

Niveau onderscheidende kenmerken (NOK) – Accountmanager

Functienummer: C.8.II

KENMERK	-	ACCOUNTMANAGER I	ACCOUNTMANAGER II	+
<i>Vrijheidsgraden functie</i>	Zie functieomschrijving en NOK-bijlage Medewerker sales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktinformatie en accountplannen zijn voor de accountmanager I een gegeven. De focus van de accountmanager I ligt op het proactief benaderen van potentiële klanten binnen het opgedragen accountplan (eventueel geconcretiseerd in bel-/bezoeklijsten).</li> <li>- Draaiboek, productie en assortiment is een gegeven. Maatwerk is beperkt tot keuze uit het bestaande. Functiehouders dient afwijkingen te allen tijde voor te leggen aan de leidinggevende.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accountplannen worden door de accountmanager II op basis van aangeleverde informatie omtrent doelstellingen en segmentering alsook zelf gegenereerde marktgegevens opgesteld en ter goedkeuring voorgelegd aan de leidinggevende.</li> <li>- Er is ruimte voor maatwerkoplossingen voor klanten door het samenstellen van klantspecifieke arrangementen, die achteraf door de functiehouders verklaard worden naar de eigen organisatie. De accountmanager II is adviserend rondom (standaard)prijsstelling van niet-standaard producten/diensten.</li> </ul>	Zie functieomschrijving en NOK-bijlage Manager sales & marketing
<i>Typering klant</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minder complexe klanten met een (redelijk) vast vraagpatroon.</li> <li>- Veelal bestaande relaties.</li> <li>- Contactpersoon is veelal de feitelijke opdrachtgever.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voornamelijk nieuwe klanten.</li> <li>- Key-accounts (omzet &gt; € 15.000 per jaar).</li> <li>- Contactpersoon is de feitelijke opdrachtgever of vakinhoudelijk specialist van de afnemende organisatie en/of professionele intermediair.</li> </ul>	
<i>Financiële invloed</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Er is sprake van enige onderhandelingsruimte aangaande contractcondities, waardoor er invloed is op de eigen te behalen marge binnen vaste kortingstaffels.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Er is sprake van advisering aangaande standaard prijsstelling van arrangementen en producten, waardoor standaard marges kunnen worden beïnvloed.</li> </ul>	
<i>Rol accountmanager</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 'Verkoper': gericht op het vermarkten door overtuigen van de klant.</li> <li>- De accountmanager I wisselt informatie uit met binnendienst/interne afdelingen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 'Adviseur': adviseren van zowel de klant als de interne (commerciële) organisatie.</li> <li>- De accountmanager II heeft een sturende rol naar de interne organisatie.</li> </ul>	
<i>Referentiefunctie handboek 2002</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accountmanager (M.7.1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing/sales manager (M.8.2)</li> </ul>	
<b>Funcatiegroep</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8 (referentie)</b>	<b>9</b>

NB. Functiehouders moet in staat zijn alle aspecten van voorgaande functie te beheersen.