



Welke baan past bij mij?

THE N  XT LABEL
TALENT NETWORK

TALENT NETWORK TA

Welke carrièrekeuze maak je als je afgestudeerd bent of een nieuwe baan zoekt? De afweging ‘marketing of sales’ heb je misschien wel eens gemaakt, hoewel het twee totaal verschillende specialismen zijn. Je bent in ieder geval geïnteresseerd in de commerciële sector, maar past dat wel bij je?

In deze whitepaper geven we je de handvatten om erachter te komen of een commerciële baan bij je past. Ook krijg je een ‘kijkje in de keuken’ van hoe het eraan toegaat bij The Next Label als commerciële recruitmentorganisatie. Zo weet jij beter waar je aan toe bent en waar je extra goed op moet letten bij deze stap.

Lees je liever over een baan in de marketing?

Lees dan [hier](#) onze blog!

01 | Wat maakt een baan of organisatie commercieel?

In dit eerste hoofdstuk kom je te weten wat een commerciële organisatie- en baan precies inhouden. Check na het lezen van hoofdstuk 1 ook onze [blog over bedrijfsculturen](#); je baan kan namelijk nog zo leuk zijn, maar als je ergens niet op je plek zit word je ook niet werkgelukkig. Aan de hand van de doelstellingen, bedrijfscultuur en normen en waarden van de commerciële sector kun je er een helder beeld over vormen en besluiten of dit iets voor jou is.

1.1 Wat is een commerciële organisatie?

Een **commerciële** organisatie herken je eigenlijk best snel. Sowieso is het behalen van winst de belangrijkste doelstelling, omdat de organisatie op die manier kan voortbestaan. Verder biedt een commerciële organisatie altijd een service of product aan dat aansluit op de behoeftes van de klant. Deze klantbehoefte vervullen ze door te denken vanuit de wens(en) van de klant en hoe de organisatie ze kan overtuigen om dit product te kopen of om gebruik te maken van de dienst.

1.2 Wat is een commerciële baan?

Naast **commerciële** organisaties zijn er ook typische commerciële functies, denk bijvoorbeeld aan accountmanagement, verkoopmedewerker en andere sales- of marketingfuncties. De doelstellingen binnen deze functies komen sterk overeen met de doelstellingen van een commerciële organisatie. Ondanks dat het allemaal unieke functies zijn, hebben ze een belangrijke gemene deler: nieuwe klanten vinden, hen adviseren en het product of de dienst aan ze verkopen. Daarbij hoort natuurlijk ook relatiebeheer.

Recruitment

Ook recruitment is een typisch commerciële functie. Het is namelijk niet alleen sales maar ook accountmanagement. Dat betekent dat je zowel bestaande relaties onderhoudt als nieuwe aangaat.

Onder het onderdeel accountmanagement vallen ook de werkzoekenden; kandidaten, dus. Het is erg belangrijk dat je investeert in deze relaties door ze echt te helpen en goed naar ze te luisteren. Net als hoe je met je klanten omgaat, eigenlijk. Je hebt dus een 360-graden rol waarin je van alle markten thuis bent.



“Wat ik leuk vind aan mijn baan, is de adviserende rol die ik heb aan kandidaten en klanten. Je spreekt mensen met allerlei verschillende achtergronden, niveaus en persoonlijkheden. Dit betekent veel schakelen om het gewenste resultaat te halen wat het uitdagend, afwisselend en interessant maakt.”

Bas | Lead Business Consultant bij Cooder



1.3 De drie pijlers van The Next Label

Bij The Next Label werken we vanuit onze missie: service op maat, (klant)tevredenheid en ondernemerschap als mentaliteit. Waarom? Omdat we groeidoelen willen ontdekken van mensen én bedrijven om ze vervolgens de juiste stappen te laten zetten in hun carrière. Hierbij motiveren we elkaar dag in, dag uit om het meeste uit onszelf te halen zodat we over 10 jaar onmisbaar zijn bij de groei van elke organisatie.

