

Strategisk salg

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

Formål

Formålet med faget er at give den studerende kompetence til selvstændigt at lede, analysere, tilrettelægge og gennemføre salg på strategisk niveau. Deltagelse i faget vil give den studerende færdigheder i styring af kilderne til og antallet af leads (kundeemner), salgsledelse samt key account management. Hertil kommer viden om samt forståelse for indkøbsstrategi og risikostyring i salgsindsatsen.

Læringsmål: Den studerende...

Viden og forståelse

- Udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller indenfor begrebet key account management.
- Praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold til strategisk indkøb og købsadfærd i større organisationer.
- Praksis omkring samarbejdsformer, hvor salg spejler indkøbet.
- Central teori omkring de forskellige roller i købscenteret.
- Praksis omkring relevante kompetencer (faglige som personlige) som key account manager.
- Praksis omkring værdien af salg gennem netværk og sociale medier.
- Praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold forskellige former for organisering af salgsindsatsen.
- Central teori om forskellige former for motivation og aflønning som væsentlige omdrejningspunkter i salgseffektivitet.
- Praksis omkring coaching og pipeline managements værdi.
- Udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller indenfor forhandling.

Færdigheder

- Arbejde systematisk med i praksis at opstille og følge op på salgsmål.
- Arbejde systematisk med i praksis at afdække og analysere værdiskabende forhold for kunden.
- Arbejde systematisk med i praksis at analysere og tilpasse sig en kundes købsadfærd og indkøbsstrategi med udgangspunkt i central teori omkring Supply Chain management.
- Arbejde systematisk med i praksis at anvende teknikkerne i *tillidsbaseret rådgivning*.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at inddrage sociale medier og netværk i sin salgsplan.
- Arbejde systematisk med i praksis at *lede en strategisk salgsfunktion*.
- Sikre at virksomheden genererer det optimale antal leads og kunder, der er brug for gennem de nuværende kanaler.

Fagmodul – Akademiuddannelse (AU)

- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge en forhandlingsituation med flere deltagere fra sælgers virksomhed.

Kompetencer

- Håndtere udarbejdelse og planlægning af det strategiske salg.
- Håndtere udarbejdelse af en kundeplan og strukturere salgsindsatsen.
- Håndtere afdækning af kundens værdikæde og analysere nøglen til kundens konkurrencekraft.
- Vælge og anvende relevante redskaber, metoder og teknikker indenfor strategisk salg og anvende terminologien i kommunikationen med samarbejdspartnere og brugere.
- Håndtere gennemførelse af en forhandling.
- Analysere og optimere virksomhedens kanaler for nye kundeemner.
- Vælge og anvende relevante redskaber, metoder og teknikker til identifikation og imødegåelse af risici ved salgsplanen.
- Håndtere udarbejdelse af kundeplaner for sine key accounts.
- Håndtere etablering af et system til lagring og opfølgning af kundedialog (CRM).

Indhold

- Key account management.
- Relations-salg.
- Projektsalg.
- Tillidsbaseret rådgivning.
- Købsadfærd og indkøbsstrategi.
- Salgscenteret.
- Forhandling.
- Salgsledelse.
- Motivation og coaching.
- Salgsstrategi.
- Salgsplanlægning.
- Salgsopfølgning (pipeline management).
- Salg gennem netværk og sociale medier.
- Risikostyring i salget.
- Customer relation management (CRM).
- Lead management (styring af emnegenerering).