

ABD20-022 Beroepenonderzoek Commercieel medewerker
& (Junior) accountmanager

Sectorkamer Handel, Marktsegment Commercie, internationale handel/groothandel

ABD20-022 Beroepenonderzoek Commercieel medewerker
& (Junior) accountmanager

Sectorkamer Handel, Marktsegment Commercie, internationale handel/groothandel

ABD20-022
SBB, Team ABD
Priya Jankie
Dominique Olvers

Zoetermeer
Maart 2021

Inhoud

| | |
|--|-----------|
| Inleiding | 4 |
| 2 Werkveld & positionering | 5 |
| 2.1 Werkveld | 5 |
| 2.2 Werkomgeving | 6 |
| 2.3 Functienamen | 6 |
| 2.3 Loopbaanperspectief en verwante beroepen | 7 |
| 2.4 Opleidingsachtergrond- en niveau..... | 7 |
| 3 Trends en ontwikkelingen | 8 |
| 3.1 E-commerce en digitalisering..... | 8 |
| 3.2 Veranderende klant | 8 |
| 3.3 Ketenverschuiving en schaalvergroting..... | 9 |
| 3.4 Big en smart data | 9 |
| 3.5 Duurzaamheid..... | 10 |
| 3.6 COVID-19 | 10 |
| 4 Rollen, competenties, kennis en vaardigheden van de commercieel medewerker | 11 |
| 4.1 Rol 1: Medewerker verkoop en klantencontact..... | 11 |
| 4.2 Rol 2: Commercieel administratief medewerker | 14 |
| 4.3 Rol 3: Commercieel ondersteuner | 15 |
| 4.4 Rol 4: Webshopmedewerker..... | 17 |
| 5 Rollen, competenties, kennis en vaardigheden van de (junior) accountmanager | 19 |
| 5.1 Rol 1: Relatiebeheerder | 19 |
| 5.2 Rol 2: Vertegenwoordiger | 21 |
| 5.3 Rol 3: Commercieel beleidsondersteuner | 23 |
| 6 Samenvattende conclusies | 25 |
| Bijlage 1 Overzicht gesprekpartners | 27 |

1 Inleiding

De sectorkamer Handel heeft opdracht gegeven het dossier Commercie te actualiseren. De sectorkamer vraagt hierbij specifiek om actuele en toekomstbestendige beroepeninformatie voor de beroepen behorend bij de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager. Dit vanwege twijfels en signalen of de kwalificaties nog voldoende aansluiten bij de beroepspraktijk (sectorkamer Handel, 10 maart 2020). Daartoe is in de zomer van 2020 via een oriëntatie ingezoomd op beschikbaar en relevant informatiemateriaal. Deze oriëntatie heeft geresulteerd in de aanvraag voor een beroepenonderzoek. De resultaten van de eerste onderzoekstappen van dit beroepenonderzoek worden in deze rapportage toelicht.

Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht verkrijgen in de aspecten van de kwalificaties Commercieel medewerker en (junior) accountmanager die wel, of juist niet meer actueel en toekomstbestendig zijn, passend bij de (toekomstige) vraag van het bedrijfsleven, c.q. het brede werkveld waarin beroepsbeoefenaars werkzaam zijn (binnen en buiten de retail/groothandel). Het onderzoek levert actuele en toekomstgerichte beroepeninformatie op die als input dient voor de besluitvorming over vervolgstappen van het onderhoud van de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager. Daarnaast levert de verkenning bruikbare en onderbouwde informatie op voor het daadwerkelijke onderhoud zelf.

Aanpak en respons

Het onderzoek vormt een aanvulling op de door KC Handel recent ontwikkelde beroepscompetentieprofielen (bcp's) voor commercieel medewerker en junior accountmanager (november 2020). De bcp's zijn voornamelijk gebaseerd op beroepen in de (groot)handel. SBB heeft deze bcp's als basis genomen en een verkenning uitgevoerd naar de mate waarin de bcp's ook herkenbaar zijn voor het werkveld in sectoren buiten de (groot)handel. Te meer omdat er voor deze beroepen geen aparte branchevereniging is die het brede werkveld vertegenwoordigt buiten de groothandel.

Het onderzoek is door SBB uitgevoerd op basis van de volgende stappen;

- Stap 1: Deskresearch op basis van bestaand bronnenmateriaal, relevante (onderzoeks)rapporten, recent ontwikkelde bcp's en (kwantitatieve) data van SBB.
- Stap 2: Analyse van erkende leerbedrijven waarin is gekeken tot welke SBI-indeling actieve leerbedrijven behoren die erkend zijn voor de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager.
- Stap 3: Vijftien diepte-interview met beroepsbeoefenaars waarin is gefocust op de rollen, competenties, kennis en vaardigheden uit de bcp's. Daarnaast zijn zes interviews gevoerd in het kader van het SBB Trendonderzoek (sectorkamer Handel), waarin de trends en de impact ervan op het werkveld centraal stonden. In bijlage 1 is een overzicht van gesprekspartners opgenomen.
- Stap 4: Werksessie met adviseurs praktijkleren van SBB die niet werkzaam zijn binnen de sector Handel, maar wel leerbedrijven erkennen voor de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager. De werksessie heeft informatie opgeleverd over het werkveld en de beroepspraktijk, gesignaleerde trends en de mogelijke impact hiervan op relevante commerciële mbo-beroepen.
- Stap 5: Analyse en rapportage. De resultaten van alle stappen zijn geanalyseerd en schriftelijk vastgelegd in deze concept rapportage. Hierin wordt een overzicht gegeven van relevante trends en op welke punten er verschillen en/of overeenkomsten zijn in relatie tot de recent ontwikkelde bcp's.

Op basis van deze resultaten wordt door de sectorkamer Handel, op advies van het marktsegment Commercie, internationale handel/groothandel, besloten of aanvullend onderzoek nodig is (conform onderzoeksplan november 2020).

Leeswijzer

In hoofdstuk twee wordt een beschrijving gegeven van onder andere het werkveld, functienamen, verwante beroepen, loopbaanperspectief en (opleidings)niveau. Hoofdstuk drie geeft een beschrijving van trends en ontwikkelingen die impact hebben op de mbo-beroepen commercieel medewerker en (junior) accountmanager. In hoofdstuk vier en vijf is de input vanuit de interviews vergeleken met de recente ontwikkelde bcp's. In hoofdstuk zes worden de belangrijkste bevindingen en conclusies kort samengevat.

2 Werkveld & positionering

Voordat we dieper inzoomen op de trends en de bcp's, geven we eerst een beeld van het werkveld en de positionering van de mbo-beroepen commercieel medewerker en (junior) accountmanager. De volgende onderdelen komen aan bod:

- Werkveld;
- Werkomgeving;
- Functienamen;
- Loopbaanperspectief en verwante beroepen;
- Opleidingsachtergrond en niveau.

2.1 Werkveld

De commercieel medewerker en (junior) accountmanager op mbo-niveau zijn werkzaam in tal van sectoren en branches, binnen en buiten de groothandel en retail.

Bij de groothandel gaat het om kleine tot grote bedrijven in non-food en food. In de retailsector werken de commercieel medewerker en (junior) accountmanager vooral in het grootwinkelbedrijf in de food en non-foodbranches, uitgezonderd die van de supermarkten. De bedrijven zijn cross-channel organisaties of pure players¹. De differentiatie in formules en branches leidt tot verschillen in werkzaamheden en benodigde (product)kennis, vaardigheden en inzicht van de commercieel medewerker.²

Ook buiten de retail en (groot)handel komen commerciële mbo-beroepen zoals, of die verwantschap vertonen met, de commercieel medewerker en (junior) accountmanager. Om een beter beeld te verkrijgen van welke sectoren dit zijn, is een analyse gemaakt van de door SBB erkende actieve leerbedrijven³ die opleiden voor de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager. In tabel 1 zijn de resultaten op hoofdlijnen weergegeven.

De actieve erkende leerbedrijven zijn onderverdeeld naar SBI-indeling. Deze SBI-indeling heeft voor- en nadelen. Een belangrijk voordeel is dat we een globaal beeld krijgen in welke sectoren er opgeleid wordt voor de mbo-beroepen commercieel medewerker en (junior) accountmanager. In deze verkenning heeft deze onderverdeling bepaald in welke sectoren er kwalitatieve interviews zijn gevoerd. Met als doel te achterhalen in welke mate de ontwikkelde bcp's aansluiten bij de beroepspraktijk in deze sectoren. Er zijn ook nadelen. De SBI-indeling is gekoppeld aan de inschrijving in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel. Hierbij gaat het om inschrijving op hoofdactiviteiten. Als werkzaamheden van een bedrijf onder verschillende sectoren vallen, dan wordt de ondernemer gekoppeld aan de sector waar het merendeel van de werkzaamheden bij hoort. Dit kan een vertekend beeld opleveren. Ook kan de bedrijfsactiviteit in de tijd verschuiven, waardoor de SBI-indeling niet altijd een volledig of actueel beeld geeft.

Kortom, er zijn factoren die ervoor zorgen dat we de resultaten met enige marge moeten interpreteren. Voor onze doeleinden is dit geen probleem. We willen immers geen exacte kwantitatieve onderbouwing van een branche of sector, meer een goede onderverdeling als onderbouwing voor de inzet van kwalitatieve interviews en als argument dat deze beroepen ook buiten de (groot)handel voorkomen.

¹ Een pure play organisatie is een onderneming die helemaal of nagenoeg op één type business gefocust is.

² Bron: Bcp's commercieel medewerker en (junior) accountmanager, KC Handel, november 2020.

³ Met een actief leerbedrijf wordt bedoeld, dat er in de afgelopen twee jaar een deelnemer zijn/haar bpv heeft gevolgd.

