwijkingen en storingsvragen om improvisatie van de junior accountmanager.</p> <p>Complicerende factoren in het werk zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klanten zijn kritisch en mondig, zijn beter geïnformeerd over de producten en diensten en kunnen scherper reageren. De junior accountmanager moet zich de kritiek niet persoonlijk aantrekken, professioneel blijven communiceren (en de protocollen volgen) en escalatie voorkomen. Hij moet daarbij oog hebben voor zowel het belang van de klant als het belang van de organisatie.</li> <li>• Organisaties breiden hun product- en dienstverlening uit en verwachten dat de junior accountmanager snel een specialist wordt in de nieuwe producten / diensten. Er wordt ook verwacht dat hij tijdelijk extra taken oppakt, bijvoorbeeld voor extra of nieuwe klanten.</li> <li>• De junior accountmanager moet kunnen plannen en kunnen omgaan met meerdere klanttrajecten tegelijkertijd / targets / druk en belemmeringen. Dit kan stress veroorzaken. De junior accountmanager moet hiermee om kunnen gaan en zijn eigen gezondheid (vitaliteit) in de gaten houden.</li> </ul>

### 3. Trends en innovaties

Arbeidsmarktinformatie	In Nederland zijn er zeer goede kansen op werk als junior accountmanager (bron: functie vertegenwoordiger op nationaleberoepengids.nl). Volgens Kiesmbo.nl heeft de junior accountmanager voldoende kans op werk.
Trends en ontwikkelingen	<p><i>Organisatorische ontwikkelingen:</i> Organisaties zijn zich vanwege concurrentie en veranderd klantgedrag meer gaan richten op online activiteiten (omnichanneling). De junior accountmanager heeft hiermee nieuwe informatie, communicatie- en verkoopkanalen in het contact met klanten en extra kansen voor leads gekregen.</p>

	<p><i>Internationale ontwikkelingen:</i> Organisaties hebben steeds vaker te maken met internationaal werkende klanten en leveranciers. De junior accountmanager communiceert niet meer alleen in het Nederlands maar moet gesprekken met klanten / leveranciers ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal zoals Duits, Frans of Spaans kunnen voeren. Hij moet ook berichten en offertes kunnen opstellen in deze talen.</p> <p><i>Technologische ontwikkelingen:</i> Retailers / groothandelsbedrijven voeren informatietechnologie in bij het stroomlijnen van in- en extern gerichte (marktgerichte) processen van het bedrijf. De junior accountmanager moet werken met deze informatietechnologie, bijvoorbeeld met een CRM (Customer Relation Management) systeem voor onder andere contact-, offerte- en relatiebeheer. Voor het stroomlijnen van financiële en logistieke processen wordt vaak een ERP (Enterprise Resource Planning) systeem ingezet. Informatietechnologie maakt het gemakkelijker om de werkzaamheden (deels) thuis uit te voeren.</p>
--	--

#### 4. Rollen en competenties

Overzicht rollen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relatiebeheerder</li> <li>2. Vertegenwoordiger</li> <li>3. Commercieel beleidsondersteuner</li> </ol>
------------------	---

<b>1. De junior accountmanager als relatiebeheerder</b>	
Beschrijving van de rol	<p><i>De relatiebeheerder is mede verantwoordelijk voor het behouden van duurzame relatie met accounts</i></p> <p>De junior accountmanager verdiept zich in het account. Hij neemt het klantdossier (CRM) en bedrijfsgegevens als visie, strategie, inkoopbeleid en DMU (decision making unit) door en brengt in kaart wat het account wel / niet heeft afgenomen en met welke marge. Hij bekijkt de mogelijkheden voor het verbeteren en uitbreiden van de relatie, bedenkt adviezen / initiatieven en bespreekt zijn bevindingen met zijn leidinggevende / het accountteam. Hij stemt met hen af welke acties hijzelf richting het account onderneemt, met wie en met welke doelstelling.</p> <p>Hij voert vervolgens een advies- en / of verkoopgesprek met het account. Dit kan bestaan uit gesprekken met mogelijk verschillende DMU's, on- en offline. Hij inventariseert en analyseert daarbij de processen in de organisatie, legt zijn bevindingen voor, brengt adviezen uit en kijkt naar de mogelijkheden van de eigen organisatie om geschikte (maatwerk)producten / diensten te leveren. Wanneer noodzakelijk raadpleegt hij zijn leidinggevende / het accountteam en koppelt de verkregen informatie terug. Hij legt de verkregen gegevens en de gemaakte afspraken vast in het CRM systeem.</p> <p>Hij zorgt, in nauwe samenwerking met de binnendienst, voor de follow-up van de afspraken met het account, bijvoorbeeld het versturen van informatie (zoals</p>

	<p>specificaties, prijzen, kwaliteitseisen, toepassingsmogelijkheden en levertijden) en / of samples, het doen van een aanbod met prijsberekening en / of het opstellen en versturen van een offerte. Voor het aanbod / de offerte controleert hij de beschikbaarheid (en doorlooptijd) van producten / diensten. Voor de offerte voert hij calculaties uit, licht hij het aanbod toe, zorgt hij ervoor dat de vraag van de klant wordt beantwoord en neemt hij de voorgeschreven prijs-, leverings- en betalingsvoorwaarden op. Hij legt complexe (of grotere) offertes ter controle voor aan zijn leidinggevende / accountteam / financieel manager.</p> <p>Hij bewaakt de geldigheidstermijn van het aanbod / de offerte en houdt contact met het account. Indien nodig onderhandelt hij, binnen de door de organisatie vastgestelde marges, om een akkoord te krijgen. Bij een akkoord stelt hij (of de binnendienst) een orderbevestiging op en laat deze door de binnendienst verwerken in het systeem (ERP). Hij volgt de afhandeling van het ordertraject, neemt bij (dreigende) problemen / storingen contact op met het account voor het bespreken van de oplossing. Hij administreert alle contactmomenten en vervolgacties in het digitale systeem (CRM). Bij afronding van het ordertraject evalueert hij het traject met het account en maakt afspraken voor een vervolcontact.</p> <p>Ook neemt hij meldingen van klachten aan en stelt vragen om de oorzaak van de klacht te achterhalen. Hij zorgt er (samen met de binnendienst voor) dat de melding binnen een bepaalde tijdspanne wordt afgehandeld. Wanneer nodig wint hij advies in bij zijn leidinggevende / het accountteam en / of stemt hij af met collega's van andere afdelingen (logistiek, technische dienst etc.) om een gerichte oplossing aan te kunnen bieden. Hij houdt hierbij steeds oog voor het behoud van de goede relatie met het account en gaat na of de klacht inderdaad naar tevredenheid is afgehandeld.</p>
Competenties	<p><i>Klantgericht handelen</i>  Toont een sterk inlevingsvermogen in de klant  Onderzoekt de wensen en behoeften van de klant  Geeft een hoge prioriteit aan servicebereidheid en klanttevredenheid zonder het organisatiebelang uit het oog te verliezen  Is proactief in het voldoen aan wensen en verwachtingen van de klant  Stelt zijn communicatiestijl af op klanten vanuit diverse culturen en / of achtergronden</p> <p><i>Beïnvloeden</i>  Probeert anderen te overtuigen en probeert instemming te verkrijgen door de juiste argumenten en methoden in te zetten  Communiqueert overtuigend in gesprekken, discussies en / of onderhandelingen  Heeft oog voor de belangen van betrokken partijen en streeft naar een gedragen uitkomst  Past zijn communicatiestijl aan op de gesprekspartner  Presenteert zich als betrouwbare en deskundige gesprekspartner</p> <p><i>Analyseren</i>  Controleert, analyseert en structureert vraagstukken, situaties en data systematisch  Trekt conclusies door logisch redeneren  Gaat actief op zoek naar nieuwe informatie en beoordeelt gevonden informatie op bruikbaarheid en betrouwbaarheid  Combineert gegevens uit verschillende (informatie)bronnen en genereert hierbij nieuwe informatie</p>

	<p><i>Financieel handelen</i>  Schat de kosten in van de geplande activiteiten / inkopen en handelt sterk kostenbewust  Toont inzicht in de gevolgen van prijsstellingen en veranderingen  Plant, neemt en evalueert regelmatig financiële beslissingen</p>
	<p><i>Omgaan met procedures</i>  Werkt binnen de kaders van de organisatie en gemaakte afspraken (binnen het team)  Werkt conform geldende wettelijke richtlijnen en (veiligheids)voorschriften  Toont zich gedisciplineerd</p>
	<p><i>Omgevingsbewust handelen</i>  Gaaf integer om met de informatie die de klant / medewerker / ander verstrekt  Bewaakt beveiligings- en privacyaspecten met betrekking tot persoonlijke en financiële gegevens  Heeft zicht op de (maatschappelijke, politieke en economische) effecten van de besluiten en activiteiten van de organisatie</p>
<p>Benodigde kennis en vaardigheden</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kennis van de visie, formule / waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie</li> <li>• kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie</li> <li>• kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten / plichten van klanten / organisatie</li> <li>• kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie</li> <li>• kennis van organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering en strategie</li> <li>• kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen</li> <li>• kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie</li> <li>• kennis van het klachtenbeleid van de organisatie</li> <li>• kennis van de procedures op het gebied van privacy / dataverwerking</li> <li>• kennis van de omgang met andere culturen</li> <li>• kennis van de organisatielijn voor het gebruik van sociale media</li> <li>• kan accountanalyses uitvoeren</li> <li>• kan gespreksstructuren en -technieken toepassen</li> <li>• kan verkooptechnieken en -argumenten toepassen en inspelen op koop- en weerstandssignalen</li> <li>• kan informatie presenteren / overdragen</li> <li>• kan commerciële calculaties uitvoeren</li> <li>• kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.)</li> <li>• kan gesprekken voeren, berichten en offertes / contracten opstellen en klant-, product- en / of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal</li> <li>• kan klachten afhandelen en omgaan met (potentiële) conflictsituaties</li> </ul>
<p>Afbreukrisico</p>	<p>Als de junior accountmanager deze rol niet goed vervult kan dit leiden tot het risico van verliezen van het account / het onvoldoende benutten van het potentieel van de account en daarmee inkomstenderving.</p>

## 2. De junior accountmanager als vertegenwoordiger

### Beschrijving van de rol

*De vertegenwoordiger is verantwoordelijk voor het vinden en realiseren van nieuwe klanten / marges conform de gestelde verkooptargets*

De junior accountmanager gaat op basis van het marktwerkingsplan aan de slag met het verkrijgen en leggen van contacten met potentiële klanten. Hij breidt zijn netwerk uit en benut dit netwerk voor leads, bemant beurzen en onderzoekt reacties van potentiële klanten op sociale media uitingen van de organisatie. Ook krijgt hij leads van onder andere de binnendienst en andere collega's.

Hij oriënteert zich op de potentiële klanten. Hij verzamelt klantgegevens (bijvoorbeeld visie, strategie, inkoopbeleid, organisatieprocessen en -cultuur, DMU's). Op basis van deze informatie bepaalt hij, al dan niet in overleg met zijn leidinggevende / het salesteam, de wijze van klantbenadering en wie hij moet benaderen, de doelstellingen van het gesprek en / of het mogelijke aanbod / adviezen.

Hij benadert de potentiële klant via passende communicatie- en verkoopkanalen voor een contactmoment. Tijdens het contactmoment stelt hij vragen over de situatie / wensen van de klant en presenteert hij de organisatie en de producten / diensten. Hij kwalificeert de klant en inventariseert of een vervolgesprek / -actie perspectief biedt. Indien dit het geval is, overtuigt hij de potentiële klant van het belang van een vervolgesprek /-actie. Hij registreert de gegevens uit het klantcontact in het CRM.

Hij voert vervolgens een advies- en / of verkoopgesprek met de potentiële klant. Hij stelt vragen, signaleert behoeften en ziet kansen, geeft adviezen en overtuigt de klant van het belang van een vervolgactie, bezoek of aankoop. Hij zorgt, in nauwe samenwerking met de binnendienst, voor de follow-up van de afspraken met de klant, bijvoorbeeld het versturen van (product)informatie en / of samples, het doen van een aanbod met prijsberekening en / of het opstellen en versturen van een offerte. Voor het aanbod / de offerte controleert hij de beschikbaarheid (en doorlooptijd) van producten / diensten. Voor de offerte voert hij calculaties uit, licht hij het aanbod toe, zorgt hij ervoor dat de vraag van de klant wordt beantwoord en neemt hij de voorgeschreven prijs-, leverings- en betalingsvoorwaarden op. Hij legt complexe offertes voor aan zijn leidinggevende / het salesteam / financieel manager en bespreekt de onderhandelingsruimte.

Hij bewaakt de geldigheidstermijn van het aanbod / de offerte en houdt contact met de klant. Indien nodig onderhandelt hij, binnen de door de organisatie vastgestelde marges, om een akkoord te krijgen. Na instemming van de klant stelt hij (of de binnendienst) een orderbevestiging op en laat deze door de binnendienst verwerken in het systeem (ERP). Hij volgt de afhandeling van het ordertraject, neemt bij (dreigende) problemen / storingen contact op met de klant voor het bespreken van de oplossing. Hij administreert alle contactmomenten en vervolgacties in het digitale systeem (CRM). Bij afronding van het ordertraject evalueert hij het traject met de klant en maakt afspraken voor een vervolgcontact.

Ook neemt hij meldingen van klachten aan en stelt vragen om de oorzaak van de klacht te achterhalen. Hij zorgt er (samen met de binnendienst voor) dat de melding binnen een bepaalde tijdspanne wordt afgehandeld. Wanneer nodig wint hij advies in bij zijn leidinggevende / het salesteam en / of stemt hij af met

	collega's van andere afdelingen (logistiek, technische dienst etc.) om een gerichte oplossing aan te kunnen bieden. Hij houdt hierbij steeds oog voor het behoud van de goede relatie met de klant. Hij gaat na of de klacht inderdaad naar tevredenheid is afgehandeld.
Competenties	<p><i>Beïnvloeden</i></p> <p>Probeert anderen te overtuigen en probeert instemming te verkrijgen door de juiste argumenten en methoden in te zetten</p> <p>Communiqueert overtuigend in gesprekken, discussies en / of onderhandelingen</p> <p>Heeft oog voor de belangen van betrokken partijen en streeft naar een gedragen uitkomst</p> <p>Past zijn communicatiestijl aan op de gesprekspartner</p> <p>Presenteert zich als betrouwbare en deskundige gesprekspartner</p>
	<p><i>Klantgericht handelen</i></p> <p>Toont een sterk inlevingsvermogen in de klant</p> <p>Onderzoekt de wensen en behoeften van de klant</p> <p>Benadert klanten op proactieve wijze</p> <p>Geeft een hoge prioriteit aan servicebereidheid en klanttevredenheid zonder het organisatiebelang uit het oog te verliezen</p> <p>Stelt zijn communicatiestijl af op klanten vanuit diverse culturen en / of achtergronden</p>
	<p><i>Netwerken</i></p> <p>Legt contact met mensen van binnen en buiten de organisatie om zijn netwerk uit te breiden</p> <p>Weet goed (online en offline) contact te onderhouden met zijn netwerk</p> <p>Gaat gemakkelijk om met contacten op verschillende niveaus</p> <p>Deelt kennis, ideeën en informatie met anderen</p> <p>Benut het formele en informele netwerk om zaken voor elkaar te krijgen</p> <p>Bouwt relaties op in verschillende contexten die van belang zijn voor de organisatie</p>
	<p><i>Flexibel handelen</i></p> <p>Handelt doelmatig door zich aan te passen aan veranderde omstandigheden, taken, verantwoordelijkheden en / of mensen</p> <p>Gaat snel en flexibel om met acute situaties</p> <p>Toont zelfvertrouwen in onzekere en onduidelijke situaties</p>
	<p><i>Doorzetten</i></p> <p>Blijft effectief presteren onder tijdsdruk, bij tegenslag, teleurstelling of weerstand</p> <p>Blijft geloof houden in een positief resultaat ondanks onzekerheden en tijdelijke tegenvallers</p> <p>Is geduldig en gericht op het bereiken van de (lange termijn) doelstellingen</p> <p>Toont zich veerkrachtig (ook bij kritiek) en komt op een respectvolle manier op voor zichzelf / de organisatie</p>
	<p><i>Besluiten nemen</i></p> <p>Weegt risico's af bij het nemen van besluiten</p> <p>Neemt de verantwoordelijkheid voor genomen besluiten en draagt de consequenties</p> <p>Initieert activiteiten</p> <p>Neemt besluiten buiten de kaders van de organisatie</p>
Benodigde kennis en vaardigheden	<ul style="list-style-type: none"> <li>kennis van de visie, formule / waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie</li> <li>• kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten / plichten van klanten / organisatie</li> <li>• kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie</li> <li>• kennis van organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering en strategie</li> <li>• kennis van informatie-, communicatie- en verkoopkanalen van de organisatie</li> <li>• kennis van de fasen van een verkoopgesprek en koopgedrag bevorderende factoren</li> <li>• kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen</li> <li>• kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie</li> <li>• kennis van het klachtenbeleid van de organisatie</li> <li>• kennis van de procedures op het gebied van privacy / dataverwerking</li> <li>• kennis van de omgang met andere culturen</li> <li>• kennis van de organisatierichtlijnen voor het gebruik van sociale media</li> <li>• kan gespreksstructuren en -technieken toepassen</li> <li>• kan verkooptechnieken en -argumenten toepassen en inspelen op koop- en weerstandssignalen</li> <li>• kan informatie presenteren / overdragen</li> <li>• kan commerciële calculaties uitvoeren</li> <li>• kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.)</li> <li>• kan gesprekken voeren, berichten en offertes / contracten opstellen en klant-, product- en / of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal</li> <li>• kan klachten afhandelen en omgaan met (potentiële) conflictsituaties</li> <li>• kan Arbo-verantwoord werken in relatie tot (persoonlijke) veiligheid, vitaliteit, welzijn, hygiëne en milieu</li> </ul>
Afbreukrisico	Als de junior accountmanager deze rol niet goed vervult kan dit leiden tot het niet behalen van de verkooptargets en onvoldoende omzet / marge.

### 3. De junior accountmanager als commercieel beleidsondersteuner

<p>Beschrijving van de rol</p>	<p><i>De commercieel beleidsondersteuner is verantwoordelijk voor het bijdragen aan aanpassingen of verbeteringen aan de verkoop, de marketing en/of de marktwerking</i></p> <p>De junior accountmanager onderzoekt, al dan niet in samenwerking met andere afdelingen <a href="#">van de organisatie</a> (zoals marketing, business development en directie), de ontwikkelingen in de markt door middel van fieldresearch, marktverkenningen en concurrentie analyses. Ook houdt hij (onder andere in gesprekken met klanten en leveranciers) oog voor relevante informatie over (potentiële) klanten, producten en diensten, de concurrentie en de <a href="#">(digitale)</a> ontwikkelingen in de branche en regio. Hij legt alle informatie vast in het (digitale) systeem en koppelt de informatie terug aan zijn leidinggevende / het salesteam.</p> <p>Hij werkt mee aan het opstellen van (financieel onderbouwde en gestructureerde) voorstellen voor verkoop- en marketingbeleid, gebaseerd op een analyse van de prestaties van de diverse informatie-, communicatie- en verkoopkanalen van de organisatie. Hij denkt bijvoorbeeld mee over nieuwe productmarktcombinaties, <a href="#">(e-mail)</a> marketingacties en content op sociale media (infotainment). <a href="#">Hij baseert zijn ideeën daarover op een analyse van de customer journey en op een consistente boodschap en uitstraling van de organisatie via de diverse (online) informatie-, communicatie- en verkoopkanalen.</a></p> <p>Daarnaast ondersteunt hij het salesteam bij het opstellen, evalueren, uitvoeren en bijstellen van account-, verkoop- of actieplannen. Hiervoor doet hij onder andere onderzoek naar de resultaten van accounts en klanten, brengt de gerealiseerde omzet, kosten en marges van iedere account / klant in kaart en stelt rapportages op.</p> <p>Naar aanleiding van zijn ervaringen met het ordertraject (de storingsen), de klachten van klanten en de (opvallende) reviews op sociale media signaleert hij knelpunten en efficiëntiebeperkingen en stelt hij verbetervoorstellen op die hij bespreekt met zijn leidinggevende.</p> <p>Hij streeft ernaar om een expert te worden op het gebied van de producten en diensten van de organisatie, neemt deel aan sales en management trainingen en leert (snel) werken met nieuwe software / systemen.</p>
<p>Competenties</p>	<p><i>Ondernemen</i></p> <p>Is continu alert op kansen gericht op voorzien in wensen en behoeften van (nieuwe) klanten  Houdt de activiteiten van concurrenten, klanten en de ontwikkelingen in de markt in de gaten  Heeft oog voor ontwikkelingen in de (inter)nationale context</p> <hr/> <p><i>Analyseren</i></p> <p>Gaat actief op zoek naar nieuwe informatie en beoordeelt gevonden informatie op bruikbaarheid en betrouwbaarheid  Toont een nieuwsgierige en kritische houding  Hanteert een passende onderzoeksanpak die resulteert in bruikbare resultaten</p>

