



Brochure CLOK HBO Leergang 2018

Accountmanager Bedrijven Gemeenten/ Beleidsmedewerker EZ

Leergang AMB/EZ 2018

De Accountmanager Bedrijven (AMB) heeft een heel bijzondere functie. Hij is ambtenaar, maar wel één met de voeten binnen het bedrijfsleven. Dat maakt hem soms tot een vreemde eend in de bijt binnen zowel het gemeentelijk apparaat als het bedrijfsleven. Hij is veel "buiten" en zijn collega's snappen niet altijd wat hij daar doet. Een ondernemersborrel is gewoon werken! De ondernemer ziet hem nog vaak als "de ambtenaar".

Wil de Accountmanager Bedrijven zijn functie goed kunnen uitoefenen, dan moet hij zowel binnen als buiten het ambtelijk apparaat uitstekende contacten hebben.

Een AMB-er kan niet met zijn vuist op tafel kan slaan en zeggen: "Dit zijn de regels en daar moet u het mee doen!" Een AMB-er moet het hebben van zijn deskundigheid, tact, overtuigingskracht en het vermogen om partijen samen te brengen, om zo een optimaal resultaat te behalen. Dat is wat de lokale economie nodig heeft. Deze Leergang help u het maximale uit uw functie als Accountmanager Bedrijven te halen.

De AMB kan met recht een schakel rol genoemd worden; signaleren en verbinden liggen in de kern van de functie AMB. Daarnaast merken we dat de laatste tijd er steeds meer ruimte komt binnen gemeenten om zwaarder in te zetten op deze functie, juist vanwege de verbindende rol. Sommige gemeenten zetten volop in op de ontwikkeling van hun lokale economie en daar heeft de afdeling EZ en de AMB-er een stevige positie. In andere gemeenten moet hij/zij het "erbij" doen.

Juist bij een aantrekkende economie is een sterk functionerende AMB-er van cruciaal belang. De AMB-er kan veel bijdragen aan het versterken van de lokale economie. Een goede relatie met de Wethouder, de Ondernemer, maar ook de Parkmanager en het Bestuur van de Ondernemersvereniging is daarbij essentieel. Op die positie bent u de sturende partij, deze Leergang helpt u bij de invulling hiervan.

Juist nu, met een zwaardere rol van gemeenten naar de ondernemers in het kader van bijvoorbeeld de Participatiewet en Wet werk en inkomen, oftewel het sociaal domein, kan de AMB-er als spil tussen Overheid, Ondernemer en Onderwijs een belangrijke rol spelen. Immers, hij kent het bedrijfsleven op zijn duimpje en kent de ambtelijke organisatie van binnenuit.

De waarde van de Leergang voor de AMB-er/medewerker EZ

De Leergang geeft de AMB-er zicht op wat er mogelijk is in en met de functie, welke rol de AMB-er kan spelen en hoe hij zijn invloed succesvol kan aanwenden. De AMB-er is na het volgen van de Leergang ook in staat om zelf een visie op de functie te ontwikkelen, die te delen binnen de organisatie, inhoud te geven, passend binnen de kaders van het gemeentelijk beleid.



Wat zeggen oud-cursisten over deze Leergang?

- Ik kan mijn functie nu nog lang en met veel plezier doen. Ik ben goed geëquipeerd.
- Ik zie nieuwe kansen binnen mijn werkgebied.
- Een inspirerende leergang met docenten van hoge kwaliteit.
- Ik ontmoet andere vakidioten, merk dat ik niet de enige bent met deze -soms lastige- functie en krijg zicht op het speelveld en jouw invloed daarbinnen!
- Dankzij de leergang Accountmanager Bedrijven heb ik er een aantal "collega's" bij gekregen. Fijn om ervaringen uit te wisselen, feest der herkenning!
- De leergang heeft voor mij bevestigd dat de ingeslagen weg de juiste is en heeft me meer inzicht gegeven in mijn functie. Daarbij geeft het netwerken met de collega's in het vak (de studiegenoten) een enorme meerwaarde.

Wat komt er op de gemeente af?

Er is een fundamentele transformatie van onze economie gaande. Het is aan de gemeenten om hierop een antwoord te vinden; zodanige vestigingsvoorwaarden te creëren en een zodanig ondernemingsklimaat te scheppen, dat ondernemers voluit mee kunnen in deze ontwikkeling. Het zijn immers de ondernemers, die waarde kunnen toevoegen aan de lokale economie. Een bloeiende lokale economie betekent WOZ, werkgelegenheid en investeren in de samenleving.

