



MRK 3501 Profesjonelt salg og forhandlinger

Studium

Bachelorstudiet i markedsføringsledelse (2. år)

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 og forhandlingsferdigheter som aktive virkemidler for å få til en ønsket atferdsendring hos en kunde eller en leverandør. Salg er "å være/ikke være" for alle bedrifter, og ethvert salg på bedriftsmarkedet bærer større eller mindre preg av forhandlinger. Kurset i profesjonelt salg og forhandlingsteknikk kombinerer således to viktige kompetanseområder for alle som skal fungere i salg – og markedsfunksjonen i en bedrift, og utvikle seg som profesjonelle selgere. Å knytte relasjoner er en vesentlig suksessfaktor innen industrielt salg og forhandlinger. Relasjonsutvikling og effektivitet er derfor en "rød tråd" gjennom kurset. **Målet** med kurset er å bringe deltakerne på et kunnskapsmessig nivå som setter dem i stand til å planlegge og gjennomføre profesjonelle salg og tilhørende forhandlinger på bedriftsmarkedet. I salgsbegrepet inngår personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel for å få påvirket en eksisterende eller en kommende kunde i ønsket retning.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Etter gjennomført kurs skal studentene ha tilegnet seg kunnskaper om hva det betyr i praksis å selge profesjonelt og forhandle med kunder, samt kunnskaper som skal sette dem i stand til å fungere som B2B-selgere og forhandlere.

Studenten bør ha:

- En grunnforståelse for den profesjonelle selgers rolle
- God forståelse for effektivitet i salg
- Kunnskap om ulike typer organisering av salg
- Kunnskap om sentrale temaer og problemstillinger, knyttet til forberedelse, organisering, gjennomføring og -oppfølging av forhandlinger

Ferdighetsmål

Studentene skal være i stand til å kontakte mulige kunder og gjennomføre en salgs – og forhandlingsprosess.

Være i stand til å utarbeide en salgsplan som fyller de av salgsledelsen oppsatte aktivitetsmål, gjennomføre planlegging av kundeforholdet over tid og forhandle frem de forventede løsninger.

1. Kunne lage en god salgs – og forhandlingsplan.
2. Kunne gjennomføre et salg og en forhandling.
3. Utvikle grunnlaget til å takle forskjellige typer salgs – og forhandlingssituasjoner

Holdningsmål

Gjennom kurset skal studenten utvikle en profesjonell, kritisk og konstruktiv holdning til kompetanseområdene salg og forhandlinger. De skal være i stand til å reflektere rundt juridiske og etiske grenser for salgs- og forhandlingsteknikker. Gjennom kurset utvikle god forståelse for den etiske side av salg og forhandlinger.

Forkunnskaper

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Kunøe, Gorm. 2014. Topplinje : om effektivitet i profesjonelt salg. ScanForum AS
Rognes, Jørn K. 2008. Forhandlinger. 3. utg. Universitetsforlaget

Artikkelsamling:

Gorm Kunøe. 2015. Artikkelsamling til Profesjonelt salg og forhandlinger. Artiklene kan lastes ned fra bibliotekets hjemmeside..

- Geiger, Susi og Guenzi, Paolo (2009) "The Sales function in the twenty-first century: where are we and where do we go from here?" European Journal of Marketing. 2009. Vol. 43
- Hansen and Riggie (2009) "Ethical salesperson behaviour in sales relationships," Journal of Personal Selling & Sales Management, vol. XXIX, no. 2
- Ahearne, Rapp, Mariadoss and Ganesan (2012) "Challenges of CRM implementation in B2B markets: A contingency perspective," Journal of Personal Selling & Sales Management, vol. XXXII, no. 1
- Marshall, Moncrief, Ruud and Lee (2012) "Revolution in Sales\ The impact of social media and related technology on the selling environment," Journal of Personal Selling & Sales Management, vol. XXXII
- Frank Q. Fu, Richards, Keith A. og Jones, Eli (2009) "The Motivation Hub: Effects of Goal Setting and Self-Efficacy on Effort and New products Sales", Journal of Personal Selling & Sales Management, Vol. XXIV, no.3 (Summer 2009)

Anbefalt litteratur

Bøker:

Manning, Gerald L., Barry, L. Reece, Michael Ahearne. 2012. Selling today : partnering to create value. 12th ed., International ed. Pearson

Petersen, Eirik. 2009. Nå dine salgsmål! : grunnleggende salgsteknikk for alle som jobber med kunder. Universitetsforlaget

Emneoversikt

1. Introduksjon til salg på bedriftsmarkedet (B2B)
2. Selger i B2B
 - a. Personlige utviklingsprosesser
 - b. Det interne samarbeid
3. Salgets prosesser
4. Salgskommunikasjon
5. Salgets organisering
 - a. Selvledelse
6. Account management og key account management
7. Salgsplanlegging
8. Relasjonsutvikling og CRM
9. Introduksjon til forhandlinger
10. Forhandlingsformer
11. Forhandlingsplanlegging
12. Kommunikasjon i forhandlinger
13. Profesjonelt salg og forhandlinger

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset, men studentene vil få demonstrert typiske IT-baserte CRM-systemer.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over 42 kurstimer med forelesninger, gruppearbeid og veiledningsseminar i anvendelse av et CRM-system.

Det er en innleveringsoppgave i kurset (arbeidskrav) knyttet til det vanlige gruppearbeid og anvendelse av CRM-system. Innleveringsoppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre (3) studenter. Orientering om innleveringen skjer via It's learning og fristene vil bli opplyst ved kursstart. Tilbakemelding på innleveringene skjer i plenum.

Anbefalt tidsbruk:

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i forelesning	42
Forberedelse og etterarbeid til forelesninger	75
Oppgaveløsning og trening med CRM system (egen og grupper) (inkludert foreleserstyrt anvendelse av CRM system)	40
Case innlevering	8
Diverse/eksamensforberedelse	44
Anbefalt tidsbruk totalt	209

Ressursbruk

33 timer - Forelesninger m/ dialog og mindre gruppeoppgaver

9 timer - presentasjonsseminarer i CRM
3 timer - Vurdering av innleveringene og gjennomføring av prosessen - Sentralt koordinert
48 timer totalt

HOURS: 1. Classroom: 42 2. Local process: 0 3. Other: 3 Sum: 45

Arbeidskrav

Det er en innleveringsoppgave relatert til gruppearbeidet utført i løpet av semesteret .

Eksamen

Kurset avsluttes med en fagoppgave over 4 uker, som kan løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter.

Eksamenskode(r)

MRK 35011 Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 3501, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen tilbys hvert semester.

Studenter som ikke får godkjent arbeidskravet i kurset får ikke ta eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset på nytt ved senere gjennomføring. Studenter som ikke får bestått på fagoppgaven eller som ønsker å forbedre karakteren, må ta ny kontinuasjonseksamen ved senere gjennomføring av eksamen.

Tilleggsinformasjon