

Business Development in technische B2B

In een technische onderneming hebben veel medewerkers contact met de klant. Het gaat er hierbij om dat de (omgeving van de) klant centraal gesteld wordt. Je wilt weten wie de klant precies is, wat zijn problemen en uitdagingen zijn en waarom hij met jou zaken wil doen. Want alleen dan kun je producten, diensten en oplossingen ontwikkelen waar de klant echt iets aan heeft en zijn tevredenheid toeneemt. Maar dit vereist wel enige kennis van alle aspecten van business development. In deze opleiding maak je kennis met de beginselen van marketing, sales, communicatie en innovatie, afgestemd op een technische B2B omgeving.

Actueel en praktijkgericht

Mensen in de techniek zijn vaak ook heel praktisch ingesteld. Daarom brengen we tijdens deze opleiding theorie en praktijk bij elkaar. Enerzijds met voorbeelden van marketing, sales en product-



en dienstenontwikkeling uit een technische B2B-omgeving en door te discussiëren over de praktijk van de deelnemers; want peer-learning is een belangrijk element tijdens deze opleiding. Tevens door een aantal gastcolleges van mensen die ook in de praktijk van business development in technische bedrijven kennen. En ten slotte door te werken aan een praktijkcase.

Kennisverwerving vindt in dit programma plaats door zelfstudie, bijeenkomsten en

praktijkopdrachten. Je bereidt geselecteerde literatuur/artikelen zelfstandig voor. Tijdens de bijeenkomsten wordt de stof toegelicht en maken we snel een vertaalslag naar jouw dagelijkse praktijk. Je gaat actief aan de slag met de stof en ontdekt of bepaalde theorieën, modellen en concepten jou helpen nieuwe inzichten te verkrijgen en beter keuzes te maken.

Praktijkopdracht

Tijdens de opleiding bereid je de uitwerking voor van een case rond een vraagstuk uit je eigen praktijk/bedrijf. Tijdens de laatste sessie presenteer je de aanleiding en wat het belangrijkste vraagstuk is van jouw praktijkcase. Tevens geef je aan waarom dit onderwerp van belang is voor jouw organisatie en haar klant(en). En geef je inzage in de aanpak van jouw onderzoek om tot een aanbeveling in de vorm van een business case te komen.

Door tijdens en na afloop van de dertien modules aan deze praktijkcase te werken daagt dit je uit de aangereikte modellen, concepten en theorieën toe te passen. Anderzijds heeft jouw bedrijf er veel aan omdat je werkt aan de oplossing van een actueel business development gerelateerd vraagstuk. Ter afronding van de opleiding presenteer je uiteindelijk jouw case aan jouw management.

Online en offline

Naast de fysieke bijeenkomsten (on-site) vindt een deel van het programma online plaats. Tevens krijg je je eigen digitale leeromgeving waar je alles kunt nakijken. Artikelen, modulebeschrijvingen, opdrachten, presentaties e.d. vind je hier terug. Daarnaast krijg je begeleiding bij de uitvoering van je praktijkopdracht via een aantal telefoon/TEAMS-gesprekken met een van de docenten.

Organisatie, momenten & tijden

De opleiding is hybride georganiseerd, deels online en deels op locatie. Totaal zijn er 13 gezamenlijke contactmomenten en vier individuele contactmomenten, verdeeld over:

- 7 contactmomenten op locatie in midden Nederland, goed bereikbaar per auto of openbaar vervoer.
- 6 contactmomenten online via TEAMS.
- Zonder meer 4 individuele contactmomenten via TEAMS tussen de sessies en de uitwerking van de eindopdracht door (in overleg te plannen).

Tijdens de bijeenkomst op locatie word je voorzien van koffie/thee/water, frisdrank en een versnapering. Eventueel kun je, voorafgaand aan de starttijd van de opleiding, voor eigen rekening gebruik maken van de maaltijdvoorziening van de locatie. De contactmomenten op locatie en de groepssessies via TEAMS zijn van 18.30 - 21.45 uur.

Wat bereik je?

Je krijgt tijdens deze opleiding veel handvatten om een bijdrage te leveren aan het marketing-, commerciële- en innovatiebeleid van het bedrijf waar je werkt. Concreet bereik je de volgende resultaten:

- Je doet ideeën op om de business development aanpak van je bedrijf te verbeteren.
- Je leert de basisprincipes van marketing-, innovatie- en salesmanagement toe te passen.
- Je krijgt beter inzicht in klantwensen en hoe je die vertaalt naar oplossingen.
- Je gaat effectiever en efficiënter werken doordat je betere keuzes kunt maken.
- Je krijgt inspiratie om de klantgerichtheid van jezelf en collega's te verbeteren.
- Je wordt een professionele gesprekspartner voor management en klanten waardoor de interne samenwerking verbetert en gewerkt kan worden aan een betere klantrelatie.
- Na afronding van deze opleiding heb je een stevige basis gelegd voor een verdere ontwikkeling op het gebied van marketing en sales in een technisch BtoB bedrijf.