Wat is uw rol daarin?

Als Accountmanager Bedrijven, Bedrijvencontactfunctionaris of Medewerker van het Frontoffice-Bedrijvenloket - en/of de Backoffice - de Beleidsafdeling, bent U het visitekaartje van de gemeente naar de lokale ondernemer. U vervult een belangrijke rol in het relatiebeheer van de gemeente. U weet als geen ander hoe u als gemeente in samenwerking met de ondernemers gezamenlijke doelstellingen kunt bereiken.

Met de CLOK Leergang Accountmanager Bedrijven op HBO niveau kunt u zich verder ontwikkelen in die rol.

Welke leerdoelen kent deze HBO Leergang? De Leergang geeft inzicht in:

1. de langere termijn trends in de lokale en regionale economie.
2. de Accountmanager 3.0.
3. kennis van de meest recente vormen van ondernemersfondsen en coöperaties en het mede kunnen initiëren van een fonds.
4. en kunnen omgaan met Social Media.
5. de kern van de lokale economie en van het ondernemerschap.
6. verstaat de taal van de ondernemer en van een commercieel bedrijf.
7. het denken en onderhandelen vanuit andere belangen, zowel intern als extern.
8. het werken met een afdelings- en persoonlijk accountplan
9. het onderscheidend vermogen van de gemeente in het algemeen en het winkelgebied/bedrijventerrein in het bijzonder als vestigingsplaats voor het bedrijfsleven.
10. de strategische doelen van de locatie en gemeente/regio.
11. het proces van gebiedsontwikkeling
12. de verhuisbewegingen van het bedrijfsleven
13. de relevantie van de nieuwe omgevingswet
14. de verbinding tussen EZ en het sociale domein



Praktische informatie

Studiebelasting:

- Lesuren: 90 uur
- Studie en voorbereiding: 120 uur
- Uitwerking Accountplan: 30 uur

Hiermee komt de totale studiebelasting uit op ca. 240 uur.

Locatie:

Utrecht.

Kosten:

De kosten voor het volgen van de Leergang bedragen € 4.495,00 excl. BTW. Inbegrepen zijn de voor de Leergang benodigde materialen en koffie/thee en lunch. Gemeenten die bij CLOK zijn aangesloten ontvangen een korting van € 195,00 excl. BTW. (Deze korting voor gemeentes die zich vóór 1 september 2018 nog bij CLOK aansluiten).

(Er zijn misschien nog mogelijkheden om de kosten van deze Leergang deels vergoed te krijgen uit het A&O-fonds, traject Loopbaanregeling. De regeling is aan verandering onderhevig. De uiteindelijke toekenning ligt daarom ook bij het A&O-fonds. Uw HR manager weet meer van de procedure.)

Wijze van betaling:

Er bestaan twee mogelijkheden. Vooraf in een keer vóór 1 september 2018. De deelnemer kan ook in twee termijnen betalen, de eerste vooraf vóór 1 september 2018 en de tweede termijn in januari 2019. Bij betaling in twee termijnen is er een opslag van € 35,00 voor administratiekosten.

Losse modules of clusters:

Er komt bij ons steeds meer vraag naar het volgen een of meerdere losse modules. Om aan deze wensen te kunnen voldoen is er besloten om dit vanaf nu ook aan te bieden tegen een vergoeding van € 325,00 per dagdeel per module.

U ontvangt een certificaat voor dat deel van de leergang dat u met goed gevolg heeft afgesloten. Van de gevolgde modules ontvangt u een bewijs van deelname. Deze tellen mee voor het behalen van het gehele certificaat en certificering als Accountmanager en blijven 2 jaar geldig.

Inhalen van modules:

Kunt u door ziekte of anderszins een module niet volgen, dan kunt u die met een volgende Leergang inhalen wanneer er voldoende plaats is. De kosten van het inhalen van een dag bedraagt € 50,00 excl. BTW.



Aanmelden:

Aanmelden kan door het inschrijfformulier in te vullen dat u van de website kunt downloaden. Voor vragen kunt u contact opnemen met Herman Timmermans, coördinator van de Leergang, h.timmermans@cllok.nl

© **Copyright**

De inhoud van dit document en van de bij dit document behorende bijlagen, met alle daaraan verbonden rechten, is eigendom van Stichting CLOK.

Planning van de Leergang AMB

Cluster 1	De nieuwe lokale economie en de gemeente	Dagdelen	Datum	Docenten
Entree	Kennismaking met de collega cursisten, vorming “klasje” en toelichting op de Leergang, waaronder werken met het accountplan.	1	n.n.b.	Herman Timmermans
Module 1	De toekomstige lokale economie: de langjarige trends concreet gemaakt.	1	n.n.b.	Henk Wijnsma
Module 2	Accountmanagement 3.0. De rol van de ambtenaar in de komende jaren.	1	n.n.b.	Jan van Ginkel
Module 3	Lokale economie en ondernemerschap; wat moet je weten?	1	n.n.b.	Henk Wijnsma Herman Timmermans
Module 4	Social media en communicatie; Wat is de achtergrond en wat kun je er meer mee?	1	n.n.b.	Marvin Pranger Han Looijen
Module 5	De ondernemersorganisatievormen: Ondernemersfondsen, PM en CM	1	n.n.b.	Arjen Schep
Cluster 2	Algemene vaardigheden	Dagdelen	Datum	Docenten
Module 6	Werken met een accountplan	2	n.n.b.	Gert-Jan van Baal
Module 7	Effectief beïnvloeden van stakeholders: gedrag	2	n.n.b.	Jop Jurriaans
Module 8	Effectief beïnvloeden van stakeholders: onderhandelen	2	n.n.b.	Jop Jurriaans



Cluster 3	Kennis	Dagdelen	Datum	Docenten
Module 9	Opzet en pitchen concept accountplan	1	n.n.b.	Gert-Jan van Baal
Module 10	Acquisitie en behoud winkels/bedrijven	1	n.n.b.	Jan Doorackers
Module 11	Strategische Locatie- en Regiomarketing	2	n.n.b.	Martin Boisen
Module 12	De nieuwe omgevingswet: de achtergrond en een instrument voor EZ	1	n.n.b.	Dennis Potter
Module 13	Het sociale domein	1	n.n.b.	Peter Ruijters
Cluster 4	Praktijk	Dagdelen	Datum	Docenten
Module 14	PPS en grondexploitatie	1	n.n.b.	Paul Smolders Wim Korf
Module 15	Invloed AMB op dynamiek werklocatie	1	n.n.b.	Nnb
Module 16	Presentatie accountplan	2	n.n.b.	Gert-Jan van Baal



Cluster 1 De nieuwe lokale economie en de gemeente

Module 1 de nieuwe lokale economie: Langjarige trends concreet gemaakt.

De langjarige trends geven aan dat de structuur van de samenleving fundamenteel wijzigt. De traditionele scheiding tussen publiek en privaat verdwijnt, de kracht van de consument, de technologische innovaties, de (on)macht van instituties als Kamers van Koophandel, de positie van de gemeenten (regio's) en van de ondernemers: het wordt allemaal anders. Het is van groot belang om werkend in precies dat spannende gebied zicht te hebben op de grote lijn. Om omstandigheden beter te kunnen plaatsen.

Duur

1 dagdeel

Module 2 Accountmanagement 3.0

De Accountmanager 3.0 staat in het verlengde van de positionering van de ambtenaar 2.0.

De ambtenaar van morgen, 3.0 staat midden in de samenleving. Hij is creatief, sociaal vaardig, heeft en gebruikt netwerken, is op de samenleving gericht en lost samen met anderen problemen op.

Niet van achter zijn kantoor, maar buiten, met de mensen. De Accountmanager is vooral aan het samenwerken met de ondernemer. Ze werken niet aan de kloof, maar aan het samen met anderen, intern en extern versterken van de economische kracht van de gemeente. Verbinden, maar ook regisseren, overtuigen, processen begeleiden. Wat is de essentie van de toekomstige Accountmanager?

Duur

1 dagdeel



Module 3 (lokale) economie en ondernemerschap

Heeft u geen bedrijfseconomische voorkennis? In deze module staat de praktische uitleg van algemene- en bedrijfseconomie centraal. Ook de link tussen omgevingsfactoren en economische gereedschappen worden inzichtelijk gemaakt. Wat is een ondernemer en een commercieel bedrijf? hoe denkt een commercieel bedrijf? Waarom reageert een ondernemer als een ondernemer? Hoe ziet de ondernemer zijn omgeving? Het terrein als geheel? Wat verwacht de ondernemer van zijn omgeving: zijn relatie met de gemeente, met de Parkmanager. Hoe kan de AMB-er daarop inspelen? Aangezien niet alleen ondernemers uw gesprekspartner zijn, maar ook de gemeentelijke overheid. U leert tevens wat in economisch opzicht belangrijk is voor een gemeentebestuur.

Duur

1 dagdeel

Module 4 Social Media

Social Media is uit het professionele leven niet meer weg te denken. Binnen gemeenten wordt communicatie naar buiten toe nog vaak door de aangewezen afdeling of medewerkers gedaan. In deze module leert de AMB-er/Bedrijfscontactfunctionaris het opgebouwde netwerk om te zetten in een online netwerk en op een professionele, constructieve manier om te gaan met Social Media. Uiteraard passend binnen de gemeentelijke communicatieprotocollen.

De doelstelling om iedereen mee te geven wat Social Media nu precies is.

Theorie. Hoe werken de mechanismes op Social Media? Is het nieuw? Wat zijn de 'vaktermen'. Wat zijn de Social Media niveaus. (luisteren, reageren, zenden, activeren).

Praktijk. In dit onderdeel zullen een aantal cases de revue passeren, waar ook over gediscussieerd zal worden.

- Doelgroep denken -> waar houdt de doelgroep zich mee bezig? Hoe zorg je dat je daarop aansluit en serieus genomen wordt. Werp het stoffige image van je af.
- LinkedIn -> Opdracht om een groep te starten en relevante informatie te verzinnen.

Duur

1 dagdeel



Module 5 De nieuwe lokale organisatievormen: Ondernemersfondsen en Cooperaties

In deze module komen de nieuwe organisatievormen als Ondernemersfondsen en doel coöperaties aan de orde. Nieuwe vormen die het publieke en het private domein verbinden.

Ondernemersfondsen kennen varianten als de BIZ, de Reclamebelasting en het Leids model (gemeente breed). Het gaat om inzicht en achtergrond van meer collectieve vormen van organisatie voor kwaliteitsbehoud van de gebieden. Deze vormen hebben als doel een gestructureerde financiële basis te bieden voor meer collectieve activiteiten, zoals energiecoöperaties. Het biedt handvatten voor het verwerven van steun onder de ondernemers voor de activiteiten en financiering van Park- en Citymanagement voor werklocaties.

Park- en Citymanagement vormen steeds meer de spil van een goed beheer of goed ondernemen op de werklocatie. Park- en Citymanagement wordt steeds meer gezien als gebiedsondernemen in plaats van management. Als uitvoerder is de Park -en Citymanager ook initiator die het bestuur informeert en besluitvorming voorbereid voor andere vormen van organisatie op de locatie. Dit vereist zodanige kennis van de materie dat de Park- en Citymanager ondernemers kan begeleiden naar besluitvorming.

Duur

1 dagdeel



Cluster 2 Algemene vaardigheden

Module 6 Werken met een Accountplan

Gedurende de dag samen werken aan het accountplan. De inhoud van het plan staat centraal. Deelnemers krijgen een 'leeg' accountplan en aan de hand van deelopdrachten wordt gedurende de dag samen de basis samen ingevuld. Focus ligt op vertalen van beleidsstukken, nieuwe (markt)ontwikkelingen en signalen uit het bedrijfsleven naar doelstellingen voor het accountmanagement. We bespreken verschillende methoden voor het maken van analyses.

Duur

2 dagdelen

Module 7 Effectief beïnvloeden van stakeholders: gedrag

Als AMB-er is uw beïnvloedingsvaardigheid hierin van groot belang. Om het gedrag van uw gesprekspartner te kunnen sturen, gaat het niet alleen om wat je zegt, maar ook (en vooral) om hoe u iets zegt. We gaan er vanuit dat uw gedrag, het gedrag van de ander uitlokt. Door meer inzicht te krijgen in uw gedragsvoorkeuren en alternatieven, leert u uw gedrag aan te passen zodat u meer invloed heeft in het bereiken van het gewenste resultaat.

In de module maken we gebruik van diverse modellen en theorieën. Ook wordt er ruim aandacht besteedt aan vaardigheden, waarbij gebruik gemaakt wordt van een professionele rollenspeler.

Duur

2 dagdelen

Module 8 Effectief beïnvloeden van stakeholders: onderhandelen

Van tegenstelling naar samenwerking

De AMB-er moet regelmatig overeenstemming vinden en samenwerken rond strategische thema's. Hij moet werken met budgetten, prioriteiten stellen, plannen maken, werkbare afspraken daarover maken, zowel intern binnen afdelingen, als met bestuurders, organisaties en bedrijfsleven. Het omgaan met tegengestelde belangen en het oplossen van conflicten behoort vaak tot het dagelijks werk. Door effectief te onderhandelen is het mogelijk om tegenstellingen te overbruggen en van daaruit een goed beginpunt te maken voor constructieve samenwerking.

