



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2003/2004

MRK 9910 Account Management og personlig salg

Studium

Ikke angitt

Kursansvarlig

Gorm Kunøe

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

9

Mål

Målet for dette kurs er å lære våre studenter hvordan man målrettet utvikler sine viktige kunder gjennom aktiv relasjonsbygging og salgsarbeid.

Om kurset

Å betrakte alle kunder som like hører fortiden til. Den enkelte kunde blir idag vurdert for at leverandørens organisasjon kan gi den støtte kundens status og fremtidige muligheter rettferdiggjør. Personlig salg, salgsstyring, salgsledelse og ettermarkedsføring på enkeltkundenivå blir i stadig økende grad fokusert av bedrifter i det industrielle marked som en forutsetning for lønnsom utvikling og vekst. Å miste en kunde fordi kunden følte seg glemt, å mangle forståelse for hvordan bedriften behandler gode kunder, er dødbringende for bedrifter i dag. Vi er inne i en periode hvor det "å ta vare på", "å bygge relasjoner" er blitt mer enn et moteord som må realiseres av salgsfunksjonen.

Key Account Management er et sentralt emne innen Account Management og temaet vil bli inngående drøftet for å sette studentene i stand til å forstå rollen som "Key Account Manager".

I kurset inngår temaet "personlig salg og salgsplanlegging" som en vesentlig og integrert del.

Forkunnskaper

Generell kunnskaper innenfor markedsførings- og økonomisk-administrative fag.

Obligatorisk litteratur

Vavra, T. G. 1995. *Aftermarketing : how to keep customers for life through relationship marketing*. rev. and updatet. New York: McGraw-Hill.

Blackstone, A. L. 1995. *Manage globally, sell locally: The art of strategic account management*. Burr Ridge, ILL.: Irwin.

Berg, P.A. 2000. *Kunsten å selge*. 2. utg. Oslo : Cappelen akademisk forlag.

Kunøe, G., red. 1999. *Artikkelsamling i Account management og relasjonsmarkedsføring*. Sandvika: BI Forlag.

Anbefalt litteratur

McDonald, Malcolm, Beth Rogers og Diana Woodburn. 2000. *Key customers : How to manage them profitably*.

Oxford: Butterworth-Heinemann.

Emneoversikt

- Teoretisk og empirisk introduksjon til Account Management, relasjonsmarkedsføring og det personlige salg
- Strategiene bak Account Management og ettermarkedsføring
- Kundeteam: Deres opprettelse og funksjon
- Støttefunksjoner til account management

- Kundestyringsprosessen
 - Informasjonsinnhenting
 - Planlegging
 - Budsjettering
 - Læringsprosesser
- Kundedialog
 - Kundetilfredshetsmålinger
- Operativ planlegging av kundens utvikling.
 - Salgets strategi
 - Selgerrollen og selgerens personlige egenskaper
 - Salgets psykologi
 - Salgsteknikk
 - Avslutningsteknikker
 - Effektivitet og personlig planlegging
- Key Account Management
 - Key Account Managerens rolle i bedriften
 - Key Account Managerens rolle overfor kunden
 - Organisering av Key Account Management-funksjonen
- IT-systemer til salgsstyring
- Utvikling av en account management funksjon i leverandørbedriften.
 - Strategier
 - Organisasjon
 - Arbeidsform
 - Bemanning
- Kontroll og styring etter nøkkeltall
- Presentasjon og presentasjonteknikk

Dataverktøy

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 54 kurstimer, forelesninger og studentstyrt gruppearbeid.

Eksamen

Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 99101 Account Management og personlig salg - Skriftlig eksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9910, 9 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.