

Rob van Rinsum, account director KPN Corporate Markets

# “Ik ben graag dienstbaar”

In deze serie blikken absolventen van het opleidingsprogramma Sales Leadership van de Rotterdam School of Management terug op deze opleiding. Ook vertellen zij over hun eigen salesaanpak. Rob van Rinsum, account director KPN Corporate Markets: “Je moet een duidelijke lijn volgen.”

door Jaap van Sandijk

Als kind werd hem al verteld: jij moet de verkoopwereld in. De kleine Rob van Rinsum verkocht spulletjes aan andere kinderen en zette graag handeltjes op. Maar hij wilde ook graag koken voor mensen. Dat hij na zijn middelbare schooltijd voor een horeca-opleiding koos, was daarom geen verrassing. Maar via een baan als consultant belandde Van Rinsum uiteindelijk toch in het salesvak. Echt gek is dat niet, vindt hij: “Ik ben heel graag dienstbaar. En deze eigenschap is zowel in de horeca als in sales heel belangrijk.”

Van Rinsum werkt bij KPN Corporate Markets en is als account director actief binnen client services. Dit is een regielaag tussen de verschillende business lines en de klant. “Met die regielaag centraliseer je het klantcontact en voorkom je dat de verschillende business lines bij dezelfde klant zitten. Dat is niet handig.”

## Ingewikkeld account

Client services bedient de Top 500 klanten en is opgesplitst in diverse specialismen. Van Rinsum werkt in het specialisme Overheid en heeft het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) als account. Daarbij ligt zijn focus op het Shared Service Center (SSC). BZK is een groot, boeiend, maar ook ingewikkeld account. Hij legt uit: “Alleen al bij BZK werken 9.000 mensen. Maar het SSC-ICT heeft een groter verzorgingsgebied, naar meerdere ministeries toe. De overheid centraliseert en er wordt zoveel mogelijk getrechterd naar één centraal SSC met gestandaardiseerde werkplekken. In het verleden hadden alle departementen een eigen ICT-beleid, waarbij ze ook zelf hun outsourcing regelden. Dat is nu anders.” En dat biedt KPN kansen. Want als winnaar van de ‘proof of concept’ op het onderwerp gezamenlijke werkplekken staat KPN – met het oog op de centralisering binnen de overheid – voor een opdracht met enorme groeipotentie, benadrukt Van Rinsum. “Het SSC-ICT heeft inmiddels 15.000 werkplekken gerealiseerd.”

## Buiten kantooormuren

Van Rinsum voert als account director de regie op sales. Naast hem is er ook een client director die eindverantwoordelijk is voor de klanttevredenheid. “Hij is het centrale aanspreekpunt voor de klant en richt zich puur op de ‘delivery’ ná sales”, verduidelijkt Van Rinsum. “Zelf voer ik gesprekken met klanten en probeer dan mogelijkheden te spotten. Dat doe ik op strategisch niveau. Belangrijke vragen zijn: hoe ziet de klant – in dit geval de overheid – de toekomst, hoe wil hij innoveren, en hoe kan KPN daar bij aansluiten?” Accountmanagers maken de deal vaak rond, maar bij het sluiten van de deal is Van Rinsum als account director ook vaak aanwezig.

Hij is ervan overtuigd dat relatiemanagement voor een belangrijk deel buiten de werkplek moet gebeuren. “Je bouwt je relatie niet op tussen vier kantooormuren. Je moet mensen juist uit die kantoren halen. Ik golf of lunch dan ook regelmatig met de klant. De echt inhoudelijke

zaken bespreek je overigens wel op kantoor.” De helft van zijn tijd is hij buiten kantoor, de andere helft van zijn tijd is hij binnen. “Intern moet je zaken afstemmen, reviewen, offertes voorbereiden en doorspreken, zorgen dat de processen gevolgd worden. Soms moet je ook weer buiten die processen treden om iets voor elkaar te boksen.”

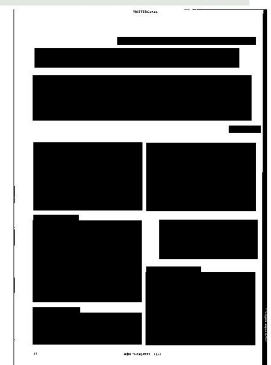
## Afstemming met de klant

Eén van de belangrijkste uitdagingen voor Van Rinsum is de afstemming met de klant. “Als je werkt met de overheid, weet je dat bepaalde besluitvormingsprocessen langer duren. Daarom is het van belang dat je het totaalbeeld blijft zien. Ik stel mezelf altijd drie vragen: waar zit de handel nu, waar ligt deze op middellange termijn en waar is deze op de lange termijn? Met die drie vragen moet je parallel bezig zijn. Heb je een goede relatie met hem, dan help je de klant daar ook bij.”