Tabel 1 Onderverdeling actieve erkende leerbedrijven voor de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager naar SBI-indeling, peildatum oktober 2020 (Bron: SBB).

| SBI-indeling | Percentage actieve erkende leerbedrijven van het totaal aantal actieve erkende leerbedrijven dat opleidt voor deze kwalificaties | |
|---|--|------------------------|
| | (Junior) accountmanager | Commercieel medewerker |
| Groot- en detailhandel; reparatie van auto's | 41,5% | 46,79% |
| Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening | 11,8% | 9,75% |
| Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening | 10,6% | 8,39% |
| Industrie | 8,7% | 9,68% |
| Informatie en communicatie | 7,5% | 5,57% |
| Bouwnijverheid | 3,0% | 3,18% |
| Financiële instellingen | 3,0% | 2,97% |
| Cultuur, sport en recreatie | 2,5% | 2,54% |
| Vervoer en opslag | 2,4% | 2,63% |
| Onbekend | 1,5% | 0,67% |
| Logies-, maaltijd- en drankverstrekking | 1,4% | 1,60% |
| Verhuur van en handel in onroerend goed | 1,4% | 1,58% |
| Overige dienstverlening | 1,2% | 1,28% |
| Onderwijs | 1,2% | 1,18% |
| Landbouw, bosbouw en visserij | 0,9% | 0,77% |
| Gezondheids- en welzijnszorg | 0,7% | 1,00% |
| Winning en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering | 0,2% | 0,22% |
| Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen | 0,2% | 0,10% |
| Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht | 0,1% | 0,10% |
| Winning van delfstoffen | 0,0% | 0,03% |
| Totaal (in %) | 100,0% | 100,00% |
| Totaal aantal erkende actieve leerbedrijven voor deze kwalificaties | 10.235 | 11.763 |

2.2 Werkomgeving

In de bcp's wordt het volgende beschreven: "De commercieel medewerker voert zijn werkzaamheden vooral uit op kantoor achter diverse devices. De junior accountmanager voert zijn werkzaamheden uit achter diverse devices op het kantoor/zijn thuiswerkplek en onderweg naar/op locatie bij (potentiële) klanten".⁴ Dit beeld komt ook uit de interviews naar voren.

Aan gesprekspartners is gevraagd op welke afdelingen de commercieel medewerker en/of (junior) accountmanager werkzaam zijn. De meerderheid van gesprekspartners geeft aan dat zij werkzaam zijn op de afdeling 'sales'. In enkele gevallen worden andere afdelingen genoemd, zoals 'entertainment' of 'technische afdeling'.

2.3 Functienamen

Aan gesprekspartners is gevraagd naar de functienamen en functieprofielen die in de organisatie worden gehanteerd voor de mbo-beroepen commercieel medewerker en (junior) accountmanager. De rechterkolom in tabel 2 toont de functienamen, zoals deze door gesprekspartners zijn genoemd.⁵

Tabel 2 Gehanteerde functienamen voor commercieel medewerker en (junior) accountmanager

| Opgenomen in bcp's | Genoemd in kwalitatieve interviews |
|--|--|
| Commercieel medewerker (binnendienst), sales support medewerker, verkoper binnendienst, medewerker orderadministratie, medewerker customer service | Verkoper binnendienst, inside sales representative, binnendienst sales medewerker, technisch adviseur binnendienst, key area salesrepresentative, sales supporter, verkoper zakelijke dienstverlening, relatiebeheerder, leads generator |

⁴ Bron: bcp's commercieel medewerker en (junior) accountmanager, KC Handel, november 2020.

⁵ Vanwege privacy-redenen zijn de functieprofielen niet opgenomen als bijlagen in het rapport.

| Opgenomen in bcp's | Genoemd in kwalitatieve interviews |
|--|---|
| (Junior) accountmanager, vertegenwoordiger, verkoper verkoopadviseur, verkoopconsultant, sales medewerker buitendienst | (junior) accountmanager, sales manager, technisch adviseur buitendienst, (junior) accountmanager new business, relatie manager, sales professional, eventmanager, projectmanager buitendienst, (junior) productmanager medische hulpmiddelen, relatiebeheerder, accountmanager medische diagnostiek, business development manager |

2.3 Loopbaanperspectief en verwante beroepen

De mbo-beroepen commercieel medewerker en (junior) accountmanager hebben brede doorgroeimogelijkheden. Het beeld dat in de bcp's geschetst wordt⁶, komt overeen met het beeld uit de interviews. De commercieel medewerker kan bijvoorbeeld doorgroeien naar coördinator binnendienst of teammanager. Ook kan de commercieel medewerker doorgroeien naar de functie van (junior) accountmanager, maar gesprekspartners geven aan dat dit minder vaak voorkomt. Ook het loopbaanperspectief van de (junior) accountmanager, zoals beschreven in het bcp, wordt bevestigd in de interviews. Hij/zij groeit vaker door naar een senior niveau of bijvoorbeeld sales trainer.

Aan gesprekspartners is naast het loopbaanperspectief ook gevraagd naar verwante beroepen. Naast de verwante beroepen die reeds beschreven staan in het bcp zijn andere mogelijk verwante beroepen genoemd, zie tabel 3. De verwante beroepen zijn niet allemaal op mbo-niveau, er is ook sprake van verwante beroepen op hbo-niveau.

Tabel 3 Verwante beroepen commercieel medewerker en (junior) accountmanager

| | Opgenomen in bcp | Genoemd in kwalitatieve interviews |
|--|--|--|
| Verwante beroepen commercieel medewerker | Verkoopleider, sales manager, (junior) accountmanager, vestigingsleider, verkoopmedewerker | Teamleider verkoop binnendienst, (junior) accountmanager, coördinator commerciële binnendienst, klantenservice manager |
| Verwante beroepen (junior) accountmanager | Verkoopleider, sales manager, senior (junior) accountmanager, vestigingsleider, regiomanager, commercieel medewerker | Vestigingsmanager, consultancy professional |

2.4 Opleidingsachtergrond- en niveau

Gesprekspartners geven aan dat de commercieel medewerker een variërend opleidingsniveau- en achtergrond heeft. Het merendeel heeft een commerciële mbo-opleiding gevolgd en enkelen een (commerciële) hbo-opleiding. De meerderheid geeft aan dat zij verwachten dat in de toekomst vaker een mbo-plus of hbo-werk- en denkniveau gevraagd wordt voor de functie van commercieel medewerker. Dit is het gevolg van een grotere (toegenomen) verantwoordelijkheid en de uit te voeren werkzaamheden, zoals inzicht hebben in het probleem en de vraag van de klant en het vermogen om verbanden te kunnen leggen. De commercieel medewerker is in die situatie veelal verantwoordelijk voor een account of een groep klanten.

De meerderheid van de gesproken (junior) accountmanagers heeft oorspronkelijk een commerciële mbo-vooropleiding gehad. Maar door werkervaring en persoonlijke ontwikkeling vallen zij nu veelal in een schaal die past bij hbo-werk- en denkniveau. Verder blijkt uit vier gesprekken dat de (junior) accountmanager vanuit een niet-commerciële functie is doorgegroei naar de functie van accountmanager. In deze gevallen heeft men aanvullende cursussen of een verkorte opleiding gevolgd. In de huidige werkcontext is affiniteit en/of ervaring met specifieke (product)kennis vaker belangrijk.

Uit enkele gesprekken blijkt dat men in de toekomst in vacatures en functieprofielen vaker een hbo-werk- en denkniveau of mbo-plus niveau zal gaan vragen. Dit heeft te maken met het complexer worden van het werk (mede door digitalisering) en het feit dat het gesprek met de klant op een hoger niveau plaatsvindt. Het werk neemt toe in complexiteit omdat de (junior) accountmanager meer businesspartner of consultant wordt.

⁶ De commercieel medewerker heeft de mogelijkheid om door te groeien naar de functie van verkoopleider/ junior accountmanager met meer zelfstandigheid en verantwoordelijkheid op commercieel gebied en met een coachende of coördinerende rol naast de uitvoerende rol. *Loopbaanperspectief* De junior accountmanager heeft de mogelijkheid om door te groeien naar de functie van verkoopleider/ (senior) accountmanager met meer zelfstandigheid en verantwoordelijkheid op commercieel gebied en met een coachende of coördinerende rol naast de uitvoerende rol.

3 Trends en ontwikkelingen

Via een zestal diepte-interviews is ingezoomd op trends die impact hebben op de mbo-beroepen commercieel medewerker en junior accountmanager. Deze interviews zijn gevoerd in het kader van het SBB Trendonderzoek voor de sectorkamer Handel. Daarnaast is in de interviews met beroepsbeoefenaars van onderhavige verkenning stil gestaan bij trends en ontwikkelingen die impact hebben op de werkzaamheden van de commercieel medewerker en (junior) accountmanager. De kort toegelichte trends en ontwikkelingen in dit hoofdstuk vormen een aanvulling op de trends die beschreven zijn in de bcp's van de commercieel medewerker en junior accountmanager.⁷

De volgende trends komen aan bod:

- E-commerce en digitalisering;
- Veranderende klant;
- Ketenverschuiving en schaalvergroting;
- Big en smart data;
- Duurzaamheid;
- COVID-19.

3.1 E-commerce en digitalisering

De wereldwijde pandemie COVID-19 heeft e-commerce verder versnelt en versterkt in de detail- en groothandel. Van de totale online omzet in 2020 in Nederland kwam veertig procent uit multi-channel kanalen, een groei van 35 procent ten opzichte van 2019⁸. E-commerce zal zich de komende jaren verder door blijven ontwikkelen. Nu steeds meer ondernemers online gaan ondernemen wordt het e-commerce landschap competitiever. Veel consumenten zijn op zoek naar nieuwe merken en 90 procent zegt die nieuwe producten op het internet te ontdekken⁹.

Digitalisering heeft invloed op de werkzaamheden van de commercieel medewerker en (junior) accountmanager. Door digitalisering is het werkveld complexer geworden, onder andere door de komst van (nieuwe) concurrentie en meer transparantie in de werkwijze van organisaties. Klanten zijn beter geïnformeerd en op de hoogte van prijs- en kwaliteitsverschillen. Dit vraagt van de commercieel medewerker en (junior) accountmanager dat zij betrouwbaar handelen en overkomen in hun afspraken en service aan de klant. Digitalisering vraagt ook om goede online communicatie skills. Commercieel medewerkers en (junior) accountmanagers moeten zowel offline als online beschikken over goede communicatie vaardigheden. En dat zij de communicatiestijl kunnen aanpassen op het desbetreffende verkoopkanaal.

De toenemende e-commerce vraagt om meer kennis en vaardigheden op het gebied van beeldcultuur, content generatie, digitale analyse en (self) branding. Het is per organisatie verschillend welke functies hiervoor verantwoordelijk voor zijn. E-commerce heeft impact op de mbo-beroepen commercieel medewerker en junior accountmanager, maar de mate waarin en de wijze waarop verschilt per organisatie, zo blijkt uit de interviews.

3.2 Veranderende klant

Nieuwe technologie verandert het consumentengedrag. Maar ook de vraag van klanten verandert en is sterk doelgroep (waaronder leeftijd) gebonden. Dit vraagt om specifieke doelgroep benaderingen. Maar ook de markt verandert door de verschuiving van B2B naar B2C of andersom. Zo komt het steeds vaker voor dat bedrijven die eerst voornamelijk B2B verkopen realiseerden, zich momenteel ook begeven op de B2C-markt. Dit heeft impact op het werk van zowel de commercieel medewerker alsook de (junior) accountmanager. Het begrijpen van de

⁷ Bron: bcp's commercieel medewerker en (junior) accountmanager, KC Handel, november 2020.

