

Masterclass Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat hoog op de agenda van veel organisaties. Voor Business School Nederland reden om rondom dit thema een nieuwe masterclass te ontwikkelen. Op 6 en 7 oktober komen vijf sprekers aan het woord, die ieder vanuit een andere invalshoek hun licht werpen op MVO.

Op dit moment gooit prof. dr. Michael Braungart hoge ogen met zijn wereldwijde bestseller 'Cradle to Cradle'. In dit boek pleit hij voor meer consumeren. En dat klinkt vreemd, naast de veelgehoorde pleidooien voor reductie en recyclen. Wij zijn dan ook trots dat hij komt spreken tijdens de masterclass, en hier laat zien hoe zijn opmerkelijke standpunten bijdragen aan duurzaamheid. Daarnaast staan op de affiche: Wouter van Dieren, voormalig vice-voorzitter van de Internationale Adviesraad van het Wuppertal Instituut in Duitsland en thans lid van de Club van Rome en de World Academy for Art and Science, Prof. dr. Lucas C.P.M. Meijs, bijzonder hoogleraar Vrijwilligerswerk, Civil Society en Maatschappelijk Betrokken Ondernemen aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en Bart Jan Krouwel, directeur Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen van Rabobank Nederland.

Kijk voor meer informatie op www.bsn.eu



Een vergeten vakgebied



Sales- en accountmanagement is een vakgebied waarin tienduizenden werkzaam zijn, maar waarvoor de meesten slechts op vaardigheidsniveau zijn opgeleid. Een enkeling heeft een op inzicht geënte opleiding genoten. In de collegezaal blijkt dan ook vaak dat sales- en accountmanagers met een ordentelijke vooropleiding op hbo+ -niveau en die werken voor zeer gerenommeerde ondernemingen, feitelijk inzicht in de onderliggende mechanismen van het vakgebied ontberen. Blijkbaar worden ze geacht dat soort zaken in de praktijk te leren. Welnu, dat blijkt niet altijd zo te werken. Voortschrijdend inzicht is hier niet helemaal van toepassing.

Het vak houdt zich diepgaand bezig met het koopproces en koopmotieven van de klant en de begeleiding daarbij door de sales- en accountmanager. Laten we als eerste kijken naar het koopproces op zakelijke / BtoB-markten. Het vraagt heel wat abstract denkvermogen om zonder opleiding te doorzien hoe dit zeer complexe koopproces in elkaar zit. Daarnaast wordt van de sales- en accountmanager gevraagd dit koopproces in al haar stadia te begeleiden. Vaak binnen een uit meerdere personen samengesteld buying center, waarin de spelers vanuit een verschillende rol en vanuit een verschillende persoonlijke optiek naar een ingrijpende aankoop meekijken.

Ervaring wordt gebruikt als kennis voor toekomstig handelen. Van belang daarbij is dat deze ervaring niet te snel verouderd. En dat is juist wat wel gebeurt. Het tempo waarin marktmechanismen, koopmotieven e.d. wijzigen geeft de vergankelijkheid aan van opgedane ervaring. Ervaring wordt daarbij eerder een struikelblok dan een bron van kennis en inspiratie voor toekomstig handelen. Het vakgebied vereist daardoor doorlopende aanpassing en vernieuwing van inzichten.

Het vak kenmerkt zich door veelvuldige omgang met personen van wie men iets gedaan wil krijgen. Niet alleen bij de klant, maar ook in de eigen organisatie, om te effectueren wat met de klant is afgesproken. Gedegen kennis van de mens en wat hem/haar drijft is daarbij onontbeerlijk. Wat voor mensenkennis doen we dan eigenlijk op in de praktijk? Onlangs hield ik een simpele test onder studenten. Hierin vroeg ik mensen die langdurig met elkaar studeren van één, door henzelf geselecteerd persoon uit de groep, een wat uitgebreidere karakterbeschrijving te geven. De uitkomst heeft mij tot de conclusie gebracht dat een gedegen opleiding in het vakgebied der psychologie voor de meeste sales- en accountmanagers geen overbodige luxe is.

Het zal u niet ontgaan zijn dat ik een lans wil breken voor een gedegen en diepgaande opleiding sales- en accountmanagement. In dit verband mag ik u wellicht wijzen op de Masterclass Sales- en Accountmanagement die op 22 en 23 november wordt georganiseerd. Een aantal van bovengenoemde onderwerpen komt daarin aan de orde. Ik hoop u te zien.

Mr. drs. Bert Duijnste
docent Marketing en Sales- en Accountmanagement