Top of Form

Strategisch Account Canvas Organisatie:       Datum:

Bottom of Form

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Klant Informatie*Type instelling:     Trend in de sector:     Missie van organisatie:     Evolutie binnen organisatie:     Uitdagingen organisatie     Prioritaire doelen     Strategische projecten     Doen beroep op externe diensten omdat:      | *Klant Historiek*Datum eerste samenwerking:     Reden van samenwerking:     Primaire contactpersoon:      | *DMU*Goedkeurder     Actie:      Beslisser     Actie:      Beïnvloeder     Actie:      Supporter     Actie:      Blokker     Actie:       | *SWOT relatie klant/wij*Sterktes     Zwaktes      | Commerciële doelenUpsell bestaande diensten:     Cross sell andere diensten:     Tender     Client Intimacy:  A [ ]  B [ ]  C [ ]  D[ ]  Omzet doelen:Aantal product/dienst 1:     Aantal product/dienst 2:     Aantal product/dienst 3:     Kwantitatief doel:      |
| *Huidige samenwerking*Totale recrutering uitgaven:     Ons deel:     Huidige diensten:     Actieve concurrenten     Reden samenwerking concu      | Opportuniteiten     Bedreigingen      |
| *Organigram DMU*      | *Noden, wensen en belangen DMU*Goedkeurder:      Beslisser:      Beïnvloeder:      Supporter:      Blokker:       |
| *Strategie*Account strategie:      Service level:      Communicatie plan:      Bezoekfrequentie:      Prijs politiek:      Relatie aanpak:      Account team:       | *Account plan – Acties*Met betrekking tot DMU:      Timing:      Gewenste output:      Cross- en upselling:      Timing:      Gewenste output:      Met betrekking tot SWOT:      Timing:      Gewenste output:      Anderen:       |

 Top of Form