⁸ Bron: van den Brink, H. (2021, 29 januari). Lichte krimp retailomzet in 2021. ING. <https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/outlook/detailhandel.html>

⁹ Bron: Lubrun, A. (2020, 21 december). Dit zijn drie belangrijke trends voor 2021 <https://www.marketingfacts.nl/berichten/dit-zijn-drie-belangrijke-trends-voor-2021-volgens-facebook>

menselijke psyche in relatie tot koopgedrag en de manier waarop mensen keuzes maken, wordt nog belangrijker. Uit de gesprekken blijkt dat de scheidingslijn tussen sales en marketing steeds meer vervaagt.

De huidige consument is 24/7 online. Niet alleen om zijn aankopen te doen, maar ook om informatie op te zoeken over producten en diensten. Dit zorgt er voor dat klanten beter geïnformeerd zijn dan voorheen. Via sociale media wordt gesproken over de service bij bedrijven, waarbij 'bloggers' en 'vloggers' bij specifieke doelgroepen een grote invloed hebben.

Daarnaast wil de consument de herkomst van producten weten en hoe deze zijn gemaakt. "Krijgt de producent wel een eerlijke prijs? Van welke materialen is het product gemaakt? En wat is de impact op het milieu?" Doordat klanten beter geïnformeerd zijn en transparantie verwachten (eisen) neemt klantgerichtheid verder aan belang toe. Dit maakt dat de commercieel medewerker en (junior) accountmanager een duurzame relatie op moeten kunnen bouwen met klanten. Dit vraagt om een proactieve en servicegerichte houding. De klant of opdrachtgever moet zo goed mogelijk begeleid of ondersteund worden zodat de klantrelatie behouden of versterkt wordt. Dit kan betekenen dat de commercieel medewerker steeds meer een adviserende rol krijgt en de (junior) accountmanager meer de functie van consultant. Waarmee de juiste omgeving voor klantbeleving wordt gecreëerd en de juiste condities om meerwaarde te kunnen bieden.

3.3 Ketenverschuiving en schaalvergroting

Binnen de groothandel is er sprake van grensvervaging. De groothandel wil de positie in de waardeketen versterken. Dit kan op verschillende manieren. Bij ketenverkorting wordt vaak gedacht aan een verdwijnende groothandel, maar zij kunnen ook zelf de rol van een andere ketenpartij overnemen. Dankzij bijvoorbeeld online bestelmodules kan een groothandel direct leveren aan zowel consumenten (B2C) als zakelijke markt (B2B).

Daarnaast is er sprake van schaalvergroting. Het eigen assortiment wordt verbreed of er worden diensten toegevoegd aan producten. Het creëren van 'meerwaarde' in de keten is belangrijk omdat er sprake is van toenemende concurrentie. Voor de commercieel medewerker en de (junior) accountmanager betekent dit een verbreding van de klantengroep en de mogelijkheid om een breder veld met potentiële klanten te verkennen.

3.4 Big en smart data

Klanten delen steeds meer informatie die big data oplevert. Hierbij hoort ook de data die opgeslagen wordt in CRM- en ERP-systemen. Vanuit big data worden patronen, verbanden en voorkeuren ontdekt. Algoritmes maken producten en diensten slimmer, beter en goedkoper. Zo kan de consument nog beter bediend worden. Er zijn bijvoorbeeld algoritmes die voorspellen wanneer producten op dreigen te raken en deze vervolgens automatisch bestellen. De groothandel beschikt over veel data. Zij kunnen hun klanten en leveranciers helpen door deze big data om te zetten in smart data. Daarmee kunnen ze bijvoorbeeld vraagvoorspelling ondersteunen. Hierdoor kunnen groothandels voortdurend nieuwe producten en diensten ontwikkelen en inspelen op veranderende behoeften van klanten en eindgebruikers.

Door deze ontwikkeling verschuift de focus deels van 'handel naar IT'. Denk aan het opzetten van online platforms die zelfvoorzienend zijn zodat klanten met één druk op de knop al hun aankopen kunnen doen en hierin ook nog geadviseerd worden door kunstmatige intelligentie. Een ander voorbeeld zijn logistieke systemen die just-in-time-levering van producten mogelijk maken of smart data waarmee vraagvoorspellingen gedaan worden. Dit heeft gevolgen voor de personeelsbehoefte van de groothandel. Zo kan er meer behoefte zijn aan IT'ers die systemen bouwen en continu door ontwikkelen. Als verkoopprocessen verder geautomatiseerd worden, kan dit betekenen dat de klant redelijk zelfvoorzienend wordt en er wellicht minder behoefte is aan verkopers. Ook buiten de groothandel zien we de impact van big data en smart data. Data gestuurde verkoop- en bedrijfsprocessen hebben impact op de werkzaamheden en het gevraagde kennisniveau van de commercieel medewerker en (junior) accountmanager. De mate waarin is variabel en bedrijfsgebonden.

3.5 Duurzaamheid

De aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen wat betreft gezondheid, duurzaamheid, klimaat en milieu neemt steeds verder toe. Duurzaamheid wordt steeds breder gedragen, zowel door supermarkten, groothandels, retailers, modemakers als door consumenten. Duurzaamheid speelt feitelijk in alle sectoren een steeds grotere rol. De focus op duurzaamheid is voor bedrijven een goede manier om zich te onderscheiden. Steeds meer klanten vragen om duurzame producten of alternatieven, waarbij zakelijke afnemers duurzaamheid zelfs als randvoorwaarde opnemen in hun aanbestedingen.

In de informatievoorziening naar consumenten en klanten wordt het duurzaamheidsaspect steeds meer meegenomen. Er is bijvoorbeeld niet alleen informatie over prijs en levertijd, maar ook de milieuoetadruk en productieomstandigheden worden gecommuniceerd. Dit draagt bij aan een verantwoorde keuze van de klant. Van commercieel medewerkers en junior accountmanagers wordt verwacht dat ze de klant informeren over duurzame alternatieven en oplossingen die op de markt beschikbaar komen. Dit vraagt om proactief handelen, weten bij welke klant duurzame alternatieven aangeboden kunnen worden, specifieke productkennis over de herkomst (keten) van producten en basiskennis van de circulaire economie.

3.6 COVID-19

COVID-19 heeft de manier van werken veranderd, waarbij de scheidingslijn tussen privé- en werksfeer is verschoven. Er wordt meer vanuit huis gewerkt en binnen de handelswereld zoekt men naar creatieve manieren om de klant te bereiken. Binnen sales wordt er meer online gewerkt dan voorheen, waardoor vooral de (junior) accountmanager creatiever moet zijn in het (telefonisch en online) bereiken van (nieuwe) klanten. Dit geldt voor de dagelijkse contacten, webinars als alternatief voor beurzen etc.

4 Rollen, competenties, kennis en vaardigheden van de commercieel medewerker

In dit hoofdstuk staat de beschrijving van het mbo-beroep commercieel medewerker centraal. Het huidige bcp is voornamelijk gebaseerd op het werkveld binnen de (groot)handel. Daarom hebben we aanvullende kwalitatieve interviews gehouden met beroepsbeoefenaars bij bedrijven die actief zijn in andere sectoren dan de groothandel. Gesprekspartners (zie bijlage 1) zijn bevraagd in welke mate het recent ontwikkelde bcp van de commercieel medewerker aansluit bij de beroepspraktijk.

In het bcp worden de volgende rollen onderscheiden:

1. Medewerker verkoop en klantencontact;
2. Commercieel administratief medewerker;
3. Commercieel ondersteuner;
4. Webshopmedewerker/ medewerker webshopbeheer.

Binnen deze rollen wordt in het bcp ingezoomd op een beschrijving van werkzaamheden, vereiste competenties en benodigde kennis en vaardigheden.

Uit de interviews blijkt dat vanuit de meerderheid van gesprekspartners de beschreven rollen in het bcp herkent in de beroepspraktijk. Naast de overeenkomsten zien gesprekspartners ook een aantal (nuance)verschillen. Deze overeenkomsten en verschillen worden in de dit hoofdstuk beschreven. Hierbij hanteren we de structuur van het bcp. De volgende kleurencodering is bij de beschrijving gehanteerd:

| | |
|--|--|
| | Sluit goed aan op de gevraagde rollen en competenties uit andere werkvelden dan de (groot)handel |
| | Sluit gedeeltelijk aan op de gevraagde rollen en competenties uit andere werkvelden dan de (groot)handel |
| | Sluit onvoldoende aan op de gevraagde rollen en competenties uit andere werkvelden dan de (groot)handel |

4.1 Rol 1: Medewerker verkoop en klantencontact

4.1.1 Beschrijving rol medewerker verkoop en klantcontact

| | |
|--|---|
| | <i>De medewerker verkoop en klantencontact is verantwoordelijk voor de verkoop van producten en diensten en de beantwoording van vragen en klachten van klanten (conform de service level afspraken van de organisatie)</i> |
|--|---|

De beschrijving van de rol wordt over het algemeen herkend door gesprekspartners. Niet uit alle gesprekken komt naar voren dat de commercieel medewerker *actief* op zoek naar klanten en opdrachten gaat. Een aantal gesprekspartners geeft aan dat de commercieel medewerker zich niet alleen bezighoudt met (het op zoek gaan naar) 'nieuwe' klanten, maar ook als taak heeft om de bestaande klantenrelatie te versterken. Dit doet hij/zij door proactief producten of diensten aan te bieden die relevant en nuttig zijn voor bestaande klanten.

