

ACCOUNTMANAGER		
<p><b>Context</b></p> <p>De accountmanager komt vooral voor in de grotere industriële slagerijen. Het klantportfolio bestaat vooral uit nationale retail- en horeca-klanten. De accountmanager maakt onderdeel uit van de verkooporganisatie. Het product-/conceptportfolio en de promotionele activiteiten worden ontwikkeld door marketing. Verkoop levert informatie vanuit klantwensen en –behoeften, wat leidt tot aanpassing en/of maatwerk van het portfolio. De accountmanager is vooral gericht op het behoud en het uitbouwen van de omzet (door marktverkenning) bij (en van) het tot zijn verantwoordelijkheid behorende (regionale) segment (bijv. retail, horeca etc.). Hij werkt binnen met de klantorganisatie overeengekomen contractafspraken en service levels, die door de accountmanager worden voorbereid, maar worden uitonderhandeld door de leidinggevende.</p>		
<p><b>Organisatie</b></p> <p>Direct leidinggevende : vakinhoudelijk leidinggevende.            Geeft leiding aan : niet van toepassing.</p>		
Resultaatgebieden	Kerntaken	Resultaatindicatoren
1. Jaarplan account(s)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- volgen van ontwikkelingen in het eigen afzetgebied en ontwikkelingen en salesdoelstellingen binnen de klantorganisatie (totaal en op vestigingsniveau);</li> <li>- bespreken van ontwikkelingen en inzichten met team en/of leidinggevende om ontwikkelingen in de markt maximaal te benutten;</li> <li>- formuleren, uitwerken en continu evalueren van het jaarplan dat richting geeft aan de commerciële en financiële doelstellingen en de bijstelling en/of operationalisering van de contractafspraken met de klant;</li> <li>- (laten) vertalen van beeldvorming naar concrete activiteitenplannen (op klant- en vestigingsniveau);</li> <li>- bespreken/afstemmen van vestigingsoverstijgende acties binnen de klantorganisatie, continu evalueren en bijstellen van plannen en actieprogramma's.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kwaliteit marktgegevens en concurrentie-analyse;</li> <li>- mate van inzicht in klantwensen en -presteren;</li> <li>- mate waarin plannen uitdagend en vernieuwend zijn;</li> <li>- aantal (door leidinggevende) overgenomen voorstellen;</li> <li>- aantal bijstellingen door het jaar heen.</li> </ul>
2. Accountmanagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- onderhouden van de contacten met van belang zijnde functionarissen binnen de klantorganisatie, opbouwen, in stand houden en uitbouwen van de relatie, behandelen van en inspelen op wensen en klachten;</li> <li>- bespreken van operationele resultaten (totaal en op vestigingsniveau) in relatie tot marktcijfers, problemen en lopende/voorgenomen (prijsondersteunende en promotionele) acties;</li> <li>- doen van voorstellen voor uitbreiding/optimalisatie van de dienstverlening aan de klantorganisatie, daarbij inspeland op de (latente) behoeften van de klant;</li> <li>- op concerniveau adviseren van klant bij winkelrichting, assortiment(vernieuwingen), kwaliteitsborging, etc.;</li> <li>- optimalisering van de samenwerking met de klant op verschillende niveaus (distributiecentra, regio, winkel, etc.);</li> <li>- vastleggen van toezeggingen aan de klant, waar nodig toelichten van afspraken aan collega-afdelingen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- klanttevredenheid;</li> <li>- bezoek-/contactfrequentie;</li> <li>- lengte/verloop relatie(s);</li> <li>- profilering in aansluiting op gewenste uitstraling;</li> <li>- tijdige en juiste opvolging toezeggingen.</li> </ul>
3. Advies en begeleiding winkels	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bewaken van de kwaliteit en voortgang van de advisering en begeleiding van klanten op winkelniveau;</li> <li>- richting geven aan de bewerking van de markt en het leggen en onderhouden van contacten met bestaande klanten;</li> <li>- stellen van prioriteiten, bevorderen van een goede samenwerking en onderlinge kennis- en informatie-uitwisseling;</li> <li>- volgen van het afzetverloop, beoordelen/analyseren van bezoeksverslagen, initiatief nemen tot specifieke acties; afhandelen van klachten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- financieel resultaat klantportefeuille (omzet, marge, totaal en per vestiging);</li> <li>- marktaandeel (% totale afzet klant);</li> <li>- klanttevredenheid;</li> <li>- aantal bezoek/adviesmomenten per klant/vestiging;</li> <li>- % vastlegging in CRM systeem.</li> </ul>
4. Verantwoording resultaten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (laten) opstellen van periodieke en ad-hoc-rapportages over de resultaten;</li> <li>- geven van inzicht in ontwikkelingen, bijzonderheden e.d. mede ten behoeve van de bijstelling van het beleid en de (contract)afspraken met de klant.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- inzicht in behaalde resultaten;</li> <li>- inzicht in oorzaken van afwijkingen van doelstellingen, plannen, budgetten;</li> <li>- uitgangspunt voor evaluatie/bijsturing.</li> </ul>
<p><b>Bezwarende omstandigheden</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kans op letsel door verkeersongevallen als gevolg van verkeersdeelname.</li> </ul>		
Datum: december 2015	Functiegroep: 11	

F151064/mj/mp/211215