

Certifierad Försäljningschef

MODUL 1

Förutsättningar för att bygga ett vinnande säljorganisation

1. Introduktion

- 1.1 Historisk utveckling av försäljningsledning
- 1.2 Framväxande trender och teknologier inom försäljning
- 1.3 Rollen som försäljningschef i dagens affärsklimat

2. Att Förstå företagets övergripande mål

- 2.1 Kopplingen mellan övergripande företagsmål och säljorganisationens strategi
- 2.2 Kommunicera företagets mål till säljteamet
- 2.3 Anpassa säljteamet till företagets övergripande mål

3. Att Analysera marknaden och konkurrensen

- 3.1 Metoder för noggrann marknadsanalys
- 3.2 Konkurrensanalys och deras tillämpning
- 3.3 Strategier för att hantera konkurrenssituationer

4. Konsten att sätta måluppfyllande mål

- 4.1 Hur vi reagerar på och hanterar målsättningar
- 4.2 Att skapa meningsfulla mål
- 4.3 Hantera och övervinna utmaningar vid målsättning

5. Att förstå och segmentera målgruppen

- 5.1 Kundpsykologi och köpbeteende
- 5.2 Använda data för att effektivt segmentera och anpassa målgruppen
- 5.3 Personifiera målgrupper genom skapandet av kundpersonas

6. Att differentiera produkter och tjänster

- 6.1 Varför differentiering är avgörande för framgång
- 6.2 Case-studier av framstående differentieringsstrategier

7. Resurshantera och resursoptimera

- 7.1 Effektiv användning av resurser
- 7.2 Budgetering för säljorganisationen och försäljningsprojekt

8. Samarbeta med andra avdelningar

- 8.1 Samarbeta mellan sälj och marknadsföring
- 8.2 Överbrygga gapet mellan sälj och produktion
- 8.3 Hantera samarbetsutmaningar och konflikter

MODUL 2

Kundrelationer och marknadsföringssamverkan

1. Kundcentrerad strategi

- 1.1 Förståelse för kundens behov och förväntningar
- 1.2 Utveckla och implementera en kundcentrerad strategi
- 1.3 Anpassa produkter och tjänster efter kundens behov

2. Integration av sälj och marknadsföring

- 2.1 Synergier mellan säljavdelningen och marknadsföringsteamet
- 2.2 Gemensamma mål och samordnade insatser
- 2.3 Effektiv kommunikation och informationsdelning

3. Tydlig kommunikation och värdeerbjudande

- 3.1 Att skapa och kommunicera ett starkt värdeerbjudande
- 3.2 Att använda olika kommunikationskanaler effektivt
- 3.3 Mäta och optimera kommunikationsstrategier

4. Att bygga långsiktiga relationer

- 4.1 Strategier för att skapa och underhålla långsiktiga kundrelationer
- 4.2 Hantera kundförväntningar och konflikter
- 4.3 Implementera lojalitetsprogram och belöningsystem

5. Kundfeedback och respons

- 5.1 Samla in och analysera kundfeedback
- 5.2 Att anpassa strategier baserat på kundrespons
- 5.3 Aktivt hantera klagomål och förbättringsområden

6. Innovation och anpassning

- 6.1 Främja en kultur av innovation inom säljorganisationen
- 6.2 Att anpassa sig till förändrade marknadsförhållanden
- 6.3 Implementera nya idéer och förbättringar

7. Förtroende och trovärdighet

- 7.1 Bygