

**Interactieve in-company workshop
 onder deskundige leiding van drs. Jos Burgers RM**

**Meer verdienen aan bestaande klanten
 De weg naar meer afzet en betere prijzen**

Veel markten groeien nauwelijks nog of krimpen zelfs. En het ziet er naar uit dat daar op korte termijn weinig verandering in zal komen. Wie wil groeien is genoodzaakt de marketing- en verkoopstrategie aan te passen aan de veranderende marktomstandigheden.

Lag de focus in het verleden sterk op het acquireren van nieuwe afnemers, steeds meer ondernemingen kiezen ervoor om hun pijlen te richten op het belangrijkste kapitaalgoed dat zij bezitten: de klanten die zij al hebben en de potentiële klanten die zij al goed kennen. Wie er in slaagt meer af te zetten bij bestaande klanten, verhoogt daarmee vanzelf zijn marktaandeel. Kortom, acquisitie alleen is onvoldoende om de groei-doelstellingen te kunnen realiseren. Het accent verschuift van *‘meer klanten’* naar *‘meer uit klanten’*.

De vraag is alleen waar en hoe te beginnen? Meer verdienen aan bestaande klanten is in beginsel slechts mogelijk via twee wegen: door middel van betere prijzen of door meer af te zetten, bestaande producten of nieuwe.

Resultaat: Doelstelling:	Resultaat op korte termijn:	Resultaat op langere termijn:
Meer afzet van producten / diensten	1. Betere communicatie naar uw klanten 2. Cross-selling stimuleren, interne en extern 3. Aangepast prijsbeleid voor bestaande klanten	7. Productontwikkeling en innovatie 8. Kies een onderscheidende positionering 9. Verbeter het relatiebeheer van belangrijke klanten.
Betere prijzen	4. Beter onderhandelen met klanten 5. Uw prijs beter verkopen aan uw klant 6. Betere, meer kansrijke offertes uitbrengen	10. Het risico voor de klant verlagen 11. Verbeter het relatiebeheer van belangrijke klanten 12. Meer toegevoegde waarde leveren

Programma training ‘Meer verdienen aan bestaande klanten’

08.30 uur Ontvangst deelnemers

09.00 Blok 1: Meer verkopen aan bestaande klanten

- Inleiding: waar worden klanten écht gelukkig van?
- Cross-selling: het triade-model als analysehulpmiddel
- mogelijke vormen van beter communiceren?
- intern stimuli nodig?
- gebruik van account plannen
- is de prijs een middel tot meer afzet?
- tips bij het stimuleren van cross-selling en herhalingsorders

10.45 Koffiepauze

11.00 Blok 2: Ontwikkelen van nieuwe producten en/of diensten

- onderzoek doen naar behoeften
- op zoek naar nieuwe productideeën (chaostheorie)
- vormen van nieuwe producten en diensten
- minder concurrentie = minder prijsdruk
- een onderscheidende positionering kiezen
- strategisch kudgedrag vermijden
- veelgemaakte fouten

12.30 Lunch

13.30 Blok 3: Relatiebeheer: kiezen tussen klanten

- de gemiddelde klant bestaat niet
- welke klanten zijn het meest waardevol?
- criteria voor differentiatie tussen klanten
- de evenwichtstheorie gebruiken
- toegevoegde waarde leveren
- hoe ziet een relatiebeheerplan er uit?
- het risico voor uw klant verlagen

15.30 Koffiepauze

15.45 Blok 4: Een hogere prijs is pure winst

- alles over prijs- en margedruk
- het effect van hogere prijzen op uw winst
- het belang van de prijs voor de klant
- de prijsperceptie beïnvloeden
- 20 tactieken om uw (hogere) prijs te verkopen
- maak uw offertes kansrijker
- beter leren onderhandelen

17.00 Afsluiting

Uw praktijktrainer:

drs. Jos Burgers RM (1951) studeerde Bedrijfseconomie aan de Universiteit van Tilburg met als specialisatie marketing management. Na tien jaar werkzaam te zijn geweest in verkoop- en marketingfuncties in het bedrijfsleven, was hij ruim tien jaar docent marketing aan Fontys Hogescholen te Eindhoven. Hij verzorgde tevens post-HBO cursussen marketing management en opleidingen Nima B en C. Thans treedt hij als gastdocent o.a. op voor Universiteit Nyenrode, Ondernemerscentrum De Baak en de Universiteit van Amsterdam.

Jos Burgers is door het Nima benoemd tot Register Marketeer en is auteur van marketingbestsellers als 'Relatiebeheer als Groeistrategie' en 'Een hogere prijs is pure winst'. Sedert tien jaar begeleidt hij als zelfstandig marketingadviseur bedrijven en instellingen van uiteenlopende aard en omvang op het gebied van marketing en strategie.

Omvang en opbouw workshop

In totaal 2 dagdelen, naar keuze ochtend+middag of middag+avond.
De workshop is in hoge mate inspirerend, motiverend en interactief.

Referenties

Reacties van eerdere deelnemers aan deze workshop:

'Zeer goed. Goede onderwerpen, goede docent. Enthousiaste spreker die publiek weet te boeien. Interessante onderwerpen en zeer relevante info.'

C. van den Hurk, projectmanager telebankieren, Rabobank Nederland

'Helder uiteengezet. Levendige stijl. Aantal leuke kapstokjes meegekregen. Dynamische heldere presentatie.'

S. Wardak, manager kantoor, Michael Page International

'Prima, beeldend verteller, rijk aan voorbeelden.'

K. Jonker, accountmanager, Woningnet

Aantal deelnemers

In overleg

Kosten totaal

Zie website onder kopje 'Wat kost?'

Deze prijs is inclusief

- reiskosten,
- een voorbespreking met de opdrachtgever
- specifieke voorbereiding.

Meer weten?

Bel of mail voor meer informatie Burgers Marketing b.v.
tel. 013- 513 14 45 / burgers@burgersmarketing.nl