



VHL 3681 Kundemøtet - salg og kundebehandling i detaljhandel

Studium

Bachelorstudiet i Retail Management (3. år)

Kursansvarlig

Gorm Kunøe

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Salgsopplevelsen i detaljhandelen spiller en overordnet rolle for at kundene skal føle seg velkomne, få lyst til å handle og til å komme tilbake til butikken. Samtidig skal butikkselegeren i praksis realisere bedriftens omsetnings mål og forstå sin rolle som merkebygger. I salgsbegrepet inngår personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel for å få påvirket en eksisterende eller en kommende kunde i ønsket retning.

Læringsmål

Målet med kurset er å gi deltakerne kompetanse til å forstå og gjennomføre optimale salgsprosesser i butikk. I læringsprosessen skal studentene få forståelse for at møtet med kunden er det mest kostbare og samtidig den mest virkningsfulle form for markedsføring.

Kunnskapsmål

- Studentene skal tilegne seg forståelse av hvordan selge på en kundesvennlig og imøtekommende måte som sikrer et positivt resultat for både kunde og butikk.
- Studenten tilegne seg kompetanse for å kunne sette opp en treningsplan for seg selv og kollegaer til forbedring av kundemøtet

Ferdighetsmål

- Studenten skal etter kurset kunne gjennomføre vellykkede kundesamtaler som skaper tilfredse kunder og optimerer salget i butikken de jobber i.
- Kundesamtalen står i sentrum for kundemøtet og studenten skal ha fått innsikt i og utprøvd hvordan gjennomføre en positiv kundedialog.
- Studenten skal være i stand til sammen med kollegaer å anvende den interaktive metode for vellykkede kundemøter i praksis.
- Studenten skal kunne sette opp en treningsplan for seg selv og kollegaer til forbedring av kundemøtet

Holdningsmål

- Studenten skal forstå at som selger er man både uunnværlig for bedriften, og samtidig en aktiv bygger av bedriftens omdømme overfor eksisterende og nye kunder. At den personlige fremtreden er viktig for resultatet og det neste salg.
- Studenten skal ha utviklet en kritisk - konstruktiv holdning til begrepet personlig salg.
- Studenten skal ha utviklet god forståelse for den etiske side av salg i butikk.

Forkunnskaper

Det forventes at studentene har forkunnskaper fra Forbrukeratferd, Markedsføringsledelse, Omdømmebygging i varehandelen, Retail II Butikkledelse eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Cialdini, Robert B. 2011. Påvirkning : teori og praksis. 2. utg. Abstrakt forlag
Petersen, Eirik. 2009. Nå dine salgsmål! : grunnleggende salgsteknikk for alle som jobber med kunder.

Universitetsforlaget

Anbefalt litteratur

Bøker:

- Berg, Petter A. 2012. *Kunsten å selge : etablere, beholde og utvikle salgsrelasjoner*. 5. utg. Cappelen Damm akademisk
- Manning, Gerald L., Barry, L. Reece, Michael Ahearne. 2014. *Selling today : partnering to create value*. 12th ed., New international ed. Pearson
- O'Keefe, Daniel J. 2002. *Persuasion : theory & research*. 2nd ed. Sage Publications

Emneoversikt

- **Introduksjon til kundemøtet, profesjonell salg i butikk, til treningsprogrammet og arbeidskrav**

- **Tematisk forelesningsplan:**

Nå dine salgsmål

- Nå dine salgsmål
- Salgsyrket i butikk
- Innsatsfaktorer som påvirker salget
- Møtet med kunden
- Verbal og nonverbal kommunikasjon

Påvirkning

- Gjensidighet
- Konsistens
- Sosiale bevis
- Sympati
- Autoritet
- Knapphet

Nå dine salgsmål - fortsatt

- Salgsprosessen
- Kjøpsprosessen
- Butikksalg
- Kundebehandling
- Personlig service
- Kundeklager
- Struktur i salgsarbeidet
- Etikk i salg
- Personlig utvikling og trening

- **Oppgaver: Mystery shopping – gruppesamarbeid**

- **Treningsplaner**

- **Medstudentvurdering.**

For å fremme læring mellom studentene instrueres og dokumenteres en **medstudentvurdering – et student-hjelper-student-system**, hvor studentene på kollegial vis oppfordres til systematisk å gi tilbakemelding på atferd i kundemøtet. **Medstudentvurderingen** går på skift mellom studentene slik at alle får prøvd seg om de vil. Ordningen er en god forberedelse til utviklingen av en formell treningsplan – se læreprosess.)

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over 36 kurstimer med forelesninger og gruppearbeid.

I løpet av kurset vil det bli gitt åtte (8) oppgaver i "mystery shopping" hvor det til hver av dem skal lages en rapport. Studentene oppfordres til å innlevere rapporter til fagansvarlig eller foreleser over "mystery shopping"- besøk de selv foretar, og til å utarbeide en treningsplan for de ansatte i en konkret eller en konstruert butikk. Mer informasjon om ut- og innleveringer av oppgavene vil bli gitt i forelesningene og på IT's learning.

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i forelesning	36
Forberedelse og etterarbeid til forelesninger	24
Oppgaveløsning – "mystery shopping" og trening med storyboard	40
Rapportering - innlevering	18
Diverse/eksamensforberedelse	34
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

36 timer - Forelesninger m/ dialog og mindre gruppeoppgaver
9 timer - Veiledning i "mystery shopping" og gjennomføring av treningsplan
45 timer totalt

Eksamen

Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskoder

VHL 36811 - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset VHL 3681 Kundemøtet - salg og kundebehandling i detaljhandel, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamener tilbys hvert semester.

Tilleggsinformasjon