Naast de tragere besluitvormingsprocessen is ook de doelstelling van de overheid anders dan van een bedrijf, weet Van Rinsum. “Bedrijven willen onderaan de streep euro's verdienen, maar de overheid heeft te maken met taakstellingen die ze moet realiseren. Toch is de overheid niet zo stoffig als het imago wil doen geloven. Men wil innoverende producten en diensten. En wat mij ook aanspreekt: de overheid is – als je er eenmaal binnen bent – heel loyaal en gaat voor de langdurige relatie. Je komt het verst bij de overheid met een open en transparante opstelling. Zelf ben ik een echte relatiemanager, dus ik voel me daar uitstekend bij.” En hoe ver gaat relatiemanagement voor Van Rinsum? “Ik twitter veel met zakelijke relaties, zorg dat ik in de juiste kroeg sta, bezoek de juiste congressen en neem ook deel aan de PresidentsCup, een golftoernooi dat wordt georganiseerd door de overheid.”

## Té betrokken

Momenteel werkt Van Rinsum aan de inrichting van een ‘governance-model’ waarin KPN en BZK participeren. “Een enorme klus. We zijn de governance modellen van beide organisaties aan het matchen en kijken wie er met wie praat. Dat leggen we vast in een gezamenlijke structuur.” Van dat model zal de account director veel profijt hebben, voorspelt hij. Hij kent namelijk zijn valkuilen. “Ik ben betrokken bij het



werk, maar soms ook wel té betrokken. Ik heb de neiging om te veel te praten en te bellen, ook over zaken en met mensen waarvoor ik niet verantwoordelijk ben. Als ik het druk heb, ga ik nóg harder werken. Terwijl ik eigenlijk rust moet vinden en mezelf bij de hoofdlijnen moet houden. Ook wil ik soms te veel op de stoel van de klant zitten. Natuurlijk staat de klant centraal, maar je kunt je ook weer niet té veel met hem identificeren, want je moet je verhaal ook intern verkopen. KPN heeft ook zijn eigen strategieën en doelstellingen. Je moet dus een goede mix zien te vinden.”

Van Rinsum volgde het opleidingsprogramma Sales Leadership omdat hij een grote drang had naar het opdoen van maximale vakkennis. “Ik deed het niet voor het papiertje, maar zocht een opleiding die mij helpt om mijn interne optreden te verbeteren en de klantorganisatie te versterken. Dankzij de opleiding leerde Van Rinsum geordend te werken. “Ik maak gebruik van bouwstenen, dat geeft mij structuur.” Hij lacht: “Administratie, structuur en processen zijn niet mijn sterkste kant.” Maar ze zijn wel nodig, weet hij. “Je moet een duidelijke lijn kunnen volgen.” De opleiding heeft Van Rinsum als zeer uitdagend ervaren. “Met het theoretisch kader dat mij is bijgebracht heb ik mijn impact op strategisch niveau kunnen vergroten. Daar zal ik op lange termijn veel baat bij hebben.” Terugblikkend op Sales Leadership vindt Van Rinsum dat hij nu ook in staat is om te reflecteren. “Ik ben van nature onrustig, wil bovenop de bal zitten. De opleiding heeft mij ook geleerd om regelmatig een stapje terug te nemen en rust te creëren. Ik stap dan uit de waan van de dag en kijk naar het totaalbeeld: waar doen we het allemaal ook alweer voor? Zo blijf je scherp.”

Jaap van Sandijk is freelance journalist en vaste medewerker van Sales Management.

Dit artikel is het zesenvijftigste in een serie over strategische verkoop, waarin deelnemers aan het opleidingsprogramma Sales Leadership van Rotterdam School of Management (en in het verleden van Nyenrode Business Universiteit) vertellen over hun praktijk met complexe commerciële trajecten, vaak ook in een internationale context met grote klanten.

## “Soms wil ik te veel op de stoel van de klant zitten”

### Over Rob van Rinsum

Rob van Rinsum volgde de mbo-opleiding voor Horeca en later Commerciële Dienstverlening aan het Abstede College. Gedurende enkele jaren had hij een eigen horecabedrijf, maar koos uiteindelijk voor het salesvak. Hij was consultant en later salesmanager bij onder meer Pink Roccade en later Getronics (dat Pink Roccade overnam).

Als gevolg van de overname van Getronics door KPN belandde hij bij KPN, waar hij nu account director van KPN Corporate Clients is. Dienstbaarheid is de rode draad door de loopbaan van Van Rinsum. “Ik wil het mensen naar de zin maken”, zegt hij. “Dat is een belangrijk onderdeel binnen de horeca, maar ook van belang binnen een lange termijn klantrelatie.” Over het salesvak zegt hij: “Ik vind het heel mooi om opportuniteiten te spotten en de klant dingen te laten zien die hij zelf niet eerder zag. Als je hem daar vervolgens mee kunt helpen in zijn business, is dat natuurlijk prachtig. Zo word je door de klant serieus genomen en teruggevraagd. En dat is toch de grootste kick in het vak?”

Van Rinsum volgde tijdens zijn werk bij KPN diverse cursussen en nam deel aan assessments. In september rondde hij het opleidingsprogramma Sales Leadership succesvol af bij de Rotterdam School of Management van de Erasmus Universiteit.



**Rob van Rinsum:**

“Ik ben een echte  
relatiemanager”



Rob van Rinsum: "Je bouwt je relatie niet op tussen vier kantoorwanden."