- **Service op maat**

Service op maat draait voor ons om het leveren van de juiste service, zodat je echt een meerwaarde bent voor een ander. Dit doen we door oprecht te luisteren, behoeftes te ontdekken en mee te denken in oplossingen. Met de verschillende samenwerkingsvormen onder één dak bieden onze labels oplossingen op maat en focussen we op samen verder groeien voor de lange termijn.

- **(Klant)tevredenheid**

(Klant)tevredenheid betekent voor The Next Label dat we bouwen aan sterke relaties en succesvolle prestaties met onze klanten, kandidaten én alle TNL'ers zelf. Door structurele communicatie en heldere afspraken matchen we verwachtingen en werken we aan sterke langetermijnrelaties op basis van vertrouwen.

- **Ondernemerschap als mentaliteit**

Ondernemerschap is voor ons dat je nieuwe stappen durft te zetten en erin gelooft dat er voor elk probleem een oplossing is. We stimuleren ideeën en kijken kritisch naar onszelf én de organisatie, omdat we altijd op zoek zijn naar manieren hoe het beter kan. Samen voelen we ons verantwoordelijk, benutten we kansen en bouwen we aan de groei van de organisatie.

“Ik heb gekozen voor een commerciële organisatie omdat er energie heerst op de werkvloer, collega's vaak een winnaarsmentaliteit hebben en je zelf (als commercieel persoon) uitgedaagd wordt.”

Jesse | Senior Business Consultant bij
Finture Careers



conclusie

Je weet nu wat een commerciële organisatie inhoudt en wat onze werkwijze is. Misschien heb je zelfs al besloten of het bij je past. Maar wacht nog even met je definitieve besluit! Want in de volgende hoofdstukken van dit whitepaper gaan we in op drie verschillende factoren die je meer verdieping geven. Dit zijn je studieachtergrond, je persoonlijkheid en je competenties. Door deze factoren eerst inzichtelijk te maken weet je zeker dat je daarna de juiste keuze maakt.

02 | Een baan kiezen vanuit je studieachtergrond

Te beginnen met de eerste manier om erachter te komen of een commerciële baan bij je past: je studieachtergrond. Voor de hand liggend, maar zeker waardevol om hierin mee te nemen. Enerzijds omdat je natuurlijk wil weten welke banen er op je commerciële studie aansluiten, anderzijds omdat je studieachtergrond niet altijd bepalend hoeft te zijn voor je uiteindelijke baan. Kijk maar naar onze organisatie: wij hebben zowel medewerkers met een commerciële achtergrond als medewerkers met een studie die niet op het eerste oog direct aansluit. Voordat we daarop ingaan, zie je hieronder een aantal typisch commerciële studies die gangbaar zijn voor een baan in sales.

2.1 Welke studies sluiten goed aan bij een commerciële functie

Er zijn verschillende commerciële studies, maar over het algemeen zijn dit de bekendste (en tevens ook de studies die de meeste van onze medewerkers hebben gedaan):

- **Commerciële economie**

Tijdens je studie commerciële economie leer je wensen en behoeften van klanten naar verkoop- en marketingactiviteiten te vertalen. Deze studie heeft dus een sterke commerciële focus.

- **Bedrijfskunde**

Je leert over belangrijke processen in een organisatie, het businessmodel en de financiële situatie van een bedrijf. Je houdt je dus bezig met hoe bedrijven te werk gaan, wat van pas komt bij het begrijpen van je klanten.

- **Small Business en Retail Management**

Tijdens de studie Small Business en Retail Management leer je hoe je jouw eigen bedrijf opzet. Je wordt opgeleid tot professional op gebied van marketing, strategisch management en leert alles over de financiële en juridische aspecten van een bedrijf. Net als bij een salesfunctie houd jij je dus bezig met je eigen markt en bind je die aan jouw dienst of product.