Deze module biedt een helder raamwerk en praktische hulpmiddelen aan AMB-ers. Om zo succesvol mogelijk om te gaan met de belangen en tegenstellingen op strategisch, tactisch en operationeel niveau. Door het bereiken van stabiele en duurzame oplossingen of overeenkomsten, is het mogelijk extra waarde te creëren voor betrokken partijen.



Programma

- Conflicten met een strategische component te analyseren
- Oplossingsrichtingen ontwikkelen
- Besprekingen hierover met betrokken partijen voorbereiden en leiden
- Een goede verstandhouding tussen deze partijen (inclusief overheid) handhaven of verbeteren
- Analyseren van uw communicatie- en gedragsstijlen
- Vergroten van uw beïnvloedingsvaardigheden
- Oefenen van (eigen) praktijk casuïstiek

Duur

2 dagdelen



Cluster 3 Kennis

Module 9 Opzet en pitchen concept accountplan

Aandacht is er voor de presentatietechnieken. Hoe breng je je boodschap over? Welk doel wil je bereiken? Hoe maak je contact met je publiek?

Het eerste concept wordt door de deelnemers kort gepresenteerd. Daarbij ligt de nadruk op

Is de focus helder? Zijn doelstellingen en subdoelstellingen duidelijk (SMART) geformuleerd? Hoe goed is de analyse uitgevoerd? Wat ontbreekt nog of moet nog worden aangescherpt?

Als laatste wordt het maken van hoofdstuk 5, het actieplan voorbereid.

Duur

1 dagdelen

Module 10 Acquisitie en behoud van winkels/bedrijven

Gekscherend werd wel eens gezegd dat de wethouder of burgemeester wel komt als zich een nieuw bedrijf vestigt, maar nooit als een bedrijf voor het terrein en daarmee voor de gemeente en regio behouden blijft. Acquisitie is goud, maar behoud is meer dan zilver. Vooral in deze tijd, nu de leegstand toeneemt. Kennis van het regionale en lokale bedrijfsleven, kennis van de verhuisgeneigdheid van bedrijven, het onderkennen van momenten waarop bedrijven mutatie rijp zijn is belangrijk voor zowel acquisitie als behoud.

De tijd van groei lijkt even voorbij. Leegstand is ineens een item, niet alleen voor kantoren en winkelcentra, maar nu ook op bedrijventerreinen. Toch is er dynamiek. Bedrijven staan zelden stil. Er is verhuisgeneigdheid, er is uitbreiding en inkrimping. Hoewel 80% van de bedrijfsverhuizingen zich binnen 10 kilometer of minder plaatsvinden, is behoud van bedrijven op het terrein in belang toegenomen. Maar omdat er altijd op regionaal niveau en nationaal niveau grotere bedrijven een plek willen vinden, is daarmee ook weer altijd sprake van acquisitie.

Deze module gaat in op de kennis van verhuisbewegingen, op behoud en op acquisitie van bedrijven.

Deze module geeft basis voor het in de praktijk werken aan behoud en acquisitie van bedrijven.

Duur

1 dagdeel

Module 11 Strategische Locatie- en Regiomarketing

Theorie en praktijk rond de marketing van gemeenten en regio's

Gemeenten en regio's werken voortdurend aan hun beleid rond promotie, marketing en branding. Van dorpskernen in landelijke gebieden tot metropoolregio's en provincies die concurreren op het wereldtoneel. Een spraakmakende reclamecampagne en huisstijl moeten automatisch leiden tot het behoud en aantrekken van bewoners, bedrijven en bezoekers. Zelden wordt er echt strategisch werk van gemaakt. De segmentatie in doelgroepen is oppervlakkig: marktonderzoek beperkt zich tot imagometingen, doelstellingen worden niet geconcretiseerd en er wordt weinig aandacht besteed aan verwachtingsmanagement. Het wordt tijd dat de praktijk zich professionaliseert. Deze masterclass zet daarvoor de bakens uit.

