



MANAGEMENT



.....

BEN MASTBOOM

Sales moet op global niveau kunnen acteren

SOCIAL MEDIA: MODERNE LIJM VOOR DE KLANT
MEER SALESPOWER VOOR TECHNISCHE DIENSTVERLENERS
SALES ALS KLANTHELD IN DE KLANTREIS

Ben Mastboom (SMEI Europe) over internationale salesprofessionalisering

Sales moet op global niveau kunnen acteren

DE SMEI IS 'S WERELDS GROOTSTE SALES- EN MARKETINGASSOCIATIE. NA DE VERENIGDE STATEN EN AZIË RICHT DE SMEI HAAR PIJLEN NU OP EUROPA, OM SALES EN MARKETING OP EEN HOGER NIVEAU BRENGEN. NU HET PODIUM STEEDS PROFESSIONELER EN INTERNATIONALER WORDT, ZULLEN OOK NEDERLANDSE BEDRIJVEN EN SALES PROFESSIONALS BETER MOETEN KUNNEN LATEN ZIEN DAT ZE PROFESSIONALS ZIJN, STELT BEN MASTBOOM, SENIOR VICE PRESIDENT SMEI EUROPE.

Interview **THIJS VERHEES** Tekst **LOUISE I.E. VAN BORSELEN-ROERING** Beeld **ESTHER SCHENK**

De SMEI (Sales & Marketing Executives International) is 's werelds grootste sales- en marketingassociatie. Tot nu toe vooral sterk vertegenwoordigd in de Verenigde Staten en Azië, maar nog niet in Europa. Inmiddels is het tijd de vleugels ook hier uit te slaan. De SMEI is in Nederland al wel enigszins bekend door haar partnership met de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN), maar gaat zich nu pas echt profileren. Mastboom: "Het werd tijd, want de SMEI bestaat al sinds 1936. Gezien de ontwikkelingen is het nu het juiste moment om vanuit Nederland Europa te ontginnen."

KRACHTEN BUNDELEN

Hoe is de SMEI eigenlijk ontstaan? "We gaan terug naar 1935; de tijd dat *Thomas J. Watson* IBM groot maakte. Watson was een van de eerste verkopers die 'solution selling' toepaste, hoewel we dat toen nog niet zo noemden. Hij was zijn tijd ver vooruit en erg succesvol. Zoals iedereen weet, is IBM uitgegroeid tot een van de grootste ondernemingen ter wereld. Amerika was volop in ontwikkeling en er waren overal lokale salesmanagementassociaties. Watson en *Raymond Bill*, de uitgever van het Amerikaanse blad *Sales Management*, riepen de associaties samen in het prestigieuze Waldorf Astoria in New York.

Daar hebben ze, zoals het tegenwoordig heet, Sales & Marketing Executives International opgericht, om de krachten te bundelen. En van daaruit is 's werelds grootste sales- en marketingassociatie ontstaan."

ONDERSCHIEDEND

Nederland kent associaties als het NIMA (Nederlands Instituut voor Marketing) en de SMA (Sales Management Association). Wat onderscheidt de SMEI? "Allereerst zijn sales en marketing niet twee aparte competenties. Ze kunnen niet zonder elkaar; in ieder geval niet in een business-to-business-omgeving.

Om op topniveau te acteren moet je je permanent ontwikkelen

Het is veel beter deze competenties te bundelen in één organisatie. Daarnaast is de SMEI de eerste associatie die de ontwikkeling van het vak dermate serieus heeft genomen, dat ze in 1980 is begonnen met het creëren van certificeringsprogramma's voor de

titels Senior-Accountmanager en Salesmanager/Salesexecutive. Prachtige programma's, die inmiddels bijna 35 jaar draaien en wereldwijd worden gerespecteerd. Wat blijkt uit organisaties als HP, Xerox en de Bank of China, waarvan de salesprofessionals zich graag door SMEI laten certificeren. Ook de leidende universiteiten in de wereld laten hun salesleadershipprogramma's accrediteren door SMEI. Waaronder bijvoorbeeld de University of British Columbia; die staat in de top 50 ranking van de wereld als universiteit. Dat is al 30 à 40 plaatsen hoger dan de meest prestigieuze universiteiten in Nederland. Als leidende universiteiten hun programma's laten accrediteren door de SMEI in plaats van vice versa, zegt dat iets over de kwaliteit van de programma's. En dat is met name de grote onderscheidende waarde ten opzichte van andere associaties."