- **Hogere Hotelschool**

Deze studie heeft de perfecte combinatie tussen het commerciële en sociale aspect. Je krijgt er vakken als bedrijfskunde, marketing, management & organisatie, budgetteren, inkoop & kwaliteit en sociale hygiëne.



“Wat ik heb geleerd tijdens mijn studie commerciële economie en nu toepas in mijn werk als Business Consultant, is hoe je altijd de wensen en behoeften van je potentiële klanten moet achterhalen. En dat de oplossing die je biedt hierop aan moet sluiten. Daarnaast dat het onderhouden van bestaande klanten gemakkelijker is dan het binnenhalen van nieuwe klanten.”

Luuk | Business Consultant bij Vesper People
Studeerde commerciële economie

2.2 De verschillende studieachtergronden van onze medewerkers

Zoals je net las, hebben wij medewerkers met zowel een commerciële studieachtergrond als met een afwijkende. Natuurlijk hebben de meeste een commerciële studie gedaan, maar ook zijn er een aantal aangenomen op basis van andere redenen.

Hoe dit werkt?

Als je bij ons solliciteert kijken we altijd eerst naar je studie. Daarna pakken we je competenties, skills en verdere ervaring erbij om erachter te komen of je in de kern bij onze organisatie past. Dus als je iets gestudeerd hebt dat niet direct aansluit op sales, maar wel andere kwaliteiten hebt die bij sales passen, kun je alsnog op gesprek komen. Competenties waar we op zoeken en die passen bij sales, lees je in **hoofdstuk 4**.

Daarnaast kan je ook een uitnodiging krijgen voor een gesprek door een referral. Dit betekent dat onze medewerkers mensen mogen aanraden waarvan zij denken dat ze bij onze organisatie en bedrijfscultuur passen. De personen waarop de focus dan ligt zijn vaak commercieel ingesteld (door studie en/of van nature), waardoor de eerste match snel gemaakt is. En daarbij: wat is er nou leuker dan samenwerken met je vriend(in)!

Op de volgende pagina zie je een overzicht van de verschillende studieachtergronden van onze medewerkers.





●	Bedrijfskunde	(31%)
●	Commerciële Economie	(23%)
●	Hogere Hotelschool	(6%)
●	Overig	(40%)

Hoe zorgen we ervoor dat medewerkers met een afwijkende studieachtergrond op hetzelfde niveau liggen als de rest?

Ten eerste kan het makkelijk zijn dat iemand die bijvoorbeeld de Hogere Hotelschool heeft gestudeerd van nature al goed is in sales. Daarom vinden we die competenties zo belangrijk! Maar ook hebben we intern een breed trainingsaanbod om je op te leiden tot commercieel professional. We willen je talent en competenties gaandeweg steeds meer laten ontwikkelen.

“Laat je niet afschrikken door het stigma dat op sales ligt, deze klopt in de meeste gevallen niet eens. Je hoeft niet haantje de voorste te zijn voor een baan in sales en alles meteen te kunnen. Door trainingen te volgen en aan je competenties te werken kom je vanzelf waar je hoort te zijn!”

Steyn | Candidate Consultant bij Cooder
Studeerde geschiedenis



conclusie

Je studie kan dus een goede basis vormen voor de rest van je carrière: het geeft je meer een richtlijn. Weet alleen wel dat er dus meerdere wegen naar Rome leiden en studie écht niet alles hoeft te zijn. Probeer jezelf daar dus niet te afhankelijk van te voelen; kijk ook naar je andere kwaliteiten.

03 | Een baan kiezen vanuit je persoonlijkheid

Een andere manier om te bepalen of een commerciële functie bij je past, is door je persoonlijkheid en persoonlijke voorkeuren erbij te pakken. Je opleiding heeft vaak maar enkele raakvlakken met je uiteindelijke werk, terwijl je persoonlijkheid zóveel meer overeenkomsten kan hebben met een functie. In dit hoofdstuk laten we zien dat je sales vanuit verschillende persoonlijkheden kunt aanvliegen en ook hoe je jouw persoonlijkheid (nog) inzichtelijk(er) krijgt.

3.1 Persoonlijkheidstesten

De eerste manier om inzicht te krijgen is door persoonlijkheidstesten te doen. We hebben de drie beste testen voor je onder elkaar gezet:

- **16Personalities**

Een simpele test waarmee je op een snelle manier antwoord krijgt over je persoonlijkheid. Je krijgt een vragenlijst waarvan het invullen 12 minuten duurt, deze is dus wel uitgebreid. Een goede manier om een helder eerste beeld te krijgen van jezelf.

- **Jobpersonality**

Deze test laat je steeds kiezen tussen afbeeldingen om je persoonlijkheid te achterhalen. Een leuke, snelle en laagdrempelige manier dus om je persoonlijkheid in kaart te brengen. Natuurlijk is het alleen een test om je een globaal beeld te geven, maar dat kan al helpen bij het maken van je keuze.

- **123test.nl**

Je krijgt een vragenlijst van 120 stellingen waarvan het invullen een kwartiertje duurt. That's it! Ietsje uitgebreider dus dan de bovenste twee.

3.2 De verschillende persoonlijkheden van onze medewerkers

Iedereen heeft een andere persoonlijkheid en dus ook wat anders nodig. Werken op een manier die past bij jou is belangrijk: het draagt bij aan werkgeluk en succes. Om die reden werken wij samen met Happyholics. Met hun Insights Discovery training krijg je inzicht in je persoonlijke profiel, waarbij je psychologische voorkeuren worden onderverdeeld in een viertal kleuren. Dat zijn:

- **Vurig rood**

Mensen met een voorkeur voor rood handelen op basis van ratio. Ze zijn vaak recht door zee, extravert, resultaatgericht, niet bang voor confrontaties en goed in onderhandelen. Valkuilen van een 'rood persoon' zijn ongeduldigheid, té directe communicatie (botheid) en afstandelijkheid.

- **Stralend geel**

Geel handelt op basis van gevoel. Zo staan mensen met een gele voorkeur graag in de spotlight, ze zijn aardig en empathisch, goede entertainers en ze zien overal mogelijkheden. Tegenhangers zijn dat ze onrealistisch kunnen zijn, de aandacht opeisen, de neiging hebben om dingen aan te dikken en ongeorganiseerd zijn.

- **Zacht groen**

Net als bij geel, handelt een 'groen persoon' vanuit gevoel. Niet zozeer in dezelfde mate, maar het is terug te zien aan dat hij of zij graag de vrede behoudt en bescheiden is. Verder is deze persoon rustig, hulpvaardig en punctueel. Mindere punten zijn besluiteloosheid, moeite hebben met verandering en met het geven van zijn of haar mening.

- **Helder blauw**

Mensen met een voorkeur voor blauw zijn correct en handelen vanuit ratio. Ze werken graag systematisch en denken altijd logisch na. Ze hebben oog voor detail en zijn bescheiden. Knelpunten kunnen zijn dat dit leidt naar perfectionisme en dat ze 'gevoelsarm', conservatief, sceptisch en gereserveerd zijn.

Meer over Happyholics en onze ervaring met de Insights Discovery training lezen? Dat kan [hier](#).

