



## Ace! Management Partners

Training • Coaching • Consulting • Interim Management



Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam  
Zwolle • Utrecht • Arnhem • Amersfoort • Breda  
Eindhoven • Maastricht • Brussel • Antwerpen

## Ace! Incompany Training



Ace! trainers investeren permanent in vakkennis en zijn daardoor trendzettend in:

- Accountmanagement en acquisitie
- Burn-out preventie
- Call centers, inbound en outbound
- Commerciële slagkracht
- Communicatievaardigheden
- Competentiemodellen
- HRM en personeelsmanagement
- Internet als commerciële tool
- Management en leiding geven
- Marketing en webmarketing
- Persoonlijke effectiviteit
- Productmanagement
- Projectmanagement
- Salesmanagement
- Train de trainer
- Verkoopvaardigheden

**Inhoudsopgave**

INHOUDSOPGAVE.....	2
ACE! INCOMPANY TRAINING® - UITLEG VAN DE TRAININGSVORM.....	3
ALTIJD MAATWERK.....	3
FLEXIBELE PLANNING.....	3
KENMERKEN INCOMPANY TRAINING.....	3
TRAININGSNIVEAUS.....	3
MANAGEMENTRAPPORTAGE.....	4
ACE! MULTI DISCIPLINE TRAINING®.....	4
ACE! MULTI LEVEL TRAINING®.....	4
ACE! COACHINGPANEL®.....	4
CONDITIES INCOMPANY TRAINING.....	4
PERMANENT ACQUISITIEPROCES MARKETING & ACCOUNTMANAGEMENT PAMA®.....	5
PAMA OPTIE 1 - TELEFONISCHE OPVOLGING.....	8
PAMA OPTIE 2 - OPVOLGING DOOR ACCOUNTMANAGEMENT.....	10
PAMA OPTIE 3 - EMAILMARKETING VOOR PAMA.....	12
PAMA OPTIE 4 - NEW BUSINESS TOP 500 BEDRIJVEN.....	14
PAMA OPTIE 5 - ZOEKMACHINE OPTIMALISATIE.....	16
COACHING ON THE JOB.....	18
MAATWERKTRAINING, IN OVERLEG.....	19

## Ace! Incompany Training® - Uitleg van de trainingsvorm

De Ace! trainers investeren permanent in vakkennis en zijn daardoor altijd trendzettend...!

Investeren in taakvolwassenheid en skills is investeren in resultaten. Ace! helpt organisaties te ontwikkelen en te groeien. Want bieden mindset, taakvolwassenheid, helikopterview, het perspectief van uw cliënten en anticipatie op verandering immers geen kansen om constant beter te presteren? Een Ace! Incompany Training® is nooit standaard. Onderwerpen en trainingsvormen kunnen we combineren naar heel specifieke trajecten. Exact conform uw wensen en niveaueisen, en met uw doelstellingen altijd scherp op het netvlies.

### Altijd maatwerk

Voor de training is er een intake interview met de leidinggevende en enkele cursisten, waarin we een goede aansluiting realiseren tussen de training, uw vraagstelling en de kennis en ervaring van de deelnemers. We kunnen voorbereidende individuele opdrachten voor de cursisten formuleren en de trainingsdoelen stellen. Er vindt dus een nauwkeurige fine tuning op de praktijksituatie en het niveau van de cursisten plaats, ook bij niveauverschillen binnen één groep. De inhoud van de training wordt aangepast aan uw vraagstelling: onderwerpen of modules worden weggelaten of toegevoegd en maatwerk is mogelijk.

### Flexibele planning

U kiest zelf de data waarop de groep de training gaat volgen, van maandag tot en met zaterdag. Aaneengesloten dagen, in blokken van bijvoorbeeld twee dagen of juist bewust gespreid over een langere periode. Trainingstijden 0830-1530 of 1300-2000, losse avondsessies zijn ook mogelijk (1730-2030). Er is geen meerprijs voor training in avonden of op zaterdagen.

Een inhaalsessie voor cursisten die plots verhinderd zijn kan ad hoc gepland worden in de vorm van Ace! Personal Training®.

### Kenmerken incompany training

- Bij de voorbereiding, uitvoering en opvolging wordt het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® toegepast
- Incompany trainingen kennen een flexibele groepsgrootte van 3-15 personen
- Er is een vrije keuze van de trainingsfocus: mindset, vaardigheden, werkwijze of een combinatie daarvan
- Er is een vrije definitie van trainingsdoelen en deze doelen worden achteraf ook gemeten
- Ace! trainingen kennen een hoog interactieniveau met de groep: rondvragen, discussie over de leerstof zelf, oefening van de leerstof in de groep en aandacht voor de toepassing van de leerstof in de eigen praktijk
- In een trainingstraject kunnen een aantal evaluatiemomenten met de opdrachtgever ingepland worden
- Er is een specifieke trainingsrol voor de manager mogelijk, met eigen input
- Een incompany training kan worden afgesloten met een examenpresentatie of een schriftelijk examen
- Er kunnen voorbereidende opdrachten voor de cursisten gedefinieerd worden
- Voor de periode tussen trainingsdagen kunnen opdrachten geformuleerd worden
- Er kunnen praktijkopdrachten voor na de training geformuleerd worden
- Deelnemers ontvangen een syllabus in kleur (print of PDF)
- In de meeste trainingen zijn rollenspellen (zonder videocamera) opgenomen
- Bij een training kan een trainingsacteur ingezet worden
- Ook de manager van de cursisten kan de rol van acteur desgewenst op zich nemen
- Deelnemers ontvangen een certificaat
- Koppeling met een (informeel) event is mogelijk
- Er is een vrije locatiekeuze voor de training
- Jaartrajecten zijn mogelijk
- De trainingen worden gegeven door gecertificeerde trainers

### Trainingsniveaus

Elke Ace! Incompany Training® kan gegeven worden op 3 verschillende niveaus:

- Directie
- Management en teamleiding
- Operationeel niveau.

Combinatie van meerdere niveaus in 1 programma is mogelijk, zie Ace! Multi Level Training®.

**Managementrapportage**

Na een training volgt er een rapportage. Hierin evalueert de trainer de training, de resultaten en verbeterpunten per cursist en de resultaten met betrekking tot de trainingsdoelen. Ook wordt er een advies gegeven voor vorming van een interne learning community en coaching door de eigen manager.

**Ace! Multi Discipline Training®**

Combinatie van meerdere afdelingen in één trainingsprogramma, waarbij teams deels gezamenlijk en deels apart de verschillende modules volgen. Voorbeeld: sales en marketing volgen gezamenlijk de module acquisitie en volgen gescheiden de op elkaar afgestemde modules operationele sales en marketing.

**Ace! Multi Level Training®**

Combinatie van meerdere organisatieniveaus in één programma, waarbij teams en managers deels gezamenlijk en deels gescheiden de van toepassing zijnde modules volgen. Voorbeeld: zowel de teams als de managers volgen de module teamwork, en alleen de managers volgen tevens de daarop afgestemde module leiding geven aan teams.

**Ace! Coachingpanel®**

Cursisten en leidinggevendenden kunnen tot 6 maanden na de training kosteloos vragen stellen over de toepassing van de leerstof in het Ace! Coachingpanel op de website. De vragen worden beantwoord door de trainer die de bewuste groep getraind heeft. Cursisten krijgen ook permanente toegang tot de Ace! Kennisbase op de website. U ontvangt de toegangscode tijdens de training.

Drie tot zes maanden na de training kan er een optionele updatesessie ingepland worden.

**Conditie incompany training**

De in offertes, flyers en datasheets genoemde prijzen zijn inclusief: intake interview, voorbereiding, managementsrapportage, syllabus in kleur, trainingscertificaten en de reiskosten van de trainer. De prijzen zijn exclusief: eventuele externe locatiehuur, catering en drankjes, reis- en overnachtingkosten van de cursisten, kosten voor informele activiteiten of events, opvolgende coachingsessie(s) en 19% BTW. Op alle transacties zijn gedeponeerde leveringsvoorwaarden van toepassing. Op uw verzoek sturen we u deze graag toe.

**Permanent acquisitieproces marketing & accountmanagement PAMA®**

Training	Permanent acquisitieproces marketing & accountmanagement PAMA®
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	2 dag(en)
Investing	€ 3450,- excl. BTW per groep
Opvolgdag	Vast onderdeel van het programma, 1 opvolgdag na 2-3 maanden, € 1325,- excl. BTW
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

Veel organisaties hebben moeite om voldoende new business te genereren, en de juiste verhouding tussen kosten en opbrengst van acquisitie te vinden. Koude acquisitie, in welke vorm dan ook, is immers niet erg efficiënt. Veel organisaties brengen hun verkopers echter nog steeds slechts koude telefonische acquisitie bij. Maar het mag duidelijk zijn dat uw doelgroep daar niet meer op zit te wachten. Bedrijven beginnen telefonische en schriftelijke pushacquisitie zelfs vaker en vaker te ervaren als ongewenste spam. Maar het moeilijkste van sales is het genereren van leads aan wie u kunt verkopen. Zodra verkopers beschikken over gekwalificeerde prospects dan verloopt het verkoopproces new business veel vlotter en met een veel hoger resultaat.

Ace! ontwikkelde daarom een trendzettende nieuwe acquisitiemethode: PAMA®. Dit acquisitiemodel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®
- Pama optie 1 - Telefonische opvolging
- Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
- Pama optie 3 - E-mailmarketing voor PAMA
- Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven
- Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie voor pama
- Voordat de opties 1 tm 5 gevolgd kunnen worden dient eerst de basismodule te zijn afgerond

In de PAMA-systematiek wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door verkopers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In de basismodule *Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Tendens: van verkoopprocessen naar koopprocessen
- 4 acquisitiestrategieën:
  - Farming: lopende opdrachten
  - Farming: bestaande klanten
  - Hunting: nieuwe klanten
  - Hunting: nieuwe product-marktcombinaties
- Inleiding in de PAMA-systematiek, van push naar pull
- Bronnen en middelen voor acquisitie
- Keuzes en benodigde kennis bij realisatie van new business:
  - Marktsegmenten
  - Klanttypen
  - Producten
  - Product-marktcombinaties
  - Concurrentiedruk (5 forces model)
- SWOT-analyse huidige acquisitie

- Onderdelen PAMA acquisitie:
  - Meer controle over acquisitieresponse
  - 3 niveaus van contactpersonen:
    - Directie en board
    - Management en MT
    - Operationeel
  - 3 niveaus van reactie:
    - Hoge drempel: interesse in het bedrijf, het product en de materie
    - Middel drempel: interesse in het product en de materie
    - Lage drempel: Interesse in de materie
  - 3 doelstellingen per marketing- of acquisitie-uiting
  - PAMA acquisitie in 3x3x3:
    - 3 niveaus contactpersonen
    - 3 reactieniveaus
    - 3 doelstellingen per marketing- of acquisitie-uiting
  - AIVA-formule (aandacht, interesse, verlangen, actie)
  - Vertaalde USP's als marketing header
  - Contactmomenten met doelgroepen:
    - Primair
    - Secundair
  - Voorbeelden van PAMA acquisitie:
    - Via websites en e-mail
    - Via reguliere marketing
    - Via advertenties in gedrukte media
    - Via persoonlijke contacten
    - Via telefonische contacten
  - Het PAMA-acquisitieplan:
    - Primaire en secundaire PAMA acquisitie
    - PAMA upgrading
    - Marketing voor marketing
    - Interne marketing
  - Upgrading van leads
  - PAMA resultaten meetbaar maken
- Doelgroeponderscheiding:
  - Soorten organisaties
  - Soorten contactpersonen
  - Cruciale informatie vastleggen
  - De relatiedatabase aanpassen
- Focus op korte en lange termijn resultaten
- Integratie met reguliere acquisitie en marketinguitingen:
  - Het marketing- en budgetplan
  - Marketingcommunicatie
  - De product- of marketingcyclus
  - Integratie binnen conventionele marketing
- Interactie tussen sales en marketing: closed loop model
- Opvolging leads door accountmanagement, 3 actieniveaus:
  - Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  - Interesse in het product en de materie
  - Interesse in de materie
- Implementatie van PAMA met een 5x4-plan
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge communicatie, mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie, luisteren, overzicht, samenwerken, onderhandelen, assertiviteit, overtuigingskracht, sociabiliteit, conflicthantering, confronteren, gespreksvaardigheid.
- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Persoonlijkheid*: aanpassingsvermogen, flexibiliteit, durf, stressbestendig, onafhankelijkheid, vasthoudendheid.
- *Motivatie*: initiatief, inzet, resultaatgerichtheid, organisatieloyaliteit, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: accuratesse, organisatiesensitiviteit, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

Desgewenst kan deze training worden afgesloten met een schriftelijk examen of een examenpresentatie.

**Pama optie 1 - Telefonische opvolging**

Training	Pama optie 1 - Telefonische opvolging
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1725,- excl. BTW per groep
Opvolgdag	Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

Veel organisaties hebben moeite om voldoende new business te genereren, en de juiste verhouding tussen kosten en opbrengst van acquisitie te vinden. Koude acquisitie, in welke vorm dan ook, is immers niet erg efficiënt. Veel organisaties brengen hun verkopers echter nog steeds slechts koude telefonische acquisitie bij. Maar het mag duidelijk zijn dat uw doelgroep daar niet meer op zit te wachten. Bedrijven beginnen telefonische en schriftelijke pushacquisitie zelfs vaker en vaker te ervaren als ongewenste spam. Maar het moeilijkste van sales is het genereren van leads aan wie u kunt verkopen. Zodra verkopers beschikken over gekwalificeerde prospects dan verloopt het verkoopproces new business veel vlotter en met een veel hoger resultaat.

Ace! ontwikkelde daarom een trendzettende nieuwe acquisitiemethode: PAMA®. Dit acquisitiemodel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®
- Pama optie 1 - Telefonische opvolging
- Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
- Pama optie 3 - E-mailmarketing voor PAMA
- Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven
- Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie voor pama
- Voordat de opties 1 tm 5 gevolgd kunnen worden dient eerst de basismodule te zijn afgerond

In de PAMA-systematiek wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door verkopers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In *Pama optie 1 - Telefonische opvolging* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Pushtechniek versus pulltechniek
- SWOT-analyse telefonische acquisitie
- Mindset en motivatie mbt acquisitie
- Conversieratio's
- Doel en doelgroep
- Benadering per klantsoort:
  - Nieuwe klanten
  - Bestaande klanten
  - Inactieve klanten
- Twee gespreksdoelen:
  - Hoogdrempelig 1e doel
  - Laagdrempelig 2e doel
- Aandacht krijgen en aandacht vasthouden
- Vraagtechnieken
- Gebruik van doorvertaalde USP's
- Hoogdrempelig gespreksdoel
- Laagdrempelig gespreksdoel



- Contactpersoon onbekend
- Omgaan met poortwachters (telefoniste, secretaresse)
- Gespreksmodel telefonische acquisitie
- Gespreksopening
- SPIN verkort toegepast
- Reactie op contactbezwaren
- Bezwaren en weerstand
- Beargumenteren
- Positieve signalen
- Gespreksstatistieken
- Taalgebruik
- Aantekeningen maken
- Stroomschema telefonische acquisitie
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge communicatie, mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie, luisteren, overzicht, samenwerken, onderhandelen, assertiviteit, overtuigingskracht, sociabiliteit, conflicthantering, confronteren, gespreksvaardigheid.
- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Persoonlijkheid*: aanpassingsvermogen, flexibiliteit, durf, stressbestendig, onafhankelijkheid, vasthoudendheid.
- *Motivatie*: initiatief, inzet, resultaatgerichtheid, organisatieloyaliteit, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: accuratesse, organisatiesensitiviteit, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

Desgewenst kan deze training worden afgesloten met een schriftelijk examen of een examenpresentatie.

**Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement**

Training	Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1725,- excl. BTW per groep
Opvolgdag	Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

Veel organisaties hebben moeite om voldoende new business te genereren, en de juiste verhouding tussen kosten en opbrengst van acquisitie te vinden. Koude acquisitie, in welke vorm dan ook, is immers niet erg efficiënt. Veel organisaties brengen hun verkopers echter nog steeds slechts koude telefonische acquisitie bij. Maar het mag duidelijk zijn dat uw doelgroep daar niet meer op zit te wachten. Bedrijven beginnen telefonische en schriftelijke pushacquisitie zelfs vaker en vaker te ervaren als ongewenste spam. Maar het moeilijkste van sales is het genereren van leads aan wie u kunt verkopen. Zodra verkopers beschikken over gekwalificeerde prospects dan verloopt het verkoopproces new business veel vlotter en met een veel hoger resultaat.

Ace! ontwikkelde daarom een trendzettende nieuwe acquisitiemethode: PAMA®. Dit acquisitiemodel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®
- Pama optie 1 - Telefonische opvolging
- Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
- Pama optie 3 - E-mailmarketing voor PAMA
- Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven
- Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie voor pama
- Voordat de opties 1 tm 5 gevolgd kunnen worden dient eerst de basismodule te zijn afgerond

In de PAMA-systematiek wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door verkopers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In *Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- SWOT-analyse huidige acquisitie
- Samenvatting onderdelen PAMA-acquisitie:
  - 3 niveaus van contactpersonen
  - 3 niveaus van reactie
  - 3 doelstellingen per marketinguiting
  - Acquisitie in 3x3x3
  - Vertaalde USP's als marketing header
- Interactie tussen sales en marketing: closed loop model
- Opvolging door accountmanagement, 3 actieniveaus:
  - Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  - Interesse in het product en de materie
  - Interesse in de materie

- Communicatieskills:
  - Schriftelijke prospectcontacten:
    - Per brief of fax
    - Per e-mail
  - Telefonische prospectcontacten
  - Verkoopgesprek
  - Presenteren
- De salesmix voor acquisitie
- Prospects upgraden:
  - Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  - Interesse in het product en de materie
  - Interesse in de materie
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge communicatie, mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie, luisteren, overwicht, samenwerken, onderhandelen, assertiviteit, overtuigingskracht, sociabiliteit, conflicthantering, confronteren, gespreksvaardigheid.
- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Persoonlijkheid*: aanpassingsvermogen, flexibiliteit, durf, stressbestendig, onafhankelijkheid, vasthoudendheid.
- *Motivatie*: initiatief, inzet, resultaatgerichtheid, organisatieloyaliteit, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: accuratesse, organisatiesensitiviteit, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

Desgewenst kan deze training worden afgesloten met een schriftelijk examen of een examenpresentatie.

**Pama optie 3 - Emailmarketing voor pama**

Training	Pama optie 3 - Emailmarketing voor pama
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1725,- excl. BTW per groep
Opvolgdag	Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

Veel organisaties hebben moeite om voldoende new business te genereren, en de juiste verhouding tussen kosten en opbrengst van acquisitie te vinden. Koude acquisitie, in welke vorm dan ook, is immers niet erg efficiënt. Veel organisaties brengen hun verkopers echter nog steeds slechts koude telefonische acquisitie bij. Maar het mag duidelijk zijn dat uw doelgroep daar niet meer op zit te wachten. Bedrijven beginnen telefonische en schriftelijke pushacquisitie zelfs vaker en vaker te ervaren als ongewenste spam. Maar het moeilijkste van sales is het genereren van leads aan wie u kunt verkopen. Zodra verkopers beschikken over gekwalificeerde prospects dan verloopt het verkoopproces new business veel vlotter en met een veel hoger resultaat.

Ace! ontwikkelde daarom een trendzettende nieuwe acquisitiemethode: PAMA®. Dit acquisitiemodel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®
- Pama optie 1 - Telefonische opvolging
- Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
- Pama optie 3 - E-mailmarketing voor PAMA
- Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven
- Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie voor pama
- Voordat de opties 1 tm 5 gevolgd kunnen worden dient eerst de basismodule te zijn afgerond

In de PAMA-systematiek wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door verkopers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In *Pama optie 3 - E-mailmarketing* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- E-mail algemeen:
  - Bezorging binnen een aantal seconden
  - Hoge penetratiegraad en lage kosten
  - Gepersonaliseerde e-mails
  - Meetbaarheid van resultaat
  - Informele communicatie
- Gebruik van e-mail:
  - Europese telecommunicatiewet 2004
  - Brede toepasbaarheid
  - De klantlevenscyclus en de toepasbaarheid van e-mail
  - Effectiviteit van online middelen vergeleken
  - Wat verwacht de klant van e-mailings?
  - Keuze voor push- of pullmarketing

- E-mailingen in de praktijk:
  - Opzetten van een e-maillijst
  - Opt-in: toestemming om te mailen
  - Opt-out: verwijderen van de verzendlijst
  - Viral marketingtechnieken: member-get-member
  - Uitvoeren van een e-mailing
- Verschillende verschijningsvormen:
  - Vormen van e-mail voor klantenbinding:
    - Customer relationship e-mail
    - Corporate newsletter
    - Reminder service
  - Vormen van klantenwerving met e-mail:
    - Permission list marketing
    - Sponsored newsletter
    - Sponsored discussion list
    - Advocacy marketing of viral marketing
    - Partner co-marketing
    - Informatie-updates
- Response op e-mailingen:
  - Hoogdrempelig en laagdrempelig
  - Meetbaarheid
  - Informatievragen
  - Bestellingen
  - Automatische response
  - Verzoeken tot verwijdering
- Kosten en opbrengsten:
  - Kosten vergeleken
  - Opbrengsten gemeten
  - Click through ratio
  - But through ratio
- Actieplan implementatie e-mailmarketing
- Samenvattend: een strategisch communicatiemiddel
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge communicatie, mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie, luisteren, overwicht, samenwerken, onderhandelen, assertiviteit, overtuigingskracht, sociabiliteit, conflicthantering, confronteren, gespreksvaardigheid.
- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Persoonlijkheid*: aanpassingsvermogen, flexibiliteit, durf, stressbestendig, onafhankelijkheid, vasthoudendheid.
- *Motivatie*: initiatief, inzet, resultaatgerichtheid, organisatieloyaliteit, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: accuratesse, organisatiesensitiviteit, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

Desgewenst kan deze training worden afgesloten met een schriftelijk examen of een examenpresentatie.

**Pama optie 4 - New business top 500 bedrijven**

Training	Pama optie 4 - New business top 500 bedrijven
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	2 dag(en)
Investing	€ 3450,- excl. BTW per groep
Opvolgdag	Vast onderdeel van het programma, 1 opvolgdag na 2-3 maanden, € 1325,- excl. BTW
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

Veel organisaties hebben moeite om voldoende new business te genereren, en de juiste verhouding tussen kosten en opbrengst van acquisitie te vinden. Koude acquisitie, in welke vorm dan ook, is immers niet erg efficiënt. Veel organisaties brengen hun verkopers echter nog steeds slechts koude telefonische acquisitie bij. Maar het mag duidelijk zijn dat uw doelgroep daar niet meer op zit te wachten. Bedrijven beginnen telefonische en schriftelijke pushacquisitie zelfs vaker en vaker te ervaren als ongewenste spam. Maar het moeilijkste van sales is het genereren van leads aan wie u kunt verkopen. Zodra verkopers beschikken over gekwalificeerde prospects dan verloopt het verkoopproces new business veel vlotter en met een veel hoger resultaat.

Ace! ontwikkelde daarom een trendzettende nieuwe acquisitiemethode: PAMA®. Dit acquisitiemodel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®
- Pama optie 1 - Telefonische opvolging
- Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
- Pama optie 3 - E-mailmarketing voor PAMA
- Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven
- Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie voor pama
- Voordat de opties 1 tm 5 gevolgd kunnen worden dient eerst de basismodule te zijn afgerond

In de PAMA-systematiek wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door verkopers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In *Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- New business top 500:
  - Het belang van new business top 500:
    - Wat, waarom en in welke situaties
    - Ontwikkelen van relaties met klanten
  - Selectie van account:
    - Keuzes bij de selectie van accounts
    - Keuzes voor indeling in (sub)groepen
  - Strategieën en bedieningsconcepten:
    - Strategiematrix
    - Bedieningsconcepten
    - Klanten uitsluiten
  - Plan 1: Analyse van key-accounts:
    - Accountanalyse
    - Interne en externe accountplannen
    - Betrokkenheid van de klant
  - Plan 2: Kritische succesfactoren

- Plan 3: Hoofdaandachtspunten:
  - Keuze SWOT-elementen
  - De SWOT-analyse
  - Confrontatiematrix
- Plan 4: Accountprojecten en -activiteiten:
  - Definitie actiepunten
  - Keuzes maken
  - Actiepunten uitvoeren
  - Europese aanbestedingen
- Implementatie en monitoring:
  - Indicatoren voor account performance
  - Projectmanagement en bewaking van de voortgang
- De eigen organisatie:
  - Invoering van key-accountmanagement tbv new business:
    - Organisatiemodellen
    - Ontwikkelingsstadia
  - Rol van key-accountmanagers:
    - Rollen, kennis en vaardigheden
    - Opzet en werking van accountteams
  - Internationaal key-accountmanagement:
- Tools voor key-accountmanagement
  - Tools voor key-accountmanagement
  - Benodigde formulieren
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge communicatie, mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie, luisteren, overwicht, samenwerken, onderhandelen, assertiviteit, overtuigingskracht, sociabiliteit, conflicthantering, confronteren, gespreksvaardigheid.
- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Persoonlijkheid*: aanpassingsvermogen, flexibiliteit, durf, stressbestendig, onafhankelijkheid, vasthoudendheid.
- *Motivatie*: initiatief, inzet, resultaatgerichtheid, organisatieloyaliteit, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: accuratesse, organisatiesensitiviteit, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

Desgewenst kan deze training worden afgesloten met een schriftelijk examen of een examenpresentatie.

**Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie**

Training	Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	2 dag(en)
Investering	€ 3450,- excl. BTW per groep
Opvolgdag	Vast onderdeel van het programma, 1 opvolgdag na 2-3 maanden, € 1325,- excl. BTW
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

Veel organisaties hebben moeite om voldoende new business te genereren, en de juiste verhouding tussen kosten en opbrengst van acquisitie te vinden. Koude acquisitie, in welke vorm dan ook, is immers niet erg efficiënt. Veel organisaties brengen hun verkopers echter nog steeds slechts koude telefonische acquisitie bij. Maar het mag duidelijk zijn dat uw doelgroep daar niet meer op zit te wachten. Bedrijven beginnen telefonische en schriftelijke pushacquisitie zelfs vaker en vaker te ervaren als ongewenste spam. Maar het moeilijkste van sales is het genereren van leads aan wie u kunt verkopen. Zodra verkopers beschikken over gekwalificeerde prospects dan verloopt het verkoopproces new business veel vlotter en met een veel hoger resultaat.

Ace! ontwikkelde daarom een trendzettende nieuwe acquisitiemethode: PAMA®. Dit acquisitiemodel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Permanent Acquisitieproces Marketing & Accountmanagement®
- Pama optie 1 - Telefonische opvolging
- Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
- Pama optie 3 - E-mailmarketing voor PAMA
- Pama optie 4 - New business bij top 500 bedrijven
- Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie voor pama
- Voordat de opties 1 tm 5 gevolgd kunnen worden dient eerst de basismodule te zijn afgerond

In de PAMA-systematiek wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door verkopers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In *Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Werking zoekmachines:
  - Beïnvloedbare factoren
  - Niet beïnvloedbare factoren
- Blokkade door zoekmachines
- Definitie van keywords:
  - Zoekgewoonten
  - Specifieke keywords
  - Generieke keywords
  - Zoekwoorden testen
  - Wat niet te doen



- Opbouw websites:
  - Keywords
  - Url
  - Bestandsnamen
  - Tags
  - Meta tags
  - Content
  - Linkvermelding
  - Gebruik databases (asp, php)
  - Gebruik frames
  - Interne links
  - Externe links
  - Pagerank: combinaties van rankingfactoren
- Relevante content
- Weergave in de zoekresultaten
- Procedure renamen pagina's
- Specifieke kenmerken zoekmachines:
  - Google
  - Ilse
- De ideale pagina
- Hints en tips
- Voorbeelden
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

Desgewenst kan deze training worden afgesloten met een schriftelijk examen of een examenpresentatie.

**Coaching on the job**

Training	Coaching on the job
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1725,- excl. BTW per groep per dag
Opvolgdag	Niet van toepassing
Doelgroep	Alle medewerkers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	Afhankelijk van de exacte invulling
Opmerking	

Vrijwel alle trainingsonderwerpen kunnen ook aangevuld of uitgevoerd worden in de vorm van *coaching on the job*.

Een trainer begeleidt dan één of meer personen in de dagelijkse werkpraktijk, en geeft direct feedback op de werkzaamheden. Voorafgaand aan een coachingsdag kan er desgewenst een korte trainingssessie plaatsvinden. Aan het einde van zo'n coachingsdag of -traject kunnen onderwerpen verder theoretisch aangevuld worden in de vorm van een korte training. Als laatste volgt een managementrapportage.

Coaching on the job is maatwerk. Neem contact op het Ace! voor meer informatie.

**Maatwerktraining, in overleg**

Training	Maatwerktraining, in overleg
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Incompany groepstraining, meerdaags
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1725,- excl. BTW per groep per dag
Opvolgdag	Niet van toepassing
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	Afhankelijk van de exacte invulling
Opmerking	Inclusief intake interview, maatwerk aanpassingen en managementrapportage

In overleg met één van onze consultants kunt u over vrijwel elk onderwerp binnen onze competences, een *maatwerktraining* laten ontwikkelen. Desgewenst in combinatie met een passend event. Voor de ontwikkeling van maatwerktrainingen hanteert Ace! het basis-analysemodel:

## 1) Vraagstelling

- Wat is het onderwerp of de vraag
- Formuleer de vraagstelling. Doe dit zo concreet mogelijk
- Waaruit is de vraag ontstaan; wat is de achtergrond
- Wat wil men met de training bereiken (beoogde product)
- Door wie wordt de scholingsbehoefte geformuleerd
- Wat is het gewenste resultaat

## 2) Doelgroep

- Voor welke mensen precies is de training bedoeld
- Welke voorkennis en ervaring hebben de deelnemers
- Wat is de motivatie of het belang van de deelnemers

## 3) Trainer

- Welke trainerkwaliteit is nodig
- Is die kwaliteit binnen het opleidingsinstituut aanwezig
- Is de verwachting ten aanzien van de handelwijze van de trainer eenduidig en bij belanghebbenden bekend

## 4) Onderwerp en inhoud

- Welke onderwerpen en skills dienen aan bod te komen
- Wat kennen en kunnen de deelnemers na de training
- Is het beoogde perspectief realistisch
- Is er de mogelijkheid om de kennis toe te passen
- Is de nieuwe capaciteit in balans met de werksituatie en praktijk van de deelnemers

## 5) Waar en wanneer

- Op welke locatie wordt het programma uitgevoerd
- Wat is de betekenis van die locatie voor de training
- Wat is de beste periode? Welke dagen of dagdelen

## 6) Investering

- Welke investering (in tijd en geld) is nodig
- Welke andere kosten gaan gemaakt worden voor de daadwerkelijke uitvoering
- Is de verhouding investering - product realistisch



Trainingslocaties: Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam • Eindhoven  
Utrecht • Zwolle • Amersfoort • Breda • Arnhem • Maastricht • Brussel • Antwerpen

Office: Kersenberg 32 • 4708KC Roosendaal • T 0165 396108 • F 0165 396195  
K.v.K Breda 20.10.1441 • Rabobank 18.43.56.717 • BTW nl1552.799.32.b01  
info@ace-management-partners.nl • www.ace-management-partners.nl