

**BIK 2928 Profesjonelt salg****Studium**

Spesialkurs

**Kursansvarlig**

Gorm Kunøe

**Institutt**

Institutt for markedsføring

**Semester**

Se studieplan for aktuelt studium

**Studiepoeng**

7,5

**Undervisningsspråk**

Norsk

**Innledning**

Selgeren er en sentral konkurransefaktor for bedriften. Selgerne skal i praksis realisere bedriftens mål og strategier. I salgsbegrepet inngår personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel for å få til en ønsket atferdsendring uansett om dette gjøres for en bedriftsintern eller bedriftsekstern kunde.

Kurset i personlig salg skal gi deltakerne kompetanse innen salg, og gi deltakerne forståelse av salget som den mest kostbare form for markedsføring, lære å effektivisere egen innsats samt forholde seg til det personlige salg sammen med andre virkemidler. Å knytte relasjoner er en vesentlig suksessfaktor innen seriøst salg og derfor en "rød tråd" gjennom kurset.

Et eget avsnitt er viet "avslutningsteknikker": Den ferdighet som avgjør hvem som får ordren.

**Læringsmål**

Målet med kurset er å bringe deltakerne på et kunnskapsmessig nivå som setter dem i stand til å planlegge og gjennomføre personlige salg.

Kunnskapsmål

Å forstå hva det betyr i praksis å selge profesjonelt og hvordan tilegne seg kompetanse som setter deltakeren i stand til å fungere som selger av yrke.

Få tilført kompetanse som setter deltakeren i stand til å etablere og utvikle kundeforhold.

For å sikre læring, skal det vektlegges å være forberedt. Systematisk utleveres oppgaver som bør være løst til hver gang.

Ferdighetsmål

Deltakerne skal på egen hånd være i stand til å kontakte mulige kunder og gjennomføre en salgsprosess.

Være i stand til på egen hånd å utarbeide en salgsplan som fyller de av salgsledelsen oppsatte aktivitetsmål, og kunne gjennomføre planlegging av kundeforholdet over tid.

Holdningsmål

I løpet av kurstiden skal deltakeren forstå at selgeren både er uunnværlig for bedriften, og samtidig en aktiv bygger av bedriftens omdømme overfor eksisterende og nye kunder.

Kurset skal gjennom profesjonalisering av deltakeren få etablert en kritisk og konstruktiv holdning til begrepet salg. Gjennom kurset utvikle god forståelse for den etiske side av salget.

### **Forkunnskaper**

Kurset forutsetter ingen forkunnskaper.

### **Obligatorisk litteratur**

#### **Bøker:**

Berg, Petter A. 2009. Kunsten å selge : etablere, beholde og utvikle salgsrelasjoner. 4. utg. Oslo : Cappelen akademisk forlag

#### **Artikkelsamling:**

Hoyer, Wayne D., Andreas Herrmann and Franz Huber. 2002. When buyers also sell: the implications of pricing policies for customer satisfaction. *Psychology & Marketing*. 19(4). 329-355 (26 sider)

Rigby, Darrel K., Fredrick F. Reichheld og Phil Schefter. 2002. Avoid the four perils of CRM. *Harvard Business Review*. February. 7 sider

Sharma, Arun. 1999. Does the salesperson like customers? : a conceptual and emperical examination of the persuasive effect of perceptions of the salesperson's affect toward customers. *Psychology & Marketing*. 16(2). s. 141-162

Ulwick, Anthony W.. 2002. Turn customer input into innovation. *Harvard Business Review*. January. 6 sider

### **Anbefalt litteratur**

#### **Bøker:**

Jobber, David and Geoff Lancaster. 2009. *Selling and sales management*. 8th ed. Harlow, England : Financial Times/Prentice Hall  
Manning, Gerald L. and Barry L. Reece. 2009. *Selling today : creating customer value*. 11th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall

Toft, Erik. 1988. *Projektsalget : business to business : systematik, strategi & taktik*. [S.l.] : Seagull

### **Emneoversikt**

- Introduksjon til personlige salg og salgsplanlegging
- Planlegging og systematikk
- Salgsplanlegging med dataverktøy
- Salgets strategi
- Selgerrollen og selgerens personlige egenskaper
- Salgets psykologi
- Salgsteknikk
- Avslutningsteknikker: Få ordren
- Effektivitet og personlig planlegging
- Kontroll og styring etter norm- og nøkkeltall
- Presentasjon og presentasjonsteknikk

### **Dataverktøy**

Dataverktøy benyttes ikke i kurset, dog anvendes styrings-metoder som deltakerne finner igjen i de mest anvendte salgsstøtteverktøy eller crm-systemer.

### **Læreprosess og tidsbruk**

Kurset gjennomføres over 36 kurstimer med forelesninger og gruppearbeid, og deltakerne oppfordres til å relatere øvingsoppgaver til egen bedrift.

<b>Aktivites</b>	<b>Timebruk</b>
Deltakelse i forelesning	36
Forberedelser til forelesninger	24
Oppgaveløsning (egen og grupper)	40
Selvstudium litteratur/eksamensforberedelse	60
Diverse / egenadministrasjon	40
Totalt	200

**Ressursbruk:**

Forelesninger m/ dialog og mindre gruppeoppgaver	36
Veiledningsseminarer i prosjektoppgave	9
Totalt	45

**Eksamen**

Ved kursets start orienteres deltakerne om prosjektoppgavens form og innhold. Det forutsettes at deltakerne engasjerer seg i skriving av prosjektoppgaven i løpet av kurset og veiledning gis løpende og det arrangeres veiledningsseminarer som hjelp til gjennomføring av prosjektoppgaven. Prosjektoppgaven leveres etter avsluttet kurs og kan skrives i grupper på inntil tre personer. Det er den eneste evaluering i kurset.

**Eksamenskode(r)**

BIK 29281 - Prosjektoppgave, teller 100% frem til fullført og bestått kurs i BIK 2928, 7,5 studiepoeng.

**Hjelpemidler til eksamen**

Alle hjelpemidler er tillatt.

**Kontinuasjon**

Kontinuasjon ved neste gjennomføring av eksamen.

**Tilleggsinformasjon****Godkjenningsprosess i Undervisningsutvalget**