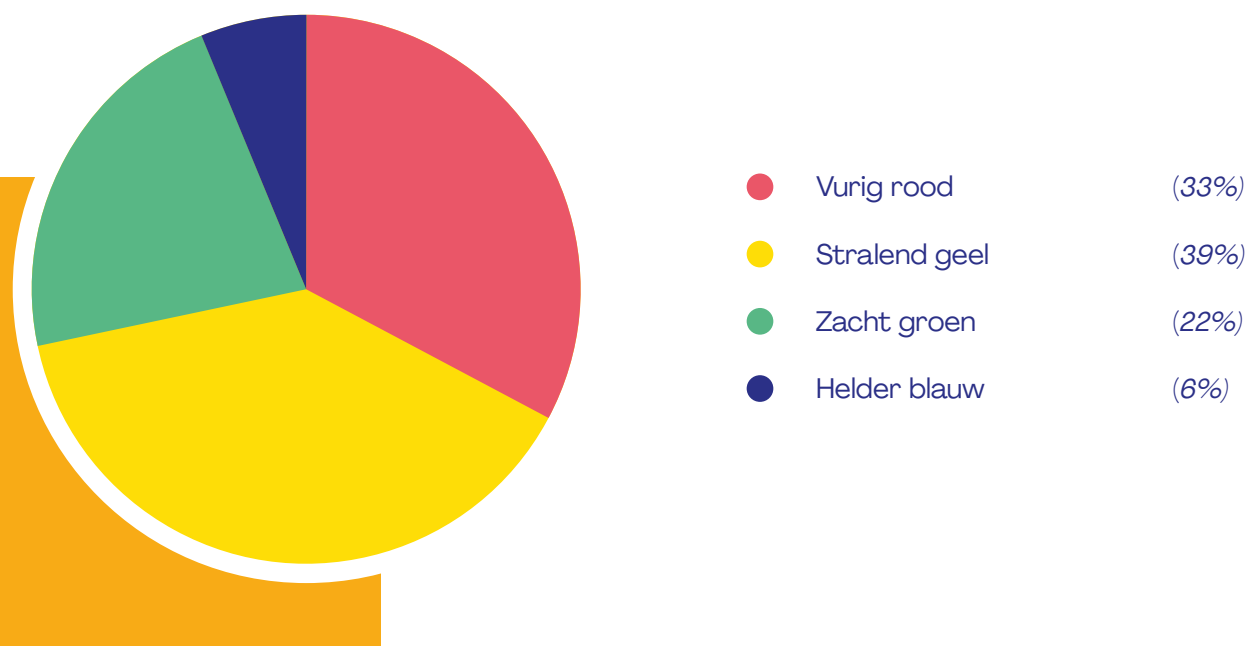


“Niet alle Sales Consultants zijn het stereotype gehaaide, extraverte gladde boys zoals in The Wolf of Wallstreet en dat is maar goed ook. Voordat ik begon vroeg ik me wel eens af of je niet enorm extravert moet zijn om de sales in te gaan. Er zijn echter genoeg klanten en kandidaten die juist mijn “down to earth” aanpak kunnen waarderen. Daarbij zorgt mijn rustige en vriendelijke houding vaak voor een goede vertrouwensband met mijn partners.”

Timo | Senior Recruitment Consultant bij Buro5
Voorkeurskleuren blauw, rood & groen

Elk persoon gebruikt in meer of mindere mate alle kleuren, maar je profiel maakt inzichtelijk welke manieren van handelen je voorkeur hebben. Iedereen kan dus alle kleuren toepassen, maar je profiel is het meest natuurlijk voor je. Er is dan ook geen goed of fout; zo zitten er allerlei verschillende types op onze functies. En daar plukken we juist de vruchten van, want een gevarieerd bedrijf en team is effectiever, succesvoller en vooral leuker. Bovendien worden saleswerkzaamheden zo op verschillende manieren aangevlogen. Dit kan medewerkers helpen tijdens hun gesprekken met klanten. Andersom herkennen zij natuurlijk ook de voorkeurskleuren van deze klanten waar ze effectief op kunnen inspelen. Daarnaast kennen we ook elkaars profielen onderling waardoor we beter samenwerken.

Dat begon zelfs al bij onze oprichters Jelle, Douwe, Patrick en Quintus; zij hebben alle vier een ander kleurenprofiel, wat dus een versterkend effect heeft op de organisatie. De één vult de ander namelijk aan. Ze komen alle vier oorspronkelijk uit de sales en zorgen er gezamenlijk voor dat de organisatie in balans is, ondanks dat ze verschillende types zijn. Hieronder zie je de verdeling in voorkeurskleuren onder onze medewerkers:



“Een baan in de sales past goed bij mijn persoonlijkheid omdat ik veel kansen zie, graag de verbinding opzoek met mensen die ik nog niet ken en nieuwsgierig ben.”

Jelle | Mede-oprichter
Voorkeurskleuren geel & rood



conclusie

Je kan aan de hand van je persoonlijkheid goed bepalen of je bij sales past. Onthoud hierbij dat de ene voorkeurskleur de ander versterkt; elk persoon werkt mee aan het succesvolle, grotere geheel. Onze oprichters hebben alle vier een andere persoonlijkheid en voorkeurskleur. Juist daardoor werken zij erg goed samen. Anders zou The Next Label nu ook niet zijn waar het is.

04 | Welke competenties heb je nodig bij een commerciële baan?

Nu we hebben besproken hoe je aan de hand van je studie en persoonlijkheid weet of je geschikt bent voor sales, pakken we ook de competenties erbij. We laten je niet alleen zien hoe je je eigen competenties duidelijk in beeld brengt, maar ook welke er typerend zijn voor sales en wat wij doen om aan ze te blijven werken.

4.1 Wat zijn competenties?

Een competentie is op te bouwen uit drie dingen:

- Je kennis
- Je vaardigheden
- Je karaktertrekken

Deze drie combineer jij dagelijks om een bepaald, meestal werk gerelateerd, doel te behalen. Denk aan: een hogere productiviteit, een goede sfeer, meer omzet of een betere merkbeleving. Maar pas op, want competenties worden vaak verward met vaardigheden. Dit heeft toch beide een andere betekenis, want een vaardigheid is slechts een deel van je competentie.

4.2 Welke competenties zijn belangrijk in de sales?

In de meeste gevallen heb je voor elke functie andere competenties nodig. Zo zijn er dus ook voor sales bepaalde competenties die belangrijk zijn om te hebben. Uit een onderzoek gedaan op 100 salesvacatures is gebleken dat onderstaande de drie meest gezochte competenties in de sales zijn:

1 Proactiviteit (90%)

Waarom? Omdat je door proactief te zijn verantwoordelijkheid neemt voor je eigen succes: jij bent degene die deals moet sluiten en zo aan je bonussen/incentives komt. Je bent dus in staat om kritisch te zijn op jezelf en te kijken waar er verbeterpunten zitten. Je bent dus problemen vóór en overziet de markt.

2 Empatisch vermogen (75%)

Waarom? Omdat je je dan goed kunt inleven in je kandidaat of klant. Dat is natuurlijk belangrijk als je hem/haar goed wil helpen. Door te luisteren en je in te leven in de ander weet je het beste welke vervolgstappen je moet nemen voor diegene.

3 Resultaatgericht (65%)

Waarom? Sales draait nou eenmaal om resultaten en omzet. Als je niet resultaatgericht bent heb je dus ook niet als hoofdprioriteit om omzet te genereren, wat juist precies is waar sales om draait.

Maar ook goed kunnen onderhandelen, oplossingsgericht zijn, goed kunnen plannen, goed op de hoogte zijn van wat concurrenten doen, luistervaardigheid en leergierigheid zie je veel terug bij mensen die een salesfunctie hebben.

Lees hier welke competenties je nodig hebt voor een [baan in sales](#).

4.3 Hoe kom je erachter wat je competenties zijn?

Om erachter te komen wat je competenties zijn, kun je simpelweg nagaan welke werkzaamheden jou gemakkelijk afgaan. Maar om hier extra kracht bij te zetten kun je competentietesten doen. We hebben de beste drie voor je onder elkaar gezet.

- **123test.nl**

Deze test is laagdrempelig en snel. Je begint met een competentielijst waarop je competenties aanklikt waarvan je weet dat je ze hebt. Vervolgens kies je uit een steeds kleiner wordende lijst de competenties waarmee jij je het meest identificeert. Uiteindelijk blijft er een analyse over en heb je een beknopt competentielijstje over. Overzichtelijk en handig, dus.

