



Marinka Versteeg

Cursushandleiding

Acquisitie en relatiebeheer

Bij- en nascholing Maatschappelijk Werk

Versie : 1.1
Jaar: 2019
Opleidingsuren: 17 uur
Docent: Marinka Versteeg MSc
Website nascholing <https://www.marinkaversteeg.nl>

Inhoud

Contact.....	3
Programma.....	3
Dag 1 Acquisitie.....	3
Dag 2 Netwerken en relatiebeheer.....	3
Opdrachten.....	4
Doelstellingen van de training.....	4
Ingangseisen.....	4
Competenties.....	4
Korte achtergrond bij de training.....	4
Toetsing en beoordeling.....	5
Deelnemers.....	5
Certificaat.....	6
Algemene voorwaarden.....	6

Contact

Website	https://www.marinkaversteeg.nl/nascholing/acquisitie-en-relatiebeheer
LinkedIn	https://www.linkedin.com/in/marinka-versteeg/
Twitter	https://twitter.com/MarinkaVersteeg
Facebook	https://www.facebook.com/PraktijkMarinkaVersteeg

Programma

De training bestaat uit twee trainingdagen. Die bestaan uit trainingdagen op locatie en een verwerkings- en voorbereidingsopdracht na de eerste bijeenkomst. De trainingen vinden plaats in Utrecht en starten om 9.30 uur en duren tot 17.00 uur met een half uur voor de lunch.

Dag 1 Acquisitie

Als professional je diensten of producten aanbieden vraagt een andere aanpak dan van een verkoper. Zaken die aan bod komen:

- Wat is je dienst of product?
- Wie is je klant?
- Welke professionele meerwaarde creëer je?
- Wat is jouw passie? En verkoop je die?
- Klanten willen de 4 G's.
- Met wie zit je aan tafel?
- Klanten dromen ook!
- Klantmappen en offertes
- Tellen en vertellen, het regelen van je terugkoppeling

Dag 2 Netwerken en relatiebeheer

Op de tweede dag staat het ontwikkelen van duurzame relaties centraal.

- Wat is een netwerk en hoe breng je die in kaart?
- Voor welke klanten kies je?
- Accountmanagement
- Hoe creëer je waarde?
- Voor je begint, hoe zit het met je eigen organisatie?
- De vier p's van relatiemanagement
- Marketing van je dienstverlening
- Leren van je klanten en cliënten

Opdrachten

De opdracht na de eerste dag is het maken van een marketingmix. Wat is nu precies de dienst die je wilt aanbieden aan je klant? Welke klantvraag gaat die beantwoorden en waarom ben jij gepassioneerd om dit product of dienst aan te bieden? Waar geloof jij in?

De voorbereidingsopdracht voor de tweede dag is het maken van een netwerkanalyse en een strategie om mensen te contacteren met KPI's. Op deze wijze kunnen prestaties gemeten worden en wordt succes zichtbaar.

Doelstellingen van de training

Het doel van de training 'Acquisitie en relatiebeheer' is dat de deelnemer een duidelijke productstrategie ontwikkelt, en nadenkt voor welke klanten deze producten en diensten geschikt zijn. Naast dat de maatschappelijk werker meerwaarde creëert voor de klant is het belangrijk om een stroom te creëren die meerwaarde voor de eigen organisatie biedt.

Ingangseisen

Specifieke ingangseis is de opleiding HBO Maatschappelijk Werk. Uitgangspunt is dat gesprekstechnieken ook voor groepen aanwezig is. Passief beheersen van de Engelse taal.

Competenties

Tijdens de training wordt actief gewerkt aan de volgende competenties:

- Signaleert actief probleemveroorzakende of probleemversterkende factoren.
- Werkt aan preventie.
- Telt en vertelt.
- Is als professional loyaal aan zijn organisatorisch kader.
- Organiseert en coördineert vormen van samenwerking.