KEURMEESTER

Net als een NIMA of SMA is SMEI ontstaan vanuit bijeenkomsten, waar informatie werd uitgewisseld. De associatie heeft zich echter doorontwikkeld als een soort internationale keurmeester. Mastboom: "En wel op een dermate hoog niveau dat de SMEI eigenlijk de enige instantie is om, in ieder geval binnen het salesdomein – voor marketing

COVERSTORY

ligt dat anders, te kunnen verifiëren of iemand echt een salesprofessional is. De registertitels zijn een label; een bedrijf weet dan dat het te maken heeft met iemand die het vak serieus neemt.”

Waarom ligt het voor marketing anders? “Marketing is al verder doorontwikkeld. In Nederland hebben we het NIMA, dat binnen het marketingdomein goede programma’s voor registertitels heeft. De European Marketing Confederation (EMC) ziet daarop toe, echter op Europees niveau. Het sales- en marketingdomein is echter globaler dan ooit; als jij met een NIMA-titel in de Verenigde Staten komt of ergens anders, dan herkennen en erkennen ze die titel niet zo snel, al hoor je mij niet zeggen dat de kwaliteit ervan meer of minder is. De registertitels van SMEI worden daarentegen wel *wereldwijd* erkend. Kijken we naar het salesdomein, dan is dat een heel ander verhaal. We zijn momenteel intensief in gesprek met een Fortune top 100 bedrijf, dat op zoek is naar een goed certificeringsprogramma om hun 10.000 salesprofessionals aan te onderwerpen en hun eigen university aan te toetsen. De SMEI is momenteel



Ben Mastboom

Ben Mastboom is CEO van de Mastboom Group en Senior Vice President van SMEI Europe. Sales & Marketing Executive International is met meer dan 10.000 leden 's werelds grootste sales- en marketingassociatie. En is de enige associatie die op zowel marketing- als salesdomein wereldwijd gerespecteerde registertitels verstrekt.

de enige associatie die daarin kan voorzien.”

BRUGGENHOOFD

SMEI heeft jou benoemd tot Senior Vice President van SMEI Europe. Waarom hebben ze jou uitgekozen om als bruggenhoofd voor Europa te fungeren? “Toen ik verhuisde naar de Verenigde Staten, waar ik de afgelopen acht jaar gewoond en gewerkt heb, ben ik daar lid geworden van de SMEI. Uiteindelijk ben ik daar in het hoofdbestuur terechtgekomen. Met de ervaring die ik zelf al had als bestuurslid van de SMA, in de beginjaren van deze eeuw, zag ik de toegevoegde waarde die de SMEI zou kunnen hebben in Europa, en met name in Nederland. En zo komen er twee dingen samen: Nederland is toch een beetje het bruggenhoofd van Europa. Ik ben zelf Nederlander en tegenwoordig woon ik weer in Nederland en ik doe van hieruit mijn werk. Dan is het de meest logische stap om SMEI Europe vanuit Nederland op te starten om vervolgens Europa verder te ontginnen.”

