



Ace! Management Partners

Training • Coaching • Consulting • Interim Management



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

Ace! Personal 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! PERSONAL TRAINING® - UITLEG VAN DE TRAININGSVORM.....	3
ALTIJD MAATWERK.....	3
FLEXIBELE PLANNING.....	3
KENMERKEN PERSONAL TRAINING.....	3
TRAININGSNIVEAUS.....	3
ACE! PERSONAL TRAINING® VERSUS TRAINING IN OPEN INSCHRIJVING.....	4
ACE! COACHINGPANEL®.....	4
CONDITIES ACE! PERSONAL 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! Personal Training® - Uitleg van de trainingsvorm

De 4 grote voordelen van personal training:

- De Ace! trainers investeren permanent in vakkennis en zijn daardoor altijd trendzettend
- Personal training is altijd een betere optie dan een generieke groepstraining in open inschrijving
- 50% kostenbesparing: aan een personal training kan altijd gratis een 2^e cursist deelnemen, de investering blijft gelijk
- 50% tijdswinst: personal training vergt de helft van het aantal trainingdagen ten opzichte van een training in open inschrijving

Alle Ace! trainingen kunnen gevolgd worden in de vorm van een personal training. Feitelijk is dat een incompany opleiding met één trainer en 1 of 2 deelnemers. Dit is de meest effectieve manier van trainen. De deelnemer heeft de volledige aandacht van de trainer en die kan de inhoud van het programma geheel toespitsen op de wensen en het kennisniveau van de cursist. Ace! Personal Training® is altijd een betere oplossing dan een training in open inschrijving, waarin moet worden uitgegaan van de grootste gemene deler, en waar weinig ruimte is voor uw eigen praktijk. Personal trainingen kunnen gegeven worden binnen uw eigen organisatie of in één van de Ace! trainingslocaties.

Altijd maatwerk

Voor de training houden we een telefonisch intake interview waarin we aansluiting realiseren tussen de training, uw vraagstelling en de kennis en ervaring van de cursist, eventuele voorbereidende individuele opdrachten voor de cursist formuleren en de trainingsdoelen stellen. Er vindt dus een nauwkeurige fine tuning op de praktijksituatie en het niveau van de cursist plaats. De inhoud van de training wordt precies toegespitst op uw vraagstelling: onderwerpen worden toegevoegd of weggelaten en maatwerk is mogelijk.

Flexibele planning

U kiest zelf de trainingsdata waarop u het programma wilt volgen, van maandag tm zaterdag. Aaneengesloten dagen, in blokken 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 personal training gaat ook altijd door, terwijl dat bij een andere training in open inschrijving vaak onzeker is door afhankelijkheid van het aantal deelnemers dat voor het programma ingeschreven wordt

Kenmerken personal training

- Bij de voorbereiding, uitvoering en opvolging wordt het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® toegepast
- Er is een vrije keuze van de trainingsfocus:
 - Mindset, vaardigheden, werkwijze
 - Een combinatie daarvan
- Er is een vrije definitie van trainingsdoelen en deze doelen worden achteraf ook gemeten
- Personal trainingen kennen een hoog interactieniveau met de cursist:
 - Discussie over de leerstof zelf
 - Oefening van de leerstof in de training
 - Aandacht voor de toepassing van de leerstof in de eigen praktijk
- In een trainingstraject kunnen een aantal evaluatiemomenten ingepland worden
- Een training kan worden afgesloten met een examenpresentatie of een schriftelijk examen
- Er kunnen voorbereidende opdrachten voor de cursist gedefinieerd worden
- Voor de periode tussen trainingdagen 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
- Deelnemers ontvangen een certificaat
- Er is een vrije locatiekeuze voor de training
- De trainingen worden gegeven door gecertificeerde trainers

Trainingsniveaus

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

- Directie en board
- Management en teamleiding
- Operationeel niveau

Ace! Personal Training® versus training in open inschrijving

Veel mensen denken dat personal training duur is. Dat is juist niet het geval. Dat is het trendzettende karakter van Ace! Management Partners:

- Bij één cursist is de prijs gelijk aan een training in open inschrijving
- Bij twee cursisten bedraagt de prijs 50% ten opzichte van dubbele open inschrijving
- Personal training vergt daarnaast de helft van het aantal dagen ten opzicht van een open inschrijving

Een rekenvoorbeeld:

Personal training:

- Een 4-daagse groepstraining open inschrijving duurt in personal training slechts 2 dagen
- Volledig af te stemmen op de ervaring en het kennisniveau van de individuele cursist
- Volledig af te stemmen op de branche van de specifieke opdrachtgever
- Volledige aandacht voor de vragen en de feedback van 1 of 2 personen
- Intensieve 1 op 1 oefeningen
- Afgestemd op de eigen trainingsdoelen
- Incompany, dus geen extra reistijd en –kosten
- U kunt zelf de data en tijden kiezen en de training gaat ook altijd door
- Prijsstelling:

Indicatie dagtarief, excl. btw	€ 1200,-
Benodigd aantal dagen	2, 50%
Prijsvoorbeeld	€ 2400,-
Investering per persoon	
Meerprijs 2e cursist	€ 0,-

Open inschrijving:

- Training in open inschrijving duurt bijvoorbeeld 4 dagen
- Grootste gemene deler voor verschillende cursisten, algemene trainingsdoelen
- Grootste gemene deler voor verschillende branches, algemene trainingsdoelen
- De aandacht moet worden verdeeld over alle 6-10 cursisten
- Veel wachttijd door oefeningen van anderen
- Algemene trainingsdoelen
- Extern, vaak extra reistijd en –kosten
- Doorgaan is afhankelijk van het aantal inschrijvingen en daardoor onzeker
- Prijsstelling:

Indicatie dagtarief, excl. btw	€ 600,-
Benodigd aantal dagen	4, 100%
Prijsvoorbeeld	€ 2400,-
Investering per persoon	
Meerprijs 2e cursist	€ 2400,-

Voor een personal training is dus de helft van de tijd nodig in verhouding tot een groepstraining (incompany of open inschrijving). De investering voor personal training voor één persoon komt daardoor op gelijke hoogte met een training in open inschrijving.

De tijdswinst wordt gerealiseerd door het feit dat de trainingsstof met 1 of 2 cursisten geoefend wordt, in plaats van met 6-10 personen. Daarnaast hoeft de trainer geen aandacht te besteden aan feedback en vragen van 6-10 verschillende personen.

Ace! Coachingpanel®

Cursisten 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 cursist 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 Ace! Personal Training®

De in offertes, flyers en datasheets genoemde prijzen zijn inclusief: intake interview, voorbereidingskosten, managementrapportage, syllabus in kleur, trainingcertificaten en de reiskosten van de trainer. De prijzen zijn exclusief: eventuele externe locatiehuur, catering en drankjes, reis- en/of 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 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	Personal training
Duur	2 dag(en)
Investing	€ 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
Opvolgdag	Optioneel, 1 dag, € 1125,- 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 telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen

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 upgradering
 - Marketing voor marketing
 - Interne marketing
 - Upgradering 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.

Pama optie 1 - Telefonische opvolging

Training	Pama optie 1 - Telefonische opvolging
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Personal training
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
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 telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen

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.

Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement

Training	Pama optie 2 - Opvolging door accountmanagement
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Personal training
Duur	1 dag(en)
Investering	€ 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
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 telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen

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.

Pama optie 3 - Emailmarketing voor pama

Training	Pama optie 3 - Emailmarketing voor pama
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Personal training
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
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 telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen

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.

Pama optie 4 - New business top 500 bedrijven

Training	Pama optie 4 - New business top 500 bedrijven
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Personal training
Duur	2 dag(en)
Investing	€ 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
Opvolgdag	Optioneel, 1 dag, € 1125,- 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 telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen

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.

Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie

Training	Pama optie 5 - Zoekmachine optimalisatie
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Personal training
Duur	2 dag(en)
Investing	€ 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
Opvolgdag	Optioneel, 1 dag, € 1125,- 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 telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen

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.

Coaching on the job

Training	Coaching on the job
Categorie	Acquisitie en new business
Soort training	Personal training
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1325,- excl. BTW per persoon 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	Personal training
Duur	1 dag(en)
Investing	€ 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen
Opvolgdag	Niet van toepassing
Doelgroep	Marketingmedewerkers, verkopers en accountmanagers
Trainingsfocus	Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze
Interactie	Afhankelijk van de exacte invulling
Opmerking	Inclusief telefonisch intake interview en maatwerkaanpassingen

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