STOF

Eén account, van begin tot eind in kaart.

Een accountmap laat per prioriteitsaccount zien wie beslist, hoe sterk de relatie is en wat de volgende stap is. Dit voorbeeld is verzonnen: een leverancier van planningssoftware en een logistieke groep met drie werkmaatschappijen. In de praktijk bouw je de map samen met de accounteigenaar, en staat hij in jullie CRM.

Het account

ACCOUNT	Voorbeeld Logistiek Groep (fictief)
OPBOUW	Holding met drie werkmaatschappijen, ca. 900 medewerkers
JULLIE AANBOD	Planningssoftware voor magazijn en transport
DOEL VOOR 90 DAGEN	Een gesprek met de COO en één kans in het CRM bij werkmaatschappij B

Waarom nu

Q1	Nieuwe COO van buiten, met een opdracht om de planning per vestiging gelijk te trekken.
Q2	Werkmaatschappij B opent een tweede distributiecentrum.
H2	Contract met de huidige planningsleverancier loopt af; inkoop bereidt een uitvraag voor.

De buying group

Elke rol hoort bij een contact met naam in het CRM

Rol	Waar	Wat ze winnen	Waarom ze nee zeggen	Relatie	Volgende stap
Economische beslisser	COO, holding	Eén manier van plannen over alle vestigingen	Nieuw in de rol, wil eerst zelf rondkijken	○ Nog geen	Introductie via de directeur van werkmaatschappij A
Champion	Hoofd planning, werkmaatschappij B	Minder brandjes blussen bij het nieuwe DC	Heeft weinig tijd in de opstartfase	● Beperkt	Kort stuk over het eerste uur van een verstoorde planning
Technisch beoordelaar	IT-architect, holding	Een koppeling met het WMS die ze zelf kunnen beheren	Nog een leverancier om te beveiligen en te onderhouden	● Beperkt	Technisch gesprek met jullie pre-sales
Gebruiker	Planners, werkmaatschappij A	Een planning die klopt zonder Excel ernaast	Bang voor een nieuwe overstap	● Sterk	Vragen om een referentie voor B
Inkoop	Inkoop, holding	Een leverancier die past in de uitvraag	Werkt alleen met bekende partijen	○ Nog geen	Vroeg de inkoopprocedure navragen
Poortwachter	Security officer	Zekerheid over data en toegang	Ziet een cloudkoppeling als risico	○ Nog geen	Securitypakket klaar voordat erom wordt gevraagd

● Sterk ● Beperkt ○ Nog geen

© STOF tot groei · vrij te gebruiken

STOF

Waar je staat, en wat je de komende negentig dagen doet.

De map maakt drie dingen zichtbaar: waar jullie dekking hebben, waar de kans ligt, en welke stap per gat als eerste komt.

Dekking per werkmaatschappij

Voorbeeld Logistiek Groep
Holding · COO en inkoop beslissen

Werkmaatschappij A

BESTAANDE KLANT

● Sterk

Planners tevreden; directeur is een mogelijke ambassadeur

Werkmaatschappij B

OPEN KANS

◔ Beperkt

Nieuw DC; hoofd planning kent jullie van een event

Werkmaatschappij C

WITTE VLEK

○ Nog geen

Nog geen contact; eerst B winnen als referentie

Wat de map laat zien

Dekking
Sterk bij A, afwezig op holdingniveau. Zo win je elke vestiging opnieuw, één voor één.

Kans
B is geloofwaardig dankzij A. Het nieuwe DC is de aanleiding, A de referentie die de deur opent.

Actie
Per gat één stap met een eigenaar en een datum, zichtbaar voor sales en directie.

De eerste 90 dagen

MAAND 1

In kaart brengen en valideren

Map samen met de accounteigenaar opbouwen, contacten controleren, in het CRM zetten.

MAAND 2

Contact maken

Warme introductie bij de COO, technisch gesprek met IT, kleine sessie met planners van A en B.

MAAND 3

Evalueren en omzetten

Dekking en kansen naast de nulmeting leggen; besluiten wat je opschaalt naar C.

De meetlat, afgesproken bij de start

6 van 6
rollen met een naam in het CRM

3
rollen met minstens één tweezijdig contact

2
vervolgafspraken, waarvan één met de COO

1
kans in het CRM bij werkmaatschappij B

Spelregels

- [ ] Eén eigenaar per contact.
- [ ] Hooguit één contactmoment per persoon per week, over alle kanalen.
- [ ] Niets versturen voordat de accounteigenaar het contact heeft gecontroleerd.
- [ ] Alles in het CRM, niet in een spreadsheet.

Meer over account-based werken: stoftotgroei.nl/vraagstukken/niet-binnen-bij-ideale-klanten

Samen jullie accounts kiezen? Plan een gratis Tafelgesprek: stoftotgroei.nl/tafelgesprek

© STOF tot groei · vrij te gebruiken

STOF

Jouw prioriteitsaccount.

Vul dit blad in met de accounteigenaar. Begin bij de aanleiding: zonder reden waarom nu, wordt elk contact een koude benadering.

Account

Opbouw (moeder en vestigingen)

Doel voor 90 dagen

Waarom nu? (drie aanleidingen, met datum en bron)

Rol	Naam en functie	Wat ze winnen	Waarom ze nee zeggen	Relatie	Volgende stap, eigenaar en datum
Economische beslisser				● ◐ ○	
Champion				● ◐ ○	
Technisch beoordelaar				● ◐ ○	
Gebruiker				● ◐ ○	
Inkoop				● ◐ ○	
Poortwachter				● ◐ ○	

● Sterk ◐ Beperkt ○ Nog geen

Meetlat na 90 dagen: rollen met naam · tweezijdig contact · vervolgafspraken · kansen in het CRM

© STOF tot groei · vrij te gebruiken