

Salgspsykologi og grundlæggende salg**Omfang:** 10 ECTS-point**Eksamensform:** Mundtlig prøve på baggrund af et kort projekt.
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 kundeadfærd, 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**

Den studerende skal have viden og forståelse for:

- 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

Den studerende skal have færdigheder i at:

- 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 salgsindsats 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
- 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

Den studerende skal opnå kompetence i at:

- 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
- eltage 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
- Indvendingssbehandling
- Værdibaseret salg
- Personlig planlægning og udvikling
- Stresshåndtering
- After sales service