



Salg og salgsanalyse

Kort fortalt

Efter kurset kan du selvstændigt planlægge og udføre generelle opgaver inden for salg, markedsføring og kundeservice. Du kan også varetage opgaver indenfor præsentation, kalkulation og relationsopbygning samt på grundlæggende niveau gennemføre markedsanalyser.

Hold

Der er pt. ingen hold udbudt til dette kursus. Brug evt. kursusagenten på denne side for at blive adviseret om nye hold.;

Fag: Salg og salgsanalyse

Fagnummer: 20955	Varighed 20 dage
AMU-pris: DKK 4.160,00	Uden for målgruppe: DKK 11.049,00

Målgruppe: Kurset retter sig mod ufaglærte medarbejdere, der arbejder med salg og kundeservice i handelsvirksomheder.

Kontakt

ZBC
55788888

Kursuspris

AMU-målgruppe:
DKK 4.160,00

**Ikke AMU-målgruppe,
fremmøde:**
DKK 11.049,00

Tilmelding



Beskrivelse: Deltageren kan afdække kundernes købsadfærd, herunder vurdere kundens præferencer for bæredygtighed, og kan udvikle og fastholde kunderelationer.

Deltageren kan vurdere forskellige salgskanaler herunder e-handel.

Deltageren kender til forskellen mellem transaktions- og relationsmarkedsføring.

Deltageren kan kalkulere priser og avancer og udarbejde salgs- og tilbudsmateriale.

Deltageren kan anvende personlig planlægning som redskab i det personlige salgsarbejde.

Deltageren kan afdække, analysere og vurdere virksomhedens konkurrencesituation på et udvalgt marked, herunder arbejdet med markedsanalyser.

Deltageren kan ud fra forståelse for forretning og bæredygtighed medvirke til værdiforøgelse i virksomheden. Deltageren kan medvirke til at udvikle virksomhedens

interne information og kommunikation med henblik på øget kundeorientering i

virksomhedens forretningsgange. Deltageren kan planlægge, styre og organisere

salgsaktiviteter. Deltageren kan selvstændigt præsentere salgs- eller

markedsføringsprojekter. Deltageren kan udarbejde markedsføringsplaner, herunder

beregning af salgs- og markedsføringsomkostninger. Deltageren kan udarbejde

salgsbudgetter på baggrund af prognose for fremtidig efterspørgsel og evt. fokus på

bæredygtighed. Deltageren kan i salgsarbejdet anvende og vedligeholde data i fx et

CRM-system, herunder bæredygtighedens betydning for kunden. Deltageren kan

anvende præsentations-, spørge- og forhandlingsteknik. Deltageren kan deltage i

planlægning af salgsarbejdet. Deltageren kan selvstændigt og med afsæt i

virksomhedens parametermix arbejde med salg, rådgivning og betjening. Deltageren

kan vurdere salgets økonomi og bæredygtighed med henblik på at understøtte

salgsarbejdet i en verden, hvor bæredygtighed har stigende fokus.