

Salgspsykologi og grundlæggende salg

Omfang:	10 ECTS-point
Eksamensform:	Mundtlig prøve på baggrund af et kort projekt. Projektet indgår i bedømmelsen. Ekstern censur.

Formål

Formålet med faget er at give den studerende en forståelse af grundlæggende salgspsykologi og kompetence til at agere i forhold til forskellig kundefærd, tilpasse egen adfærd og kommunikation til forskellige kundetyper for derved opnå bedre salgsresultater. Faget giver desuden en introduktion til grundlæggende teknikker i forbindelse planlægning gennemførelse og opfølgning på et salgsmøde.

Deltagelse i faget vil give den studerende forståelse for vigtigheden af planlægning, og færdigheder i at anvende konkrete værktøjer til at planlægge og prioritere sin tid effektivt og forebygge negativ stress i salgsarbejdet.

Læringsmål: Den studerende...

Viden og forståelse

- Udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller indenfor salg og salgskommunikation.
- Praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold til, hvilke personlige egenskaber, der er vigtige i salgsarbejdet.
- Praksis omkring, hvordan personlighed og kommunikationsform kan påvirke kunderne.
- Hvordan centrale teorier om kommunikation er væsentlige omdrejningspunkter i salgsarbejdet.
- Egne styrker og svagheder i salgssammenhæng ud fra personprofilanalyse.
- De to centrale begreber - positiv og negativ stress.
- Central jura i salget.
- Effektiv after sales service og behandling af kundereklamationer.

Færdigheder

- Kunne arbejde kundeorienteret og anvende centrale metoder fra salgspsykologien - herunder vurdere kropssprog og forstå købmotiver.
- Læse, forstå og vurdere praksisnære problemstillinger i forhold til kundens forventninger og adfærd.
- Arbejde systematisk med i praksis at skabe tillid hos kunden ved bevidst tilpasning af salgssindsats og kommunikation overfor forskellige kundetyper.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at opstille relevante mål for et salgsbesøg og følge op disse.
- Anvende centrale værktøjer og metoder til at frembringe relevant viden om kunder og konkurrenter.
- At udvælge og anvende egnede åbninger og afslutninger på en salgssituation.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at skabe kontakt og booke et møde.

Fagmodul – Akademiuddannelse (AU)

- Anvende centrale metoder og værktøjer til at strukturere og efterfølgende gennemføre en salgssituation/et salgsmøde.
- Anvende strukturerede spørgeteknikker til afdækning af værdiskabende forhold for kunden og til opnåelse af accept på disse behov fra kunden.
- Anvende teknikker til præsentation (inkl. hjælpemidler) af løsninger på kundebehov og til opnåelse af accept på disse løsninger på en effektiv måde.
- Anvende teknikker til planlægning og strukturering af egen tid.

Kompetencer

- Identificere forskellige kundetyper og forstå vigtigheden af at kunne tilpasse egen indsats i forhold til disse for derved opnå bedre salgsresultater.
- Håndtere kundens ønsker ved hjælp af lytte og spørgeteknik.
- Udarbejde plan for personlig udvikling.
- Håndtere negativt stress ved hjælp af planlægning og struktur.
- Håndtere valg af kundeemner og bedømme potentialet i disse.
- Håndtere kundeindvendinger på en differentieret måde i relation til den enkelte.
- Deltage i samarbejde med alle kundetyper og udvise fleksibilitet.
- Håndtere konfliktsituationer og reklamationer.

Indhold

- Personprofil og personlig adfærd.
- Identifikation af kundemotiver og -mål.
- Verbal og nonverbal kommunikation.
- Kommunikationsværktøjer og modeller.
- Spørgeteknik og aktiv lytning.
- Emnegerering.
- Salgsbrevet.
- Telefonsalg og mødebooking.
- Præsentationsteknik.
- Indvendingsbehandling.
- Værdibaseret salg.
- Personlig planlægning og udvikling.
- Stresshåndtering.
- After sales service.