Korte achtergrond bij de training

Interne maatschappelijk werkers en maatschappelijk werkers met een eigen bedrijf beheren de relatie met de klant. Dit kan rechtstreeks zijn als zelfstandige of indirect vanuit de organisatie waar hij of zij voor werkt. Maatschappelijk werkers zijn niet primair opgeleid om acquisitie te plegen, te netwerken en om relatiebeheer te doen. Ondanks dat het onderdeel is van de competenties, die je als maatschappelijk werker kunt ontwikkelen. Menig maatschappelijk werker vindt acquisitie moeilijk omdat gladde verkooppraatjes haaks staan op professionele integriteit. Toch is het mogelijk om als professional waarde te creëren voor je klant. Belangrijk hierbij is dat niet het verkopen zelf, maar de klantvraag en de dienstverlening centraal staan. Maatschappelijk werkers zijn altijd verbaasd hoe zeer hulpverlening en acquisitie en relatiebeheer op elkaar kunnen lijken.

Bij het aanbieden van individuele hulpverlening als dienst is het belangrijk om duidelijk te hebben wie je klanten zijn waar je je op richt en wat de meerwaarde is voor de klant. Dat vraagt om een heldere afbakening wie je klanten zijn, wat de mogelijke klantvraag is en wat jouw aanbod is.

Naast individuele hulpverlening kan een maatschappelijk werker ook dienstverlening ontwikkelen die zich richt op factoren die problemen veroorzaken of versterken. Dit aanbod van maatschappelijk werkers is meestal individuele problemen overstijgend en komt voort uit actief signaleren wat er speelt. Dit heeft vaak een preventief karakter. De maatschappelijk werker creëert op deze manier meerwaarde voor de klant. Soms in samenwerking met andere aanbieders bij dezelfde klant.

Dit aanbod moet nog wel bij de klant of opdrachtgever onder de aandacht worden gebracht voordat de cliënten hiervan kunnen profiteren. Het gaat dan niet over verkopen, maar over het worden van gesprekspartner. Daar zijn maatschappelijk werkers goed in. En natuurlijk gaan we het hebben over deep selling, cross selling en up selling.

Belangrijk daarbij is dat je als maatschappelijk werker altijd werkt vanuit een organisatorisch kader. Dit kan je eigen bedrijf zijn, maar ook de organisatie waar je voor werkt. Loyaal zijn aan het organisatorische kader van het bedrijf is belangrijk om te zorgen dat je aangesloten blijft. Voor maatschappelijk werkers die werken vanuit loondienst is het belangrijk om een mandaat te hebben vanuit de organisatie. Voor zelfstandigen moet het helder zijn hoe deze dienstverlening helpt om je duidelijk te positioneren in de markt. Evalueren van de dienstverlening en de terugkoppeling kunnen vervolgens weer ingezet worden als onderdeel van het relatiebeheer. Warme acquisitie is immers makkelijker dan koude. Daarnaast moet je als maatschappelijk werker altijd willen vertellen over de kracht van je dienstverlening.

Belangrijk voor acquisitie, netwerken en relatiebeheer is dat het een combinatie is van IQ en EQ, maar bovenal passie (AQ). De verschuiving die plaats vindt is dat niet de cliënt centraal staat maar de klant of opdrachtgever. Echter wel met als doel dat individuele cliënten er uiteindelijk beter van worden.

Toetsing en beoordeling

De opdrachten worden peer reviewed tijdens de tweede dag. Met als doel om te oefenen met het aanbod en het verbeteren van de producten.

Deelnemers

Deze training richt zich op twee type maatschappelijk werkers.

- Zelfstandigen die hun aanbod onder de aandacht willen brengen van opdrachtgevers. Met twee centrale vragen: wat is je markt en wat is je oplossing (product) en vervolgens hoe bereik je die.
- De tweede groep zijn maatschappelijk werkers die een andere aanvullende dienstverlening willen ontwikkelen voor opdrachtgevers. Met name van bedrijfsmaatschappelijk werkers kan verlangd worden om dienstverlening te ontwikkelen voor de klant waar ze voor werken. Dienstverlening die de individuele hulpverlening overstijgt. Dit geldt ook voor schoolmaatschappelijk werkers.

Naast deze groepen staat deze training open voor alle andere groepen van maatschappelijk werkers, die actief aan de slag willen met acquisitie, netwerken en relatiebeheer.

Certificaat

Voor deze training zijn 17 accreditatiepunten aangevraagd bij het Registerplein. De training zal worden afgesloten met een cursuscertificaat bij deelname aan het gehele programma.

Algemene voorwaarden

Op deze training zijn de algemene voorwaarden van de Praktijk Marinka Versteeg van toepassing.

<https://www.marinkaversteeg.nl/contact/algemene-voorwaarden>