- **Testcentrum Groei**

Eerst vul je je leeftijd, geslacht en opleidingsniveau in om vervolgens door te klikken naar de test. Geen zorgen, deze test is zonder registratie en je krijgt direct je uitslag. De test bestaat uit allerlei stellingen waarop jij antwoord met: helemaal niet goed, niet zo goed, voldoende, goed en heel goed. Dit zijn hele uiteenlopende stellingen zodat er echt goed wordt achterhaald waar je talenten liggen. Alles beantwoordt? Dan krijg je je resultaat te zien.

- **The Job Matcher**

Net als bij de test van Testcentrum Groei, vul je eerst kort wat gegevens van jezelf in. Wederom geen zorgen maken, want je zit ook bij deze test nergens aan vast achteraf. Daarna krijg je telkens een meerkeuzevraag met drie antwoordopties, welke je beantwoordt in de volgorde van wat jij belangrijk vindt. Daarna krijg je je resultaat. Easy does it!

“Resultaatgerichtheid zorgt ervoor dat je continu naar iets toewerkt. Je hebt een visie waardoor je jezelf uitdaagt om hoe dan ook bij het eindstation te komen!”

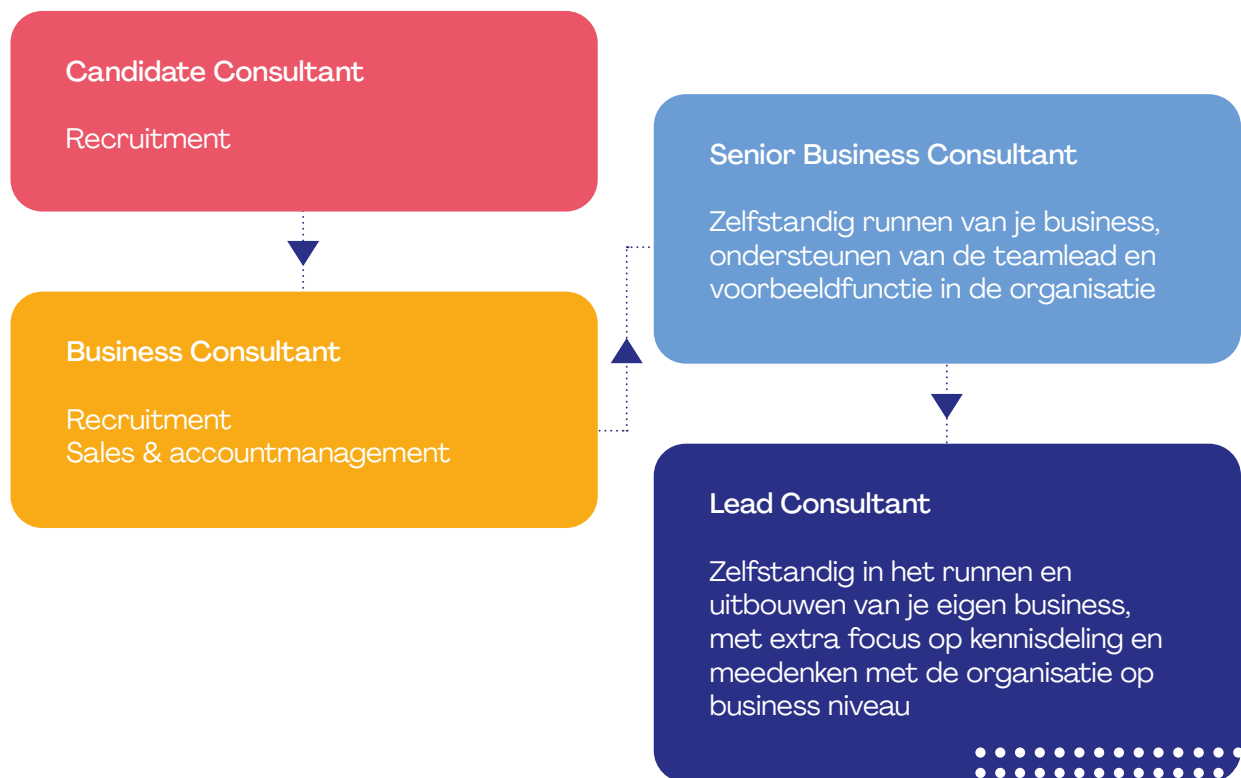
Milad | Teamlead bij Cooder



4.4 Hoe werken wij aan onze competenties en welke zien wij veel terug op de werkvloer?

Als je bij The Next Label werkt, krijg je maandelijkse begeleiding op basis van een 'skills matrix'. Dit is een tool om ieders individuele kwaliteiten en competenties te ontdekken die je gebruikt om je werk goed te kunnen doen. Zo kunnen we ook zien waar medewerkers al goed in zijn en waar ze nog bijschaving nodig hebben.

Ook hebben we een consultant-traject. Dit is een traject dat je als salesmedewerker volgt wanneer je ambitie hebt om je verder te specialiseren in de business. We focussen namelijk op dat jij je ontwikkelt en kan doorgroeien in je rol; dat vinden we erg belangrijk. We leggen hierbij jouw ontwikkeling en voortgang onder de loep, om vervolgens de juiste stappen op te stellen die je verder brengen in het traject. Dit traject ziet er zo uit:



Welke competenties zien wij veel terug op de werkvloer?

Competenties	Competentiegebied
Ambitie	Motivatie
Resultaatgerichtheid	Motivatie
Doorzettingsvermogen	Motivatie
Initiatief	Motivatie
Overtuigingskracht	Communicatie
Inlevings- en aanpassingsvermogen	Persoonlijk gedrag
Stressbestendigheid	Persoonlijk gedrag
Ondernemerschap	Ondernemen
Commercieel inzicht	Ondernemen



“Empathisch vermogen is belangrijk om echt te kunnen meeleven met je kandidaat en klant. Je wil hun situatie goed begrijpen om zo samen naar een gerichte oplossing te werken. In mijn rol als Senior Business Consultant ben je dagelijks bezig met het ondersteunen van de kandidaten en klanten die je spreekt. Vaak hebben zij een pijnpunt dat ze willen oplossen waarvoor ze jou inschakelen om dit te doen.”

Rick | Senior Business Consultant bij Cooder

conclusie

Je hebt voor elke functie competenties nodig om je doelen te behalen. Voor een baan in de sales zijn de belangrijkste competenties resultaatgerichtheid, empathisch vermogen en proactiviteit. Om erachter te komen wat jouw competenties zijn, kun je online gratis competentietesten doen, maar ook eens letten op welke werkzaamheden jou makkelijk afgaan. Zelf houden we per medewerker een skills matrix bij om je zo goed mogelijk door het consultant-traject te leiden.

Tenslotte

Je komt erachter of een commerciële salesbaan bij je past als je het volgende inzichtelijk hebt: je carrièremogelijkheden na je studie, je persoonlijkheidskenmerken en je competenties. Houd bij eerstgenoemde in je achterhoofd dat je jezelf niet moet beperken tot banen die er standaard bij aansluiten. Laatstgenoemde twee kun je doen door verschillende online testen te maken. Bij The Next Label wordt er veel gedaan aan interne opleiding waardoor je vanzelf nieuwe competenties leert. Hierbij is iedere medewerker zich bewust van hun voorkeurskleur en die van een ander. Zo werken wij op de best mogelijke manier samen en behalen we gezamenlijk onze doelen!

Vond je dit whitepaper interessant maar zit je nog met vragen?

Neem vrijblijvend contact op met onze Senior Corporate Recruiter **Britt**, zij staat je graag te woord!



Of neem een kijkje op onze website!
www.thenextlabel.nl