	<p><i>Expertise inzetten</i> Zet specifieke kennis, inzichten en vaardigheden van het beroep in om resultaten te behalen en / of problemen op te lossen Deelt kennis en expertise met klanten / medewerkers / collega's Gebruikt intervisie, reflectie en feedback om informatie te verkrijgen over zijn functioneren en expertisegebieden Heeft inzicht in zijn eigen kwaliteiten en ontwikkelmogelijkheden</p> <p><i>Samenwerken</i> Luistert goed, vat samen en vraagt door voor een goed begrip Houdt rekening met en helpt anderen in het bereiken van een gezamenlijk doel of resultaat Informeert betrokkenen over de voortgang en eventuele knelpunten</p> <p><i>Schriftelijk communiceren</i> Stemt de formulering en presentatie af op de doelgroep Is alert op het voorkomen van misinterpretaties van schriftelijke boodschappen</p> <p><i>Omgevingsbewust handelen</i> Gaat integer om met de informatie die de klant / medewerker / ander verstrekt Bewaakt beveiligings- en privacyaspecten met betrekking tot persoonlijke en financiële gegevens Heeft zicht op de (maatschappelijke, politieke en economische) effecten van de besluiten en activiteiten van de organisatie</p>
Benodigde kennis en vaardigheden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kennis van de visie, formule / waarde creatie en organisatiestructuur van de organisatie</li> <li>• kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie</li> <li>• kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie</li> <li>• kennis van de inhoud van een accountplan</li> <li>• kennis van de inhoud van een marketingplan</li> <li>• kennis van de organisatierichtlijnen voor het gebruik van sociale media</li> <li>• kennis van de samenhang tussen marketing, marktwerking en verkoop</li> <li>• kennis van het kwaliteitsbeleid van de organisatie</li> <li>• kennis van kengetallen en kostenberekening van acquisitie- en verkoopactiviteiten</li> <li>• kennis van marketingbegrippen en -instrumenten binnen het commerciële werkgebied</li> <li>• kennis van markt-, product-/ dienst-, klant- en organisatieontwikkelingen binnen de relevante branche/sector</li> <li>• kennis van de fasen van de online customer journey en de passende klantbenadering</li> <li>• kennis van e-commerce wet- en regelgeving</li> <li>• kennis van (het businessmodel van) omnichannel retail</li> <li>• kennis van het benutten van e-mail en sociale media voor commerciële doeleinden</li> <li>• kan commerciële calculaties uitvoeren</li> <li>• kan data-verzamelmethode (voor marktonderzoek) kiezen en toepassen</li> <li>• kan informatie presenteren / overdragen</li> <li>• kan marktomvang, -potentieel, -aandeel en servicegraad berekenen</li> <li>• kan rapportages opstellen en klant-, product- en / of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media, webanalyse etc.)</li></ul>
Afbreukrisico	Als de junior accountmanager deze rol niet goed vervult kan dit leiden tot het niet benutten van het marktpotentieel en daarmee onvoldoende omzet / marge.