Maar deze samenloop is niet de voornaamste reden voor de keuze voor Nederland. “Ons Bruto Nationaal Product is voor 70% afhankelijk is van buitenlandse handel; Nederland is dus bij uitstek het land dat er belang bij heeft om internationaal gecertificeerde salesprofessionals te hebben. Het maakt daarbij niet uit of je nu bij een bedrijf werkt dat nationaal of internationaal actief is. Want de bedrijven die nationaal actief zijn, doen waarschijnlijk zaken met bedrijven die internationaal actief zijn. Dus de kans dat je bij het internationale domein betrokken bent, is bijzonder groot. Nederland heeft daarmee een groot belang om salesprofessionals in zo'n internationaal geaccrediteerd traject mee te nemen. Daarna komt Duitsland als eerste in zicht, gezien zijn export vanuit de maakindustrie”, licht Mastboom toe.

KWALITEITSNORM

Hebben we in Nederland dan een cultuur waarin we moeten aantonen, dat we aan een zekere kwaliteitsnorm voldoen? “Dit kun je bezien van uit het individu en vanuit het bedrijf. Laten we beginnen met het individu. Als je als salesprofessional wilt accelereren, wil je allereerst beschikken over de

Het belang van internationale certificering wordt steeds groter

beste en de meest universele kennis die er op jouw vakgebied is. Sales is niet beperkt tot Nederland; het strekt zich uit over de hele wereld. Je hebt er als salesprofessional alle belang bij je te richten op het grote internationale domein om die kennis te verkrijgen, in plaats van je alleen te richten op de partijen die op de Nederlandse markt actief zijn. Dan doe je jezelf tekort. Vergelijk het met een dokter: Zou je willen dat jouw Nederlandse huisarts alleen maar kennis neemt van de Nederlandse publicaties? Of zie je graag dat jouw huisarts zich ook op de hoogte stelt van ontwikkelingen die buiten onze landsgrenzen zijn, om ervoor te zorgen dat hij jouw gezondheid nog beter kan bewaken?

VERZEKERINGSPAPIER

Ten tweede is 'life time employment' iets dat niet meer bestaat. Vandaag kan je werken bij een lokaal, relatief klein bedrijf en buitengewoon goed uit de voeten kunnen met de salescompetenties en kennis die je nu hebt. Maar hoe is dat over een jaar? Of over vijf jaar, als je misschien een andere baan wilt zoeken of carrière wilt maken? Dan is het toch plezierig om iets te hebben waarmee je echt kunt laten zien dat je op senior-accountmanagement- of salesmanagementniveau overall kunt acteren. Want dat is het resultaat als je die registertitel op zak hebt: je hebt een soort verzekeringspapier in handen dat aantoont dat je overall, in elk bedrijf in elke branche op dat niveau kan acteren. En tot slot wil een carrièrebeluste salesprofessional, die ambitieus en resultaatgericht is en ergens voor wil gaan, zich onderscheiden van anderen. En dat doe je niet door alleen te zeggen dat je goed bent in je vak. Door zo'n certificering te halen, kun je dat ook daadwerkelijk aantonen. Kijk je naar het bedrijfsbelang, dan is het belang misschien nog wel groter. De belangrijkste afdeling binnen



een organisatie is in mijn optiek de salesafdeling, want als je geen klanten hebt, staat alles vanzelf stil binnen een bedrijf. Sales is de aorta van elke onderneming. En in de huidige economische lente, waarin je als bedrijf weer kunt accelereren... wat wil je dan als bedrijf? Een beetje meehuppelen in die golf van 1% groei of wil je als bedrijf echt het verschil maken? Dan zal je vandaag iets anders moeten doen dan gisteren.”

ACCELEREREN

Maar hoe doe je dat? Hoe accelereer je je mensen? Met vaardigheidstrainingen? “Natuurlijk zijn die heel belangrijk, maar er moet eerst een goed fundament liggen. De mensen waarvan jij als bedrijf afhankelijk bent, moeten allereerst de juiste competenties in huis hebben. En dat kun je wat mij betreft op dit maar op één manier toetsen, en daar kan SMEI in voorzien.”

Hoe zit het dan met de programma's NIMA Sales A en Sales B? “Daar hangen geen registertitels aan, dat zegt denk ik al wat. Zijn er bedrijven die eisen dat je NIMA Sales A of B hebt om voor die bedrijven te mogen werken? Ik ken ze niet, dus ik denk dat het niveau van de SMEI, met een trackrecord van dertig jaar en al die grote bedrijven en universiteiten die hun programma's aan die van de SMEI laten toetsen, net even een stapje hoger is.”