Het is voor de commercieel medewerker van belang om in gesprek te gaan met de klant en zich in te leven in diens belevingswereld. Het doel van dit gesprek is om wensen en verlangens van de klant boven tafel te krijgen en deze te begrijpen. Op basis van de eigen kennis en expertise kan vervolgens een passend aanbod worden gedaan. Deze kennis en expertise is veelal sector gebonden. Gesprekspartners noemen passie, specialistische kennis en het vermogen zich te kunnen verdiepen in de klant als belangrijke eigenschappen om goed te kunnen helpen. Hierdoor kan hij meerwaarde bieden in het gesprek met de klant.

| |
|--|
| In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven. |
|--|

Tabel 4 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|--|
| 1. | De commercieel medewerker beantwoordt dagelijks telefonisch en per e-mail, app, chat en sociale media vragen van klanten. De vragen kunnen bijvoorbeeld gaan over bestellingen, leveringen, (verzend-) kosten, afwikkeling van de aankoop, extra informatie over producten en/of diensten, ondersteuning bij het gebruik van de producten en diensten en/of de bestelling via de webshop en de voorgenomen aankoop van producten en diensten. |
| 2. | Daarnaast neemt hij telefonisch of schriftelijk contact met (potentiële) klanten op in opdracht van zijn leidinggevende/(junior) accountmanager, naar aanleiding van mailingen/acties of promotieactiviteiten /informatie-aanvragen of op eigen initiatief. Van tevoren neemt hij het klantdossier (of het CRM systeem), de accountplannen en andere verzamelde informatie door en bepaalt hij, eventueel in overleg, de wijze van klantbenadering en de doelstellingen van het gesprek. |
| 3. | Hij achterhaalt tijdens het contact/gesprek de tevredenheid van de klant, de specifieke behoeften en wensen en/ of aanvullende informatie en bedenkt hoe hij deze informatie kan vertalen in concrete (verkoop)acties. Hij beantwoordt vragen, geeft adviezen en overtuigt de klant van het belang van een vervolgesprek/ -actie. Indien hijzelf geen passend advies kan geven, maakt hij voor de klant een afspraak met zijn leidinggevende/(junior) accountmanager. Dit geldt ook als de grootte van de order zijn verantwoordelijkheid overstijgt of wanneer het de bedoeling is een sales lead te verkrijgen. Hij legt de verkregen gegevens en de gemaakte afspraken vast in het CRM-systeem. |
| 4. | Hij zorgt voor de follow-up van de afspraken met de klant, bijvoorbeeld het versturen van (product)informatie en/of samples, het (nader) uitzoeken en beantwoorden van de vragen van de klant, het doen van een aanbod met prijsberekening en/of het opstellen en versturen van een offerte. Voor het aanbod/de offerte controleert hij de beschikbaarheid (en doorlooptijd) van producten/diensten. Hij voert berekeningen uit bij het opstellen van de offerte, licht het aanbod toe en zorgt ervoor dat de vraag van de klant wordt beantwoord. Hij neemt daarbij de voorgeschreven prijs-, leverings- en betalingsvoorwaarden op. Hij legt offertes die zijn verantwoordelijkheid overstijgen ter controle voor aan zijn leidinggevende. |
| 5. | Hij bewaakt de geldigheidstermijn van het aanbod/ de offerte en houdt contact met de (potentiële) klant. Indien nodig onderhandelt hij met de klant, binnen de door de organisatie vastgestelde marges, om een akkoord te krijgen. Na instemming van de klant stelt hij een orderbevestiging op. Hij houdt gedurende de afhandeling van de order contact met de klant en administreert alle meldingen en vervolgacties in het digitale systeem. Bij afronding van het ordertraject evalueert hij het traject met de klant en maakt afspraken voor een vervolcontact. |
| 6. | Ook neemt hij meldingen van storings- en klachten aan. Al deze vragen/meldingen handelt hij binnen een bepaalde tijdspanne af of zorgt ervoor dat deze worden afgehandeld. Hij maakt daarbij gebruik van de digitale systemen van de organisatie. Zo nodig en bij complexere vragen/klachten wint hij advies in bij zijn leidinggevende/de (junior) accountmanager en/of stemt hij af met collega's van andere afdelingen (logistiek, technische dienst etc.) om een gerichte oplossing aan te kunnen bieden. In deze contacten met klanten houdt hij oog voor commerciële kansen en verkoopt hij waar mogelijk extra producten en/of diensten. |

Toelichting tabel

- 2. Samenwerken is hierbij 'key', vaak wordt de marketingafdeling hier ook bij betrokken. Uit gesprekken komt naar voren dat de sales- en marketingafdeling steeds dichter naar elkaar toe trekken.
- 3. Commercieel medewerkers kunnen daarnaast verantwoordelijk zijn voor hun eigen 'accounts' of een bepaalde 'area'. De commercieel medewerker is meestal werkzaam binnen een specifieke branche, zoals de detailhandel, de bouw of de autobranche, waarbij specifieke productkennis belangrijk is. Het alleen kennen van prijzen is over het algemeen niet voldoende om als commercieel medewerker te kunnen werken. Een commercieel medewerker moet ook zijn of haar klanten kunnen adviseren over producten en/of diensten.
- 4. Uit de gesprekken blijkt dat dit afhankelijk is van de projectgrootte, de omvang van de opdracht en het niveau (junior of senior) van de commercieel medewerker. Hierbij is het goed kunnen schakelen en communiceren met hogere functies binnen een organisatie van belang.
- 6. Op basis van de gesprekken blijkt dit sector gebonden en afhankelijk van de bedrijfsgrootte. Zo zijn er bijvoorbeeld aparte customer service afdelingen die klachten en meldingen ontvangen en in behandeling nemen. Of een melding en/of klacht is dermate specifiek waardoor de vraag eerder in behandeling wordt genomen door een monteur/specialist of iemand met een hogere functie.

4.1.2 Competenties rol medewerker verkoop en klantcontact

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van medewerker verkoop en klantcontact. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt een korte toelichting gegeven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 5 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|-------------------------|
| 1. | Beïnvloeden |
| 2. | Klantgericht handelen |
| 3. | Omgaan met procedures |
| 4. | Flexibel handelen |
| 5. | Doorzetten |
| 6. | Financieel handelen |

4.1.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol medewerker verkoop en klantcontact

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden.¹⁰ We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt een toelichting gegeven.

Tabel 6 Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|--|
| 1. | Kennis van de samenhang tussen marketing, marktwerking en verkoop. |
| 2. | Kennis van de fasen van een verkoopgesprek en koopgedrag bevorderende factoren. |
| 3. | Kennis van het klachtenbeleid van de organisatie. |
| 4. | Kennis van de omgang met andere culturen. |
| 5. | Kennis van de organisatierichtlijnen voor het gebruik van sociale media. |
| 6. | Kennis van de visie, formule/waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie |
| 7. | Kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 8. | Kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten/ plichten van klanten/organisatie |
| 9. | Kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie |
| 10. | Kennis van vormen van en organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering |
| 11. | Kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen |
| 12. | Kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie |
| 13. | Kennis van de procedures op het gebied van privacy/dataverwerking |
| 14. | Kan verkooptechnieken en -argumenten toepassen en inspelen op koop- en weerstandssignalen. |
| 15. | Kan klachten afhandelen en omgaan met (potentiële) conflictsituaties. |
| 16. | Kan telefoon- en mail etiquette toepassen |
| 17. | Kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.) |
| 18. | Kan relevante berekeningen met geld, procenten en (inhouds)maten uitvoeren |
| 19. | Kan gesprekken voeren, (eenvoudige) berichten opstellen en klant-, product- en/of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 20. | Kan Arbo-verantwoord werken in relatie tot (persoonlijke) veiligheid, vitaliteit, welzijn, hygiëne en milieu |

Toelichting tabel

- Gesprekspartners geven aan dat het samenwerken tussen de verschillende afdelingen steeds meer voorkomt. Het is voor de commercieel medewerker van belang dat hij/zij kennis heeft en kan inschatten voor welk deel binnen de verkoop hij/zij verantwoordelijk is.
- Niet in alle situaties (en/of type bedrijven) betreft het 'koopgedrag bevorderende factoren' omdat de commercieel medewerker meer als adviseur (of consultant) functioneert.

4.1.4 Aanvullende informatie vanuit de gesprekken

Naast de in het bcp beschreven rol, competenties en kennis en vaardigheden zijn door gesprekspartners aanvullende aspecten genoemd of is er nadruk gelegd op bepaalde aspecten, die volgens hen voor deze rol van belang zijn, namelijk: betrouwbaarheid, communicatief vaardig, deskundig, netwerker en adviseren.

Het is volgens gesprekspartners van belang dat de commercieel medewerker eerlijk en betrouwbaar is in zijn advies, service en gemaakte afspraken. Ook wordt van de commercieel medewerker verwacht dat zij communicatief vaardig zijn, zowel online als offline en de communicatiestijl kunnen aanpassen aan het desbetreffende verkoopkanaal.

¹⁰ De kennis en vaardigheden zijn in het bcp ingedeeld conform het Nederlandse kwalificatieraamwerk NLQF. Voor een toelichting hierop verwijzen we naar onderdeel 2. Beschrijving van het beroep in het bcp.

Door een aantal gesprekspartners is aangegeven dat voor de functie van commercieel medewerker ook een hbo-denkniveau gevraagd kan worden. Dit heeft te maken met werkzaamheden op het gebied van advisering en consultancy, waaraan een grotere verantwoordelijkheid is gekoppeld. Hierbij is inzicht hebben in het probleem en de vraag van de klant belangrijk, het vermogen om verbanden te kunnen leggen en te weten binnen welke bandbreedte de commercieel medewerker kan werken. In deze meer uitgebreide rol wordt van de commercieel medewerker gevraagd zich op te stellen als businesspartner van de klant.

4.2 Rol 2: Commercieel administratief medewerker

4.2.1 Beschrijving rol commercieel administratief medewerker

De commercieel administratief medewerker is verantwoordelijk voor de (administratieve) opvolging van orders.

Deze beschrijving wordt door alle gesprekspartners herkend.

In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven.

Tabel 7 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| 1. | De commercieel medewerker verwerkt de klantorders (van hemzelf of aangeleverd door de (junior) accountmanager) in het systeem van de organisatie (ERP). Hij controleert de gegevens die in dat systeem staan, onder andere voor de verzending (track en trace informatie) en financiële afhandeling/ facturatie. Hij geeft de benodigde producten en diensten in het systeem aan (of legt een voorraad aan voor de bestelling) en neemt zo nodig contact op met leveranciers over beschikbaarheid en leverdata. Hij plant afspraken voor collega's van de dienstverlening in. In voorkomende gevallen vult hij de gegevens in voor de (transport- en douane) documenten of schakelt (via zijn leidinggevende) hiervoor een expert in. |
| 2. | Hij stemt de levering (en de eventuele reservering en opslag) van producten/diensten af met de klant en met de afdelingen planning/logistiek. Hij volgt de afhandeling van de orders en wanneer hij problemen in het ordertraject signaleert, neemt hij contact op met zijn leidinggevende/(junior) accountmanager en bespreekt hij een mogelijke oplossing. Hij biedt vervolgens de klant een geschikte oplossing aan en probeert tot overeenstemming te komen. Wanneer nodig schakelt hij hierbij zijn leidinggevende in. Hij verwerkt de mutaties in het systeem. Hij controleert de facturatie van de orders. Zo nodig handelt hij retourzendingen af en voert de financiële gegevens in voor de creditnota's. |

Toelichting tabel

1. Transport- en douane documenten zijn sector- of bedrijfsgebonden en worden zodanig niet door alle gesprekspartners in de beroepspraktijk toegepast.
2. In de basis wordt dit door gesprekspartners herkend, maar is ook sector gebonden. Het gaat dan bijvoorbeeld om afstemming met andere afdelingen of functionarissen binnen en buiten de organisatie.

4.2.2 Competenties rol commercieel administratief medewerker

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van commercieel administratief medewerker. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 8 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|--------------------------|
| 1. | Samenwerken |
| 2. | Omgevingsbewust handelen |
| 3. | Technologie inzetten |
| 4. | Klantgericht handelen |
| 5. | Omgaan met procedures |
| 6. | Financieel handelen |

4.2.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol commercieel administratief medewerker

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden. We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt een korte toelichting gegeven.

Tabel 9 Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|--|
| 1. | Kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 2. | Kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten/ plichten van klanten/organisatie |
| 3. | Kennis van vormen van en organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering |
| 4. | Kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen |
| 5. | Basiskennis van transport- en douanedocumenten |
| 6. | Kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie |
| 7. | Kennis van de procedures op het gebied van privacy/dataverwerking |
| 8. | Kan telefoon- en mail etiquette toepassen |
| 9. | Kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.) |
| 10. | Kan relevante berekeningen met geld, procenten en (inhouds)maten uitvoeren |
| 11. | Kan gesprekken voeren, (eenvoudige) berichten opstellen en klant-, product- en/of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 12. | Kan Arbo-verantwoord werken in relatie tot (persoonlijke) veiligheid, vitaliteit, welzijn, hygiëne en milieu |

Toelichting tabel

5. Kennis van procedures op het gebied van transport- en douanedocumenten zijn bedrijf- en sector gebonden.

4.2.4 Aanvullende informatie vanuit de gesprekken

Naast de in het bcp beschreven rol, competenties en kennis en vaardigheden zijn door gesprekspartners aanvullende aspecten genoemd of is er nadruk gelegd op bepaalde aspecten die volgens hen voor deze rol van belang zijn, namelijk: plannen en organiseren, accuraatheid en zorgvuldigheid.

De commercieel medewerker moet 'meerdere ballen in de lucht houden' en vanuit dat belang moet hij goed kunnen plannen en organiseren. Hierbij hoort ook het inplannen van afstemmomenten met andere collega's binnen de organisatie, bijvoorbeeld de (junior) accountmanager, sales coördinator en/of marketingafdeling. Veruit de meeste administratieve handelingen zijn gedigitaliseerd waardoor de commercieel medewerker accuraat en zorgvuldig moet zijn, bijvoorbeeld bij het opstellen en controleren van offertes en/of facturen.

4.3 Rol 3: Commercieel ondersteuner

4.3.1 Beschrijving rol commercieel ondersteuner

De commercieel ondersteuner is verantwoordelijk voor het ondersteunen van het accountmanagement en het bijdragen aan de oplossing van (commerciële) vraagstukken.

Deze beschrijving wordt door alle gesprekspartners herkend.

In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven.

Tabel 10 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| 1. | De commercieel medewerker draagt bij aan het opstellen van offertes door de vragen van (junior) accountmanager s uit te zoeken en onderdelen van offertes aan te leveren. |
| 2. | Hij verzamelt daarnaast in opdracht informatie over (potentiële) klanten, producten en diensten, de concurrentie en de ontwikkelingen in de branche en regio. Hij maakt hiervoor gebruik van (digitale) nieuws- |

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| | en informatiebronnen (zoals de KvK) en informatie van de eigen organisatie. Ook draagt hij bij aan periodieke omzetrappontages. Hij legt de verzamelde informatie vast in het (digitale) systeem of rapporteert deze aan zijn leidinggevende/(junior) accountmanager. |
| 3. | Hij signaleert opvallende feedback (reviews) die klanten geven over de service van de organisatie en geeft deze door aan zijn leidinggevende/(junior) accountmanager. Daarnaast signaleert hij knelpunten en efficiëntiebeporingen in zijn werk en bespreekt deze met zijn leidinggevende. |
| 4. | Hij ondersteunt bij de (voorbereiding van) beursdeelname c.q. de beursstand van de organisatie door bijvoorbeeld stand-, informatie- en promotiemateriaal te regelen. |
| 5. | Bij periodiek werkoverleg denkt hij vanuit zijn eigen ervaringen mee over de werkzaamheden en plannen en brengt ideeën in. Hij streeft ernaar om een expert te worden op het gebied van de producten en diensten van de organisatie, neemt deel aan trainingen en leert (snel) werken met nieuwe software/systemen. |

Toelichting tabel

2. Bij het interpreteren van data gebruikt de commercieel medewerker ook interne data of externe databases voor (inter)nationale marktinformatie.

4. Gesprekspartners geven aan dat dit vaak in nauwe samenwerking met de (junior) accountmanager en de marketingafdeling plaats vindt.

4.3.2 Competenties rol commercieel ondersteuner

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van commercieel ondersteuner. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 11 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|--------------------------------|
| 1. | Analyseren |
| 2. | Technologie inzetten |
| 3. | Omgaan met procedures inzetten |
| 4. | Flexibel handelen |
| 5. | Expertise inzetten |
| 6. | Samenwerken |
| 7. | Ondernemen |

4.3.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol commercieel ondersteuner

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden. We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven.

Tabel 12 Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|--|
| 1. | kennis van de visie, formule/waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie |
| 2. | kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 3. | kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten/plichten van klanten/organisatie |
| 4. | kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen |
| 5. | kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie |
| 6. | kennis van het kwaliteitsbeleid van de organisatie |
| 7. | kan data-verzamelmethode (voor marktonderzoek) kiezen en toepassen |
| 8. | kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.) |
| 9. | kan relevante berekeningen met geld, procenten en (inhouds)maten uitvoeren |
| 10. | kan gesprekken voeren, (eenvoudige) rapportages opstellen en klant-, product- en/of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 11. | kan Arbo-verantwoord werken in relatie tot (persoonlijke) veiligheid, vitaliteit, welzijn, hygiëne en milieu |

4.3.4 Aanvullende informatie vanuit de gesprekken

Naast de in het bcp beschreven rol, competenties en kennis en vaardigheden zijn door gesprekspartners aanvullende aspecten genoemd of is er nadruk gelegd op bepaalde aspecten die volgens hen voor deze rol van belang zijn, namelijk: 'multitasking'. De commercieel medewerker moet snel kunnen schakelen tussen de verschillende werkzaamheden en overzicht bewaren wanneer er veel (tegelijk) om hem/haar afkomt.

4.4 Rol 4: Webshopmedewerker

4.4.1 Beschrijving rol webshopmedewerker

De webshopmedewerker is verantwoordelijk voor het plaatsen/ bijhouden van de content van de webshop/ website zodat deze actueel blijft.

De gesprekken geven op dit onderdeel een wisselend beeld. Deze werkzaamheden behoren niet volgens alle gesprekspartners tot de taken en/of de verantwoordelijkheid van de commercieel medewerker. Dit kunnen ook andere functionarissen of afdelingen zijn binnen de organisatie.

In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven.

Tabel 13 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| 1. | De commercieel medewerker beheert in opdracht de online kanalen van de organisatie met productinformatie. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om het plaatsen van nieuwe producten/acties in de webshop, het aanvullen van het bestaande online assortiment met nieuwe informatie/ verbeterde afbeeldingen of het updaten van de FAQ. Hij maakt gebruik van voorgeschreven of aangeleverde content. Hij neemt zo nodig contact op met de marketingmedewerker van de organisatie. Hij plaatst afbeeldingen/video's/andere content. Wanneer van toepassing organiseert hij de foto-/video-opnamen van de producten. |
| 2. | Hij controleert de werking van de webpages, bijvoorbeeld de geplaatste links, en lost voorkomende problemen op. Hij schakelt hiervoor, wanneer nodig, de afdeling ICT in. |
| 3. | Hij archiveert en beheert content volgens afspraak in een systeem voor bestandsbeheer. Hij bekijkt de informatie van de zoekmachineoptimalisatie en bespreekt zijn bevindingen en/of voorstellen voor het veranderen van content met zijn leidinggevende/marketingmedewerker. |

Toelichting tabel

- Deze werkzaamheden behoren niet volgens alle gesprekspartners tot de taken van de commercieel medewerker. Dit kan ook behoren tot het werk van de afdeling marketing en/of I(C)T-afdeling (bijvoorbeeld bij grotere organisaties).
- Dit wordt in de gesprekken niet expliciet benoemd als een standaardtaak van de commercieel medewerker in de verschillende type bedrijven.
- Op basis van de gesprekken blijkt dat het per organisatie verschilt in hoeverre de commercieel medewerker bezig is met de content op websites.

4.4.2 Competenties rol webshopmedewerker

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van webshopmedewerker. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 14 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|--------------------------------|
| 1. | Omgevingsbewust handelen |
| 2. | Schriftelijk communiceren |
| 3. | Omgaan met procedures inzetten |
| 4. | Technologie inzetten |
| 5. | Expertise inzetten |
| 6. | Organiseren van werk |

4.4.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol webshopmedewerker

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden. We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een korte toelichting gegeven.

Tabel 15 Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|---|
| 1. | Kennis van de visie, formule/waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie |
| 2. | Kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 3. | Kennis van de e-commerce marketing- en communicatieactiviteiten van de organisatie inclusief de huisstijl/ het gebruik van sociale media |
| 4. | Kennis van vormen van en organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering |
| 5. | Kennis van de (technische) mogelijkheden van het Content Management Systeem |
| 6. | Kennis van de werking en beïnvloeding van online zoekmachines |
| 7. | Kennis van online beveiliging |
| 8. | Kennis van de procedures op het gebied van privacy/dataverwerking en de wettelijke regelingen wat betreft auteurs-, portret- en merkenrecht |
| 9. | Kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor Content Management Systeem, sociale media, fotobewerking, zoekmachines etc.) |
| 10. | Kennis (eenvoudige) berichten opstellen en klant-, product- en/of markt informatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 11. | kan Arbo-verantwoord werken in relatie tot (persoonlijke) veiligheid, vitaliteit, welzijn, hygiëne en milieu |

Toelichting tabel

6. Op basis van de interviews behoort deze specifieke kennis niet per definitie tot het werk van de commercieel medewerker.

4.1.4 Aanvullende informatie vanuit de gesprekken

Naast de in het bcp beschreven rol, competenties en kennis en vaardigheden zijn door gesprekspartners aanvullende aspecten genoemd of is er nadruk gelegd op bepaalde aspecten die volgens hen voor deze rol van belang zijn, namelijk: flexibiliteit en assertiviteit.