Dagdeel 1 - Steden, regio's en het marketingproces

De potentiële kracht van marketing en branding

- concurrentie tussen steden en dorpen
- citymarketing in Nederland
- gelaagdheid: relaties tussen locaties, wijken, binnensteden, steden en regio's
- merketing of marketing: de stad als merk en de stad in de markt
- het marketingproces: fundamentele marktinzichten en doelgroep segmentatie
- dagjesmensen, stedentrips en 'echte' toeristen (bezoekers)

Dagdeel 2 - Voorbij de productmetafoor

- voorbij de productmetafoor: de stad als dienstverlenende omgeving
- woonmilieus
- werk- en denkmilieus
- winkelmilieus
- recreatiemilieus

Duur

2 dagdelen

Module 12 De nieuwe Omgevingswet: de achtergrond en een instrument voor EZ

De verwachtingen zijn hoog gespannen. Het schrappen, vereenvoudigen en bundelen van allerlei (milieu)regels voor de nieuwe Omgevingswet moet de economische motor in Nederland gaan helpen.

Gaat een defensief toetsende overheid echt plaats maken voor een vraaggerichte flexibele houding? Bedrijfsleven, organisaties en bewoners worden uitgedaagd elkaar meer dan ooit op te zoeken en samen aan de slag te gaan met nieuwe initiatieven.

Wat zijn de kansen en waar liggen de valkuilen? Speel er vanuit economie en accountmanagement pro-actief op in!

Duur

1 dagdeel



Module 13 Het sociale domein

De afdeling Economische Zaken en de accountmanagers vanuit het sociale domein werken steeds meer samen. In de praktijk gaat dat echter niet vanzelf. De accountmanager let op het brede vestigingsklimaat en kent de bedrijven en de directeuren. De accountmanagers sociale zaken hebben daarbij een focus op één belangrijk aspect: het plaatsen van personen. Zij hebben veelal, in tegenstelling tot EZ contact met de HRM functionarissen.

Wat is de achtergrond van de wetgeving, welke partijen zitten daarachter, welke voorbeelden zijn er in het land met bijv. werkgeversservice punten, wat zijn vormen van succesvolle samenwerking waarbij de doelstelling van versterking van het vestigingsklimaat wordt gehaald.

Duur

1 dagdeel



Cluster 4 Praktijk AMB

Module 14 Privaat Publieke Samenwerking PPS en grondexploitatie

PPS is co-creatie door verschillende partijen. Hoe **doet u** dat? Waar zitten de voetangels en klemmen? Wat zijn de do's en dont's?

Vóór alles is PPS samenwerken. Samenwerken met een grote 'S'. Want zonder samenwerking geen PPS. Echt met elkaar samenwerken. Gelijkwaardig? Ieder natuurlijk vanuit eigen rol en verantwoordelijkheid. Gericht op het creëren van onderlinge complementariteit. Om zo samen meer waarde te creëren. Implementeren van PPS aan opdracht gevende kant betekent veel bloed, zweet en tranen.

Onder elke gebiedsontwikkeling ligt een grondexploitatie. Uiteraard ook op bedrijventerreinen. Die grondexploitatie kent en opbouw, kengetallen, tarieven en faseringen. Een grondexploitatie is een gestructureerd budget met een verlies en winstrekening. Met verkoop winst en verlies. Daarop oefent de politiek invloed uit, de markt en de accountmanager.

Duur

1 dagdeel

Module 15 Invloed AMB op de werklocatie (excursie)

In deze module spiegelen we de theorie aan de praktijk. Dat wordt gedaan aan de hand van een bezoek aan een te selecteren locatie. Hoe is de ontwikkeling geweest van initiatie naar realisatie. Welke partijen zijn er bij betrokken, wat was het eerst concept, wat is waarom gewijzigd, welke partijen zijn erbij betrokken en met welke verwachtingen en belangen. De docent schetst de samenwerking tussen de gemeente en bedrijven, de creativiteit van de Accountmanager, het pakken van kansen, het overbruggen van tegengestelde verwachtingen tussen overheid en markt. Hoe ziet een opzet van gebiedsexploitatie eruit, welke berekeningsmethodieken zijn er en wat is de relevantie van de cijfers.

Het belang van de marktpartijen, maar ook die van de gemeente komen aan bod. De rol van accountmanagement, van de afdeling EZ en van de andere afdelingen passeren de revue.

Duur

1 dagdeel



Module 16 Presentatie Accountplan

Deelnemers presenteren elk hun accountplan. Aansluitend vindt de evaluatie plaats en ontvangen cursisten hun certificaat.

Duur

2 dagdelen

Stichting CLOK
Postbus 35
2740 AA WADDINXVEEN

Telefoon: 035-6954144
info@clock.nl - www.clock.nl