PRAKTISCHE KANT

Met de registertitel van SMEI heb je een bewijs van theoretische kennis op zak, maar wat zegt dat over iemands verkoopkwaliteiten? Verkopen is geen theoretisch vak. “Dat klopt. En chirurgie is ook geen theoretisch vak, maar je verwacht wel van die chirurg dat hij een gedegen basis heeft van waaruit hij kan opereren, letterlijk en figuurlijk. Hetzelfde geldt voor een accountant. Is iemand die registeraccountant is per definitie een goede accountant? Nee, maar er is geen bedrijf die iemand op dat niveau aanneemt, zonder dat hij die registertitel heeft. Dus je zult, ook in sales, in eerste instantie toch de basis moeten hebben van waar het in jouw vak om draait. Vervolgens kijken we naar het toepassen van vaardigheden binnen sales, en daar zitten SMEI en haar partners bovenop. Op het moment dat je een registertitel haalt, dan is dat niet voor je leven. Je

zult elk jaar moeten aantonen dat jij je blijft ontwikkelen op je vakgebied, net zoals een advocaat, een accountant, een dokter... Hier komen de trainingen voor de vaardigheidscomponenten om de hoek kijken, waarmee men PE-punten (Permanente Educatie) kan verdienen.”

BLIJVEN INVESTEREN

Dus mensen moeten blijven investeren in hun vak? “Ja. Als je niet elk jaar twintig PE-punten haalt, verlies je je titel. En terecht: ons vak is zo onderhevig aan veranderingen. Die zitten 'm niet in de principes; die zijn precies hetzelfde als vijftig jaar geleden. Maar er komen wel steeds meer inzichten in hoe je tools effectiever kunt inzetten en welke facetten binnen sales doorslaggevend zijn. En natuurlijk zijn er de niet aflatende nieuwe ontwikkelingen. Social media zijn op dit moment bijvoorbeeld niet meer weg te denken. Maar welke salesprofessionals weten social media in een business-to-businessomgeving effectief, efficiënt en vooral proactief in te zetten? Dat zijn er niet zoveel; de mensen die dat wel kunnen, hebben een groot voordeel. Zo kun je met bijvoorbeeld LinkedIn sneller en betere resultaten behalen bij acquisitie, dan met het ‘ouderwetse’ cold calling. Zijn daarmee de principes anders? Dat je de klant helpt om succesvol te zijn? Nee, maar je hebt er wel wat extra competenties voor nodig en je moet weten hoe je het moet doen. En zo blijft het vak in ontwikkeling. Gelukkig maar, want dat houdt het leuk!”

En hoe weet je nu wat PE-punten oplevert of niet? “De SMEI gaat graag partnerships aan met partijen en instellingen die zich bij de SMEI aanmelden met programma's die aansluiten bij de certificeringsprogramma's. We zijn geïnteresseerd in seminars, masterclasses, trainingen... Partijen kunnen zich laten aanmerken als PE-waardig en dan leveren hun programma's PE-punten op. Daarnaast faciliteert de SMEI zelf in onder andere webinars. Hier kun je als lid een keer per maand gratis drie kwartier tot een uur kennis tot je nemen. Mocht een registerhouder in een bepaalde situatie toch twifelen over de toekenning van PE-punten, dan kan de SMEI daar helderheid over geven.”

Zijn jullie nog op zoek naar partijen die daaraan voldoen? “SMEI heeft als voornaamste doel sales en marketing op een hoger niveau te brengen. Met iedere partij die dat doel met ons deelt en daarin iets te brengen heeft, werken we graag samen.” ●

**Sales is
de aorta
van elk
bedrijf**



Voor meer informatie, ga naar www.smei-europe.org of scan de QR-code.