Door e-commerce veranderen werktijden. Het komt steeds vaker voor dat klanten in de avond of in het weekend contact leggen of een vraag hebben. Dit vraagt om flexibiliteit van de commercieel medewerker. Maar ook het duidelijk kunnen aangeven van de eigen grenzen wat betreft werktijden en de mogelijkheden om specifieke problemen op te kunnen lossen.

5 Rollen, competenties, kennis en vaardigheden van de (junior) accountmanager

In dit hoofdstuk staat de beschrijving van het mbo-beroep (junior) accountmanager centraal. Het huidige bcp is voornamelijk gebaseerd op het werkveld binnen de (groot)handel. Daarom hebben we aanvullende kwalitatieve interviews gevoerd met beroepsbeoefenaars bij bedrijven die actief zijn in andere sectoren dan de (groot)handel. Gesprekspartners (zie bijlage 1) zijn bevraagd in welke mate het recent ontwikkelde beroepscompetentieprofiel (bcp) van de (junior) accountmanager aansluit bij de beroepspraktijk.

In het bcp worden de volgende rollen onderscheiden:

1. Relatiebeheerder;
2. Vertegenwoordiger;
3. Commercieel beleidsondersteuner.

Binnen deze rollen wordt in het bcp ingezoomd op een beschrijving van werkzaamheden, vereiste competenties en benodigde kennis en vaardigheden.

Uit de interviews blijkt dat de meerderheid van de gesprekspartners de beschreven rollen in het bcp herkent in de beroepspraktijk. Naast de overeenkomsten zien gesprekspartners ook een aantal (nuance)verschillen. Deze overeenkomsten en verschillen worden in de dit hoofdstuk beschreven. Hierbij hanteren we de structuur van het bcp. De volgende kleurencodering is bij de beschrijving gehanteerd:

| | |
|--|--|
| | Sluit goed aan op de gevraagde rollen en competenties uit andere werkvelden dan de (groot)handel |
| | Sluit gedeeltelijk aan op de gevraagde rollen en competenties uit andere werkvelden dan de (groot)handel |
| | Sluit onvoldoende aan op de gevraagde rollen en competenties uit andere werkvelden dan de (groot)handel |

5.1 Rol 1: Relatiebeheerder

5.2.1 Beschrijving rol relatiebeheerder

| | |
|--|--|
| | <i>De relatiebeheerder is mede verantwoordelijk voor het behouden van duurzame relatie met accounts.</i> |
|--|--|

Deze beschrijving wordt door alle gesprekspartners herkend.

| |
|--|
| In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven. |
|--|

Tabel 16 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| 1. | De (junior) accountmanager verdiept zich in het account. Hij neemt het klantdossier (CRM) en bedrijfsgegevens als visie, strategie, inkoopbeleid en DMU (decision making unit) door en brengt in kaart wat het account wel/ niet heeft afgenomen en met welke marge. Hij bekijkt de mogelijkheden voor het verbeteren en uitbreiden van de relatie, bedenkt adviezen/ initiatieven en bespreekt zijn bevindingen met zijn leidinggevende/het accountteam. Hij stemt met hen af welke acties hijzelf richting het account onderneemt, met wie en met welke doelstelling. |
| 2. | Hij voert vervolgens een advies- en/of verkoopgesprek met het account. Dit kan bestaan uit gesprekken met mogelijk verschillende DMU's. Hij inventariseert en analyseert daarbij de processen in de organisatie, legt zijn bevindingen voor, brengt adviezen uit en kijkt naar de mogelijkheden van de eigen organisatie om geschikte (maatwerk)producten/diensten te leveren. Wanneer noodzakelijk raadpleegt hij zijn leidinggevende/het accountteam en koppelt de verkregen informatie terug. Hij legt de verkregen gegevens en de gemaakte afspraken vast in het CRM systeem. |
| 3. | Hij zorgt, in nauwe samenwerking met de binnendienst, voor de follow-up van de afspraken met het account, bijvoorbeeld het versturen van informatie (zoals specificaties, prijzen, kwaliteitseisen, toepassingsmogelijkheden en levertijden) en/of samples, het doen van een aanbod met prijsberekening en/of |

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| | het opstellen en versturen van een offerte. Voor het aanbod/ de offerte controleert hij de beschikbaarheid (en doorlooptijd) van producten/ diensten. Voor de offerte voert hij calculaties uit, licht hij het aanbod toe, zorgt hij ervoor dat de vraag van de klant wordt beantwoord en neemt hij de voorgeschreven prijs-, leverings- en betalingsvoorwaarden op. Hij legt complexe (of grotere) offertes ter controle voor aan zijn leidinggevende/ accountteam/financieel manager. |
| 4. | Hij bewaakt de geldigheidstermijn van het aanbod/ de offerte en houdt contact met het account. Indien nodig onderhandelt hij, binnen de door de organisatie vastgestelde marges, om een akkoord te krijgen. Bij een akkoord stelt hij (of de binnendienst) een orderbevestiging op en laat deze door de binnendienst verwerken in het systeem (ERP). Hij volgt de afhandeling van het ordertraject, neemt bij (dreigende) problemen/ storingen contact op met het account voor het bespreken van de oplossing. Hij administreert alle contactmomenten en vervolgacties in het digitale systeem (CRM). Bij afronding van het ordertraject evalueert hij het traject met het account en maakt afspraken voor een vervolcontact. |
| 5. | Ook neemt hij meldingen van klachten aan en stelt vragen om de oorzaak van de klacht te achterhalen. Hij zorgt er (samen met de binnendienst voor) dat de melding binnen een bepaalde tijdspanne wordt afgehandeld. Wanneer nodig wint hij advies in bij zijn leidinggevende/ het accountteam en/of stemt hij af met collega's van andere afdelingen (logistiek, technische dienst etc.) om een gerichte oplossing aan te kunnen bieden. Hij houdt hierbij steeds oog voor het behoud van de goede relatie met het account en gaat na of de klacht inderdaad naar tevredenheid is afgehandeld. |

Toelichting tabel

- Gesprekspartners geven aan dat de (junior) accountmanager, naast het klantdossier en bedrijfsgegevens, via het internet naar aanvullende informatie of nieuwe leads zoekt.
- Volgens gesprekspartners zorgt de (junior) accountmanager aanvullend voor demonstraties of presentaties bij klanten.

5.1.2 Competenties rol relatiebeheerder

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van relatiebeheerder. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 17 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|--------------------------|
| 1. | Kantgericht handelen |
| 2. | Beïnvloeden |
| 3. | Analyseren |
| 4. | Financieel handelen |
| 5. | Omgaan met procedures |
| 6. | Omgevingsbewust handelen |

5.1.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol relatiebeheerder

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden.¹¹ We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven.

Tabel 18 Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|----|--|
| 1. | Kennis van de visie, formule/waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie |
| 2. | Kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 3. | Kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten/ plichten van klanten/organisatie |
| 4. | Kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie |
| 5. | Kennis van organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering en strategie |
| 6. | Kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen |
| 7. | Kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie |
| 8. | Kennis van het klachtenbeleid van de organisatie |

¹¹ De kennis en vaardigheden zijn in het bcp ingedeeld conform het Nederlandse kwalificatieraamwerk NLQF. Voor een toelichting hierop verwijzen we naar onderdeel 2. Beschrijving van het beroep in het bcp.

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|--|
| 9. | Kennis van de procedures op het gebied van privacy/dataverwerking |
| 10. | Kennis van de omgang met andere culturen |
| 11. | Kennis van de organisatierichtlijnen voor het gebruik van sociale media |
| 12. | Kan accountanalyses uitvoeren |
| 13. | Kan gespreksstructuren en -technieken toepassen |
| 14. | Kan verkooptechnieken en -argumenten toepassen en inspelen op koop- en weerstandssignalen |
| 15. | Kan informatie presenteren/overdragen |
| 16. | Kan commerciële calculaties uitvoeren |
| 17. | Kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.) |
| 18. | Kan gesprekken voeren, berichten en offertes/ contracten opstellen en klant-, product- en/of markt informatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 19. | Kan klachten afhandelen en omgaan met (potentiële) conflictsituaties |

Toelichting tabel

4. Kennis van communicatie-activiteiten van de organisaties worden niet specifiek genoemd in de gesprekken, dit is organisatie afhankelijk. Organisaties hebben hier speciale afdelingen voor.

18. Aanvullende moderne talen genoemd door gesprekpartners zijn Duits en Spaans.

5.1.4 Aanvullende informatie vanuit de gesprekken

Naast de in het bcp beschreven rol, competenties en kennis en vaardigheden zijn door gesprekpartners aanvullende aspecten genoemd of is er nadruk gelegd op bepaalde aspecten die volgens hen voor deze rol van belang zijn, namelijk: representatief, betrouwbaar en proactief.

- (Junior) accountmanagers zijn extern gericht en moeten er representatief uitzien.
- Op basis van vertrouwen ontstaan duurzame relaties, het creëren van vertrouwen en betrouwbaar handelen bindt klanten.
- Van belang is dat de (junior) accountmanager proactief inspeelt op de wensen en behoeften van de klant.

5.2 Rol 2: Vertegenwoordiger

5.2.1 Beschrijving rol vertegenwoordiger

De vertegenwoordiger is verantwoordelijk voor het vinden en realiseren van nieuwe klanten/ marges conform de gestelde verkooptargets.

Deze beschrijving wordt door alle gesprekpartners herkend.

In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven.

Tabel 19 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|--|
| 1. | De (junior) accountmanager gaat op basis van het marktwerkingsplan aan de slag met het verkrijgen en leggen van contacten met potentiële klanten. Hij breidt zijn netwerk uit en benut dit netwerk voor leads, bemant beurzen en onderzoekt reacties van potentiële klanten op sociale media uitingen van de organisatie. Ook krijgt hij leads van onder andere de binnendienst en andere collega's. |
| 2. | Hij oriënteert zich op de potentiële klanten. Hij verzamelt klantgegevens (bijvoorbeeld visie, strategie, inkoopbeleid, organisatieprocessen en -cultuur, DMU's). Op basis van deze informatie bepaalt hij, al dan niet in overleg met zijn leidinggevende/ het salesteam, de wijze van klantbenadering en wie hij moet benaderen, de doelstellingen van het gesprek en/of het mogelijke aanbod/adviezen. |
| 3. | Hij benadert de potentiële klant via passende communicatie- en klantcontactkanalen voor een contactmoment. Tijdens het contactmoment stelt hij vragen over de situatie/wensen van de klant en presenteert hij de organisatie en de producten/diensten. Hij kwalificeert de klant en inventariseert of een vervolgesprek/-actie perspectief biedt. Indien dit het geval is, overtuigt hij de potentiële klant van het belang van een vervolgesprek/-actie. Hij registreert de gegevens uit het klantcontact in het CRM. |

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|--|
| 4. | Hij voert vervolgens een advies- en/of verkoopgesprek met de potentiële klant. Hij stelt vragen, signaleert behoeften en ziet kansen, geeft adviezen en overtuigt de klant van het belang van een vervolgactie, bezoek of aankoop. Hij zorgt, in nauwe samenwerking met de binnendienst, voor de follow-up van de afspraken met de klant, bijvoorbeeld het versturen van (product)informatie en/of samples, het doen van een aanbod met prijsberekening en/of het opstellen en versturen van een offerte. Voor het aanbod/ de offerte controleert hij de beschikbaarheid (en doorlooptijd) van producten/diensten. Voor de offerte voert hij calculaties uit, licht hij het aanbod toe, zorgt hij ervoor dat de vraag van de klant wordt beantwoord en neemt hij de voorgeschreven prijs-, leverings- en betalingsvoorwaarden op. Hij legt complexe offertes voor aan zijn leidinggevende/ het salesteam/financieel manager en bespreekt de onderhandelingsruimte. |
| 5. | Hij bewaakt de geldigheidstermijn van het aanbod/de offerte en houdt contact met de klant. Indien nodig onderhandelt hij, binnen de door de organisatie vastgestelde marges, om een akkoord te krijgen. Na instemming van de klant stelt hij (of de binnendienst) een orderbevestiging op en laat deze door de binnendienst verwerken in het systeem (ERP). Hij volgt de afhandeling van het ordertraject, neemt bij (dreigende) problemen/storingen contact op met de klant voor het bespreken van de oplossing. Hij administreert alle contactmomenten en vervolgacties in het digitale systeem (CRM). Bij afronding van het ordertraject evalueert hij het traject met de klant en maakt afspraken voor een vervolgcontact. |
| 6. | Ook neemt hij meldingen van klachten aan en stelt vragen om de oorzaak van de klacht te achterhalen. Hij zorgt er (samen met de binnendienst voor) dat de melding binnen een bepaalde tijdspanne wordt afgehandeld. Wanneer nodig wint hij advies in bij zijn leidinggevende/het salesteam en/ of stemt hij af met collega's van andere afdelingen (logistiek, technische dienst etc.) om een gerichte oplossing aan te kunnen bieden. Hij houdt hierbij steeds oog voor het behoud van de goede relatie met de klant. Hij gaat na of de klacht inderdaad naar tevredenheid is afgehandeld. |

Toelichting tabel

1. Aanvullend wordt door enkele bedrijven het verzorgen en/of coördineren van benodigde diensten voor een evenement genoemd. Bijvoorbeeld catering, technische ondersteuning, conferentiefaciliteiten, vervoer, parkeergelegenheid, aankleding en overnachtingsmogelijkheden. Maar ook het bedenken en uitvoeren van promotie- en marketingactiviteiten, in samenwerking met marketing- en PR-medewerkers.

5.2.2 Competenties rol vertegenwoordiger

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van vertegenwoordiger. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 20 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|--------------------------|
| 1. | Beïnvloeden |
| 2. | Klantgericht handelen |
| 3. | Netwerken |
| 4. | Flexibel handelen |
| 5. | Doorzetten |
| 6. | Omgevingsbewust handelen |
| 7. | Besluit nemen |

5.2.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol vertegenwoordiger

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden. We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven.

Tabel x Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|----|--|
| 1. | Kennis van de visie, formule/waardecreatie en organisatiestructuur van de organisatie |
| 2. | Kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 3. | Kennis van de algemene verkoopvoorwaarden en rechten/ plichten van klanten/organisatie |
| 4. | Kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie |
| 5. | Kennis van organisatieprocedures (gedragscode) voor klantbenadering en strategie |
| 6. | Kennis van communicatie- en klantcontactkanalen |
| 7. | Kennis van de fasen van een verkoopgesprek en koopgedrag bevorderende factoren |

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|--|
| 8. | Kennis van de organisatie-eisen ten aanzien van offertes, contracten en facturen |
| 9. | Kennis van de distributievormen en betaalsystemen van de organisatie |
| 10. | Kennis van het klachtenbeleid van de organisatie |
| 11. | Kennis van de procedures op het gebied van privacy/dataverwerking |
| 12. | Kennis van de omgang met andere culturen |
| 13. | Kennis van de organisatierichtlijnen voor het gebruik van sociale media |
| 14. | Kan gespreksstructuren en -technieken toepassen |
| 15. | Kan verkooptechnieken en -argumenten toepassen en inspelen op koop- en weerstandssignalen |
| 16. | Kan informatie presenteren/overdragen |
| 17. | Kan commerciële calculaties uitvoeren |
| 18. | Kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.) |
| 19. | Kan gesprekken voeren, berichten en offertes/ contracten opstellen en klant-, product- en/ of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 20. | Kan klachten afhandelen en omgaan met (potentiële) conflictsituaties |
| 21. | Kan Arbo-verantwoord werken in relatie tot (persoonlijke) veiligheid, vitaliteit, welzijn, hygiëne en milieu |

5.2.4 Aanvullende informatie vanuit de gesprekken

Naast de in het bcp beschreven rol, competenties en kennis en vaardigheden zijn door gesprekspartners aanvullende aspecten genoemd of is er nadruk gelegd op bepaalde aspecten die volgens hen voor deze rol van belang zijn, namelijk: commercieel vermogen en commercieel onderhandelen. Het betekent dat de (junior) accountmanager goed kan inspelen op de wensen en behoefte van de klant zonder de organisatiedoelen en resultaten uit het oog te verliezen. In de verleende service tegenover klanten maakt de (junior) accountmanager goede inschattingen over wat haalbaar en realiseerbaar is op korte en lange termijn.

5.3 Rol 3: Commercieel beleidsondersteuner

5.3.1 Beschrijving rol commercieel beleidsondersteuner

De commercieel beleidsondersteuner is verantwoordelijk voor het bijdragen aan de oplossing van (commerciële) vraagstukken en aan het opstellen van commercieel beleid

Deze beschrijving wordt door gesprekspartners herkend indien het gaat om het *leveren van een bijdrage* aan commerciële vraagstukken en het *leveren van een bijdrage* aan het opstellen van commercieel beleid. De Junior accountmanager is niet (eind)verantwoordelijk voor het opstellen van commercieel beleid. Dit valt volgens gesprekspartners vaker onder de verantwoordelijkheid van andere functionarissen en/of de marketingafdeling.

In het bcp is de beschrijving van de rol uitgewerkt in verschillende onderdelen (werkzaamheden). We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Aansluitend aan de tabel wordt hierop een toelichting gegeven.

Tabel 21 Aansluiting onderdelen rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| 1. | De (junior) accountmanager onderzoekt, al dan niet in samenwerking met andere afdelingen (zoals marketing), de ontwikkelingen in de markt door middel van fieldresearch, marktverkenningen en concurrentie analyses. Ook houdt hij (onder andere in gesprekken met klanten en leveranciers) oog voor relevante informatie over (potentiële) klanten, producten en diensten, de concurrentie en de ontwikkelingen in de branche en regio. Hij legt alle informatie vast in het (digitale) systeem en koppelt de informatie terug aan zijn leidinggevende/ het salesteam. Hij werkt mee aan het opstellen van (financieel onderbouwde en gestructureerde) voorstellen voor verkoop- en marketingbeleid. Hij denkt bijvoorbeeld mee over nieuwe productmarktcombinaties, marketingacties en content op sociale media (infotainment). |
| 2. | Daarnaast ondersteunt hij het salesteam bij het opstellen, evalueren, uitvoeren en bijstellen van account-, verkoop- of actieplannen. Hiervoor doet hij onder andere onderzoek naar de resultaten van accounts en klanten, brengt de gerealiseerde omzet, kosten en marges van iedere account/klant in kaart en stelt rapportages op. |

| | Beschrijving onderdelen/werkzaamheden rol |
|----|---|
| 3. | Naar aanleiding van zijn ervaringen met het ordertraject (de storingen), de klachten van klanten en de (opvallende) reviews op sociale media signaleert hij knelpunten en efficiëntiebeperkingen en stelt hij verbetervoorstellen op die hij bespreekt met zijn leidinggevende. |
| 4. | Hij streeft ernaar om een expert te worden op het gebied van de producten en diensten van de organisatie, neemt deel aan sales en management trainingen en leert (snel) werken met nieuwe software/systemen. |

Toelichting tabel

- Als aanvulling wordt het volgende genoemd: De (junior) accountmanager signaleert en rapporteert veranderingen in het marktsegment.
- Dit wordt vaker in samenwerking en afstemming binnen het salesteam uitgevoerd.

5.3.2 Competenties rol commercieel beleidsondersteuner

In het bcp is een aantal competenties gekoppeld aan de rol van commercieel beleidsondersteuner. We geven steeds aan in welke mate dit herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven. Voor de volledige beschrijving van de competenties verwijzen we naar het bcp.

Tabel 22 Aansluiting competenties rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Competenties bcp |
|----|---------------------------|
| 1. | Ondernemen |
| 2. | Analyseren |
| 3. | Expertise inzetten |
| 4. | Samenwerken |
| 5. | Schriftelijk communiceren |
| 6. | Omgevingsbewust handelen |

5.3.3 Benodigde kennis en vaardigheden rol commercieel beleidsondersteuner

In het bcp wordt - gekoppeld aan de rol - een beschrijving gegeven van de benodigde kennis en vaardigheden. We geven steeds aan in welke mate deze herkend wordt door de geïnterviewde bedrijven.

Tabel 23 Aansluiting kennis en vaardigheden rol conform bcp op basis van input geïnterviewde bedrijven

| | Benodigde kennis en vaardigheden bcp |
|-----|--|
| 1. | Kennis van de visie, formule/waarde creatie en organisatiestructuur van de organisatie |
| 2. | Kennis van het (on- en offline) assortiment, diensten, bijbehorende services (zoals verzekeringen) en het prijsbeleid van de organisatie |
| 3. | Kennis van de (e-commerce) marketing- en communicatie-activiteiten van de organisatie |
| 4. | Kennis van de inhoud van een accountplan |
| 5. | Kennis van de inhoud van een marketingplan |
| 6. | Kennis van de organisatierichtlijnen voor het gebruik van sociale media |
| 7. | Kennis van de samenhang tussen marketing, marktwerking en verkoop |
| 8. | Kennis van het kwaliteitsbeleid van de organisatie |
| 9. | Kennis van kengetallen en kostenberekening van acquisitie- en verkoopactiviteiten |
| 10. | Kennis van marketingbegrippen en -instrumenten binnen het commerciële werkgebied |
| 11. | Kennis van markt-, product-/dienst-, klant- en organisatieontwikkelingen binnen de relevante branche/sector |
| 12. | Kan commerciële calculaties uitvoeren |
| 13. | Kan data-verzamelmethode (voor marktonderzoek) kiezen en toepassen |
| 14. | Kan informatie presenteren/overdragen |
| 15. | Kan marktomvang, -potentieel, -aandeel en servicegraad berekenen |
| 16. | Kan rapportages opstellen en klant-, product- en/of marktinformatie lezen, ook in het Engels en in een andere moderne vreemde taal |
| 17. | Kan vlot werken met gangbare computersystemen en (software)pakketten (voor klantenbestand, bestellingen, betaalsystemen, sociale media etc.) |

6 Samenvattende conclusies

Deze verkenning vormt een aanvulling op de door KC Handel recent ontwikkelde beroepscompetentieprofielen (bcp's) voor commercieel medewerker en junior accountmanager (november 2020). De bcp's zijn voornamelijk gebaseerd op beroepen in de (groot)handel. SBB heeft deze bcp's als basis genomen en een verkenning uitgevoerd naar de mate waarin de bcp's ook herkenbaar zijn voor het werkveld in sectoren buiten de (groot)handel. In deze rapportage zijn de resultaten op basis van 21 kwalitatieve interviews, een werksessies met adviseurs praktijkleren, de analyse van leerbedrijven (SBI-indeling) en deskresearch, uiteengezet.

Trends en ontwikkelingen

Er is een zestal trends beschreven dat (in)direct impact heeft op het werk(veld) van de commercieel medewerker en (junior) accountmanager. De mate van impact is bedrijf- en sector gebonden, maar de trends en ontwikkelingen hebben allen in de basis impact op deze mbo-beroepen. Zowel wat betreft de inhoud van de (toekomstige) werkzaamheden, als het bijbehorende werk- en denkniveau. De beschreven trends zijn:

- E-commerce en digitalisering;
- Veranderende klant;
- Ketenverschuiving en schaalvergroting;
- Big en smart data;
- Duurzaamheid;
- COVID-19.

Bij het onderhoud van de kwalificaties verdienen deze trends en de impact ervan aandacht. Zij vormen een aanvulling (verdieping) op de ontwikkelde bcp's. In maart 2021 verschijnt het nieuwe SBB Trendrapport voor de sectorkamer Handel. Hierin worden bovengenoemde trends uitgebreid beschreven.

Werkveld, werkomgeving en loopbaanperspectief

- Uit gesprekken komt naar voren dat de commercieel medewerker veelal intern ter ondersteuning van het accountmanagement en de afdeling sales werkzaam is. Hij/zij heeft veelal een ondersteunende functie in werkzaamheden op het gebied van aftersales, acquisitie, verkoop, klantcontact- en relatiebeheer, analyse en beheer, marketing en e-commerce of webshop.
- De (junior) accountmanager is verantwoordelijk voor het accountmanagement. Hij/zij houdt zich bezig met het werven van nieuwe klanten, het adviseren omtrent marktontwikkelingen en kansen en geeft advies over hoe klanten hun prestaties kunnen verbeteren en/of kosten kunnen besparen. Hij/zij houdt zich bezig met presales, acquisitie en sales, relatiebeheer, accountmanagement en productontwikkeling.
- De mbo-beroepen commercieel medewerker en de (junior) accountmanager hebben brede doorgroei-mogelijkheden. Het beeld dat in de bcp's geschetst wordt, komt overeen met het beeld uit de interviews.

Vereist werk- en denkniveau

- Op basis van de interviews blijkt dat het merendeel van de commercieel medewerkers een mbo-opleidingsniveau heeft. Het is denkbaar dat in de toekomst vaker een mbo-plus-niveau of hbo-werk- en denkniveau wordt gevraagd. Dit is mede afhankelijk van de omvang van het bedrijf en het gevolg van een grotere (toegenomen) verantwoordelijkheid en de uit te voeren werkzaamheden (veeleisender).
- Op basis van de interviews blijkt dat een groot aantal (junior) accountmanagers een mbo-vooropleiding heeft. Maar zij worden door hun werkervaring en persoonlijke ontwikkeling momenteel ingeschaald op hbo-werk- en denkniveau. In vacatures en functieprofielen wordt vaker een hbo-werk- en denkniveau of mbo-plus-niveau gevraagd. Dit heeft te maken met het werk dat in complexiteit toeneemt, de (junior) accountmanager opereert dan meer als businesspartner en/of consultant.
- De omvang en het type bedrijf waarin de commercieel medewerker en de (junior) accountmanager werkzaam zijn, leidt tot verschillen in het gevraagde werk- en denkniveau. Dit geldt met name voor de (junior) accountmanager die een bandbreedte heeft van mbo- tot hbo-werk- en denkniveau.
- In sectoren buiten de groothandel is specifieke productkennis vaker een must om het werk als commercieel medewerker of (junior) accountmanager goed uit te kunnen voeren.

Rollen, competenties, kennis en vaardigheden

In de bcp's van KC Handel worden de volgende rollen onderscheiden:

Rollen commercieel medewerker:

1. Medewerker verkoop en klantencontact;
2. Commercieel administratief medewerker;
3. Commercieel ondersteuner;
4. Webshopmedewerker.

Rollen junior accountmanager:

1. Relatiebeheerder;
2. Vertegenwoordiger;
3. Commercieel beleidsondersteuner.

Uit de interviews blijkt dat de beschreven rollen met bijbehorende werkzaamheden, competenties, kennis en vaardigheden in grote mate worden herkend door gesprekspartners buiten de (groot)handel.

- De belangrijkste aandachtspunten bij de commercieel medewerker betreffen de rol 'webshopmedewerker'. De interviews geven op dit onderdeel een wisselend beeld. Niet alle werkzaamheden binnen deze rol behoren volgens alle gesprekspartners tot de taken en/of de verantwoordelijkheid van de commercieel medewerker. Dit kunnen ook andere functionarissen of afdelingen zijn binnen de organisatie.
- De belangrijkste aandachtspunten bij de (junior) accountmanager betreffen de rol 'commercieel beleidsondersteuner'. Deze beschrijving wordt door gesprekspartners herkend indien het gaat om het *leveren van een bijdrage* aan commerciële vraagstukken en het *leveren van een bijdrage* aan het opstellen van commercieel beleid. De (junior) accountmanager is niet (eind)verantwoordelijk voor het opstellen van commercieel beleid.
- Door gesprekspartners is een aantal aanvullingen genoemd op de ontwikkelde bcp's, zoals verwerkt in hoofdstuk vier en vijf. Dit betreft met name een focus op specifieke vaardigheden of houdingsaspecten. Er zijn geen aanvullende rollen benoemd.

Onderhoud kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager

De informatie uit de recent ontwikkelde bcp's, de bevindingen uit dit onderzoek/rapport en het SBB Trendrapport dat in maart 2021 wordt opgeleverd, vormen een goede basis voor het (inhoudelijk) onderhoud van de kwalificaties Commercieel medewerker en (Junior) accountmanager. Het geeft een duidelijk beroepsbeeld en onderbouwde beroepeninformatie binnen en buiten de (groot)handel.

Bespreking en vervolg

Op basis van de beschikbare informatie uit deze verkenning en de ontwikkelde bcp's wordt besproken of de informatie voldoende is voor het onderhoud van de kwalificaties of dat vervolgonderzoek nodig (en mogelijk) is. Hiertoe is een extra online bijeenkomst met het marktsegment Commerce, internationale handel/groothandel georganiseerd op 9 maart 2021 om 15.00u. Het marktsegment brengt advies uit aan de sectorkamer Handel.

In het onderzoeksplan is deze go/no go stap als volgt geformuleerd: "De resultaten van het onderzoek worden in een werksessie gepresenteerd aan relevante afgevaardigden van de betrokken marktsegmenten en/of sectorkamer Handel. Zij worden in een (online) bijeenkomst actief betrokken om de resultaten om te zetten naar vervolgacties en/of advies met betrekking tot (het onderhoud van) de kwalificaties. Voorafgaand aan de werksessie krijgen deelnemers het rapport, het programma van de werksessie en een toelichting op de eventuele voorbereiding toegestuurd. Hiertoe wordt ruim van tevoren afstemming gezocht en deelnemers worden tijdig uitgenodigd.

Vervolgstappen kunnen nodig zijn indien de resultaten nog onvoldoende houvast geven en/of er discussie is over de bruikbaarheid van de tot dusver verkregen resultaten. Bijvoorbeeld omdat de verschillen tussen de sectoren nog beter in kaart gebracht moeten worden of omdat de (junior) accountmanager goeddeels op hbo-niveau gesitueerd wordt en/of er onduidelijkheid bestaat over dit beroep. Afgevaardigden kunnen hun wensen en advies kenbaar maken voor eventueel vervolgonderzoek. Onderzoekers zullen de opbrengsten, voor- en nadelen hiervan toelichten. Eventuele vervolgstappen worden door de onderzoekers afgestemd met de stuurgroep Onderzoek, die besluit of deze vervolgstappen worden ingezet."

Bijlage 1 Overzicht gesprekpartners

Diepte-interviews beroepenonderzoek

| Organisatie | SBI-indeling |
|------------------------------------|--|
| 1. Jumo Meet en Regeltechniek B.V. | Industrie |
| 2. Quik's Potato Products B.V. | Industrie |
| 3. Athlon Car Lease Nederland B.V. | Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening |
| 4. Construsoft BV | Informatie en communicatie |
| 5. ABC-housing | Verhuur van en handel in onroerend goed |
| 6. Atama Solar Energy BV | Bouwnijverheid |
| 7. Double u | Financiële instellingen |
| 8. Unie Assurantie | Financiële instellingen |
| 9. BijHoen Fitness & Wellness | Cultuur, sport en recreatie |
| 10. De Efteling B.V. | Cultuur, sport en recreatie |
| 11. Stichting Yona Foundation | Gezondheids- en welzijnszorg |
| 12. Burgerzorg | Gezondheids- en welzijnszorg |
| 13. FONQ | Detailhandel |

Interviews trendonderzoek

| Experts trendonderzoek |
|--------------------------|
| 1. SKOR |
| 2. Evofenedex |
| 3. Rabobank |
| 4. Suplacon |
| 5. GJK Food Trading B.V. |