Vak: Account- & Relatiemanagement — credits: 5

Vakcode	CELB26ARM
Naam	Account- & Relatiemanagement
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra
Werkvormen	Individueel
Toetsen	Account- & Relatiemanagement - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

1. **Analyseren van accounts en stakeholders**
   De student analyseert bestaande accounts door relevante stakeholders, besluitvormingsstructuren (DMU) en belangen systematisch in kaart te brengen.
2. **Ontwikkelen van een account- en relatiestrategie**
   De student ontwikkelt een onderbouwde accountstrategie gericht op het versterken van klantrelaties en het vergroten van klantwaarde op de middellange tot lange termijn.
3. **Relatiegericht communiceren en beïnvloeden**
   De student communiceert professioneel met verschillende stakeholders binnen een account en past beïnvloedings- en onderhandelingstechnieken toe die bijdragen aan duurzame samenwerking.
4. **Creëren en onderbouwen van klantwaarde**
   De student identificeert kansen voor cross- en upselling en onderbouwt deze met behulp van klantwaardeconcepten zoals Customer Lifetime Value en strategische fit.
5. **Inzetten van CRM en data in accountmanagement**
   De student gebruikt CRM-systemen en beschikbare klantdata om accountinformatie te structureren, relaties te monitoren en commerciële beslissingen te onderbouwen.
6. **Samenwerken binnen de organisatie ten behoeve van accounts**
   De student stemt commerciële activiteiten af met interne stakeholders (marketing, operations, finance) om accountdoelstellingen effectief te realiseren.
7. **Reflecteren en professioneel handelen**
   De student reflecteert kritisch op het eigen handelen als accountmanager, verwerkt feedback en handelt volgens professionele, ethische en juridische richtlijnen.

Inhoud

Inhoud:

Account- en relatiemanagement richt zich op het strategisch beheren en ontwikkelen van klantrelaties, met name in B2B-contexten. Bij dit vak ligt de nadruk op langetermijnwaarde en strategische klantsturing.
Onderdelen zijn:

- Accountanalyse (klantstructuur, DMU, belangen en macht)
- Relatiemanagement & klantwaarde (Customer Lifetime Value, key accounts)
- Key Account Management (KAM)
- Strategische salesplanning
- Stakeholdermanagement
- Cross- en upselling vanuit relatieperspectief
- Contract- en prijsafspraken
- CRM en datagedreven accountbeheer
- Internationale en interculturele relaties
- Ethiek en compliance in B2B-relaties

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.