

# Salg og kundekommunikation i detailhandelen

## Kort fortalt

Efter kurset kan du anvende markedsanalyse, markedsføring, kommunikation og informationsteknologi samt fremmedsprog i jobsituationer, og arbejde metodisk med salgs- og markedsføringsaktiviteter og kundeserviceopgaver.

## Hold

› **04-01-2021**

Digitalt Læringscenter Roskilde  
Maglegårdsvej 8 4000

Daghold

› **04-01-2021**

Digitalt Læringscenter Næstved  
Handelsskolevej 3 4700

Daghold

› **04-01-2021**

Digitalt Læringscenter Slagelse  
Bredahlsvej 1B 4200

Daghold

› **Yderligere 2 hold**

## Fag: Salg og kundekommunikation i detailhandelen

› **Fagnummer:**

48254

› **Varighed**

20 dage

› **AMU-pris:**

DKK 2.520,00

› **Uden for målgruppe:**

DKK 9.960,00

**Målgruppe:** Kurset retter sig mod ufaglærte medarbejdere i større eller mindre virksomheder, der arbejder med salg og kommunikation til kunder.

› **Kontakt**

Cecilie Thielemann  
41721206  
ceth@zbc.dk

› **Kursuspris**

**AMU:**  
DKK 2.520,00

**Uden for målgruppe:**  
DKK 9.960,00

› **Tilmelding**



**Beskrivelse:** Deltageren kan anvende mundtlig og skriftlig kommunikation og relevante kommunikationsstrategier i salg og kommunikation til kunder i butikken, samt tilpasse kommunikationen sprogligt, kulturelt og teknologisk til en virksomheds forskellige kommunikationssituationer og -kanaler.

Deltageren kan søge information om varer, kunder, økonomi og en virksomheds markedsforhold fra forskellige kilder, samt analysere og bearbejde informationen og fremlægge resultatet mundtligt og skriftligt for kunder i forbindelse med en salgs- eller kundevejledning eller for kolleger i butikken.

Deltageren kan arbejde metodisk med planlægning, administration og opfølgning af salgs- og markedsføringsaktiviteter, og kan udføre branding, salgs- og kundeserviceopgaver, med anvendelse af viden om kundefærd, kulturelle normer og værdier og om betydningen af personlig fremtræden.

Deltageren kan anvende viden om relevante bestemmelser i lovgivningen, der vedrører butiksdrift, salg, markedsføring og kundebetjening, i planlægning af arbejdsopgaver og konkrete salgssituationer.

Deltageren kan på baggrund af viden om målgrupper og segmentering anvende markedsanalyse og markedsføring i brancherelevante sammenhænge.

Deltageren kan vurdere, vælge og anvende relevante informationsteknologiske værktøjer til kommunikation og informationssøgning i forbindelse med vejledning og salg til kunder samt i de daglige arbejdsopgaver i butikken.

Deltageren kan anvende modeller til analyse og vurdering af behov for informationsteknologiske løsninger og reflektere over informationsteknologiske problemstillinger i en detailvirksomhed.