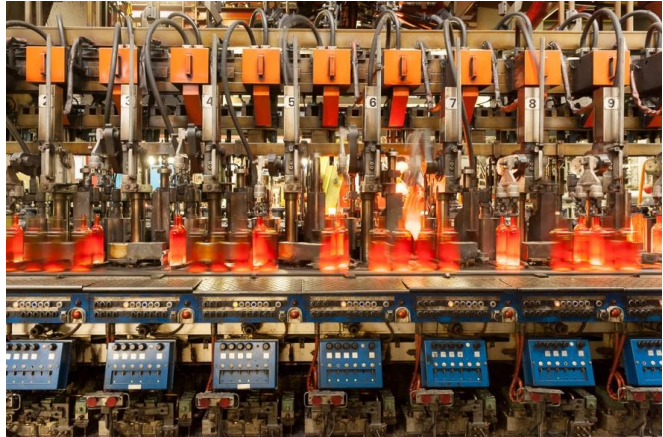
Kies je voor het additionele coachingsprogramma bij de uitwerking van jouw praktijkcase, dan helpen we je gedurende een periode van 20 maanden hierbij en bij de implementatie ervan. Alsmede bij de eerste fase van de werkelijke uitvoering van de ontwikkelde waardepropositie.

Voor wie bestemd?

Dit programma is gemaakt voor professionals vanaf een hbo werk- en denkniveau, betrokken bij klant gerelateerde processen in een technische omgeving en die nog geen of een beperkte vooropleiding marketing of verkoop hebben genoten. Deelnemers beschikken over 2 – 10 jaar werkervaring.

Concreet gaat het om de volgende personen/functies:

- Professionals werkzaam in productontwikkeling en innovatie, R&D, engineering.
- Mensen werkzaam in technical, service en customer support.
- Personen werkzaam in communicatie.
- Professionals werkzaam op de marketingafdeling van een technische onderneming.
- Sales- en accountmanagers die een verdiepingsslag willen aanbrengen in hun consultative selling skills en business development activiteiten.
- Maar ook algemeen managers, productiemangers en managers inkoop, logistiek of financiën waarvoor meer begrip over klantprocessen, marketing, commercie en innovatie van belang is in hun functie.
- Iedereen die een loopbaan in marketing en verkoop ambiert en hiervoor een degelijke basis wil leggen.



Programma

Het programma bestaat uit vijf on-site bijeenkomsten en acht online contactmomenten in groepsverband. Deze sessies duren allemaal 3 uur plus een pauze van 15 minuten. Zowel de on-site als online bijeenkomsten verzorgen we van 18.30 tot 21.45 uur.

Tussen de bijeenkomsten in werk je zelfstandig aan de theorie en cases en ook al aan de opzet van je praktijkopdracht.

Binnen het programma staat het begrip waarde centraal. Het programma is opgedeeld in 13 blokken/modules. Daarin volgen we op systematische wijze de drie fasen in het waardecreatieproces: eerst begrijpen wat waarde voor klanten precies is; vervolgens gaan we in op het ontwikkelen van producten, diensten, processen en concepten waarmee de waarde voor de juiste klant gecreëerd kan worden; als laatste moeten we er voor zorgen dat de waarde ook daadwerkelijk geleverd wordt aan klanten. Schematisch ziet het programma er als volgt uit:



Studiebelasting

Het programma bestaat uit 13 bijeenkomsten van drie uur (totaal 39 uur). Daarnaast moet rekening worden gehouden met ongeveer 3 uur voorbereiding per bijeenkomst (totaal circa 80 uur). De praktijk-opdracht beslaat eveneens circa 80 uur. De totale studiebelasting bedraagt daardoor ongeveer 160 uur.

Investering

Het programma vraagt een investering van € 3.745,- bij uitsluitend deelname aan de opleiding zelf. EXTRA daarbij: 15 maanden persoonlijke deelname in het STEM Community eXplain programma.

Community voordeel:

Ben je al eXplain of eXpand deelnemer van de STEM Community? Dan betaal je het community tarief van € 2.945,-. Alle bedragen zijn exclusief 21% btw.

Wil je met meerdere personen van hetzelfde bedrijf deelnemen? Neem dan contact met ons op.

Coaching praktijkopdracht

Uit ervaring – maar ook uit onderzoek - weten we dat het omzetten van kennis die deelnemers tijdens een opleiding opgedaan hebben naar hun dagelijkse praktijk, niet eenvoudig is. Enerzijds vraagt de waan van de dag veel aandacht en is er minder tijd om aan een case te werken. En hoewel je de nodige kennis hebt opgedaan tijdens deze opleiding, sta je er vaak toch alleen voor om de case verder uit te werken en te implementeren. Daardoor blijft het beoogde effect van een opleiding nogal eens beperkt. Om je te helpen de opgedane kennis ook daadwerkelijk om te zetten naar daden, bieden we een aanvullend coachingstraject aan dat direct start na de laatste bijeenkomst of kort daarna.

Het coachingstraject bestaat uit een persoonlijke begeleiding gedurende 12 maanden na afloop van de opleiding. We coachen je bij zowel de uitwerking van jouw praktijkcase als de implementatie daarvan. Wanneer je deze coaching overweegt, kun je voor de betaling kiezen uit:

1. Direct alle kosten voldoen voor aanvang van de opleiding. De kosten voor de opleiding en het coachingstraject tezamen bedragen bij een eenmalige factuur vooraf bij aanvang € 5.545,-
2. Een abonnementsvorm waarbij je bij de start van de opleiding een bedrag betaalt van € 1.995,- en de overige kosten in 11 maandelijkse termijnen van € 345,-. Een totaal bedrag van € 5.790,-
Alle genoemde bedragen zijn exclusief btw.

NB. Er zijn trajecten die meer tijd vergen om tot een implementatie te komen. Onder meer als eerst ook een technische haalbaarheidsstudie of een volledig productontwikkelproces doorlopen moet worden. Daarom maken we voorafgaand aan de start van het coachingstraject afspraken over de fases die wel en niet doorlopen kunnen worden.

Wil je meer weten over deze mogelijkheid of de kosten voor de opleiding inclusief het coachingstraject bij deelname van meer personen vanuit hetzelfde bedrijf tijdens eenzelfde cyclus? Neem dan contact op met Willem de Vries: 06 204 275 84 of per mail willemdevries@stem-imc.com Want de kosten hiervoor zijn ook afhankelijk van de mogelijkheden om coachingsmomenten al dan niet te kunnen combineren.

Data en locatie

De opleiding wordt deels online en gedeeltelijk on-site georganiseerd op een centrale locatie in Nederland. Bij voldoende belangstelling, start een nieuwe cyclus in het voorjaar 2023. Met in principe iedere twee weken een sessie on-site (op een nader te bepalen locatie) of online. In het schema wordt rekening gehouden met feestdagen en schoolvakanties.

Module	Datum	Op locatie / online
Module 1.1 Introductie & betekenis van waarde	Dinsdag 05 november 2024	Op locatie
Module 1.2 Wat is waarde voor de klant	Dinsdag 19 november 2024	Op locatie
Module 1.3 Klant en Marktomgeving	Dinsdag 03 december 2024	Online via TEAMS
Module 1.4 interne omgeving – Missie, Visie, Strategie	Dinsdag 17 december 2024	Op locatie
Module 1.5 Theorie vs praktijk (gastdocent uit de praktijk)	Dinsdag 14 januari 2025	Online via TEAMS
Module 2.1 Waardecreatie & innovatie	Dinsdag 28 januari 2025	Op locatie
Module 2.2 Wat is een waardepropositie?	Dinsdag 11 februari 2025	Online via Teams
Module 2.3 Waardecreatie voor wie? Segmenteren	Dinsdag 11 maart 2025	Op locatie
Module 2.4 Van product offerings naar dienstenconcepten: servitiseren (gastdocent)	Dinsdag 25 maart 2025	Online via TEAMS
Module 2.5 Marketing Mix, Channels en Marketing Communicatie	Dinsdag 08 april 2025	Op locatie
Module 3.1 Leveren waarde + ecosystemen (gastdocent)	Dinsdag 06 mei 2025	Online via TEAMS
Module 3.2 Prijs, value pricing, accountability (gastdocent)	Dinsdag 20 mei 2025	Online via TEAMS
Module 3.3 Leveren waarde: sales & account management	Dinsdag 03 juni 2025	Op locatie
Eindpresentaties individuele cases	Nog nader te bepalen na de zomervakanties 2025	Op locatie

Meer informatie

Voor meer informatie kun je contact opnemen met Willem de Vries: telefoon 06-204 275 84 of per e-mail willemdevries@stem-imc.com.

Deelnemen

Interesse om deel te nemen? Schrijf je dan zo snel mogelijk in. Hoe eerder wij weten hoeveel mensen deelnemen des te eerder laten we weten of de opleiding definitief van start gaat.

Maak voor je inschrijving gebruik van het online aanmeldformulier. Je kunt dat [via deze link online invullen en inzenden](#). Na ontvangst, sturen we je een bevestiging van je aanmelding. Lees vooraf nog wel de inschrijvings- en betalingsvoorwaarden voor deelname aan een programma van STEM via [deze link op de website van STEM-imc](#).



Over STEM

STEM Industrial Marketing Community is al meer dan 30 jaar hét kennisinstituut op het gebied van marketing, commercie & innovatie voor technische/industriële bedrijven. Het doel van de organisatie is nog steeds die van de Stichting Techniek En Marketing (STEM) die in de '80-er jaren is gestart met het ontwikkelen, verzamelen en uitdragen van het gedachtegoed rondom industriële marketing, sales en innovatie: mensen binnen technologie bedrijven helpen hun kennis op dit specialistische vakgebied te vergroten en toe te laten passen om daarmee de concurrentiepositie van de organisatie te verbeteren.

Meer weten over STEM Industrial Marketing Centre en haar activiteiten?

Kijk eens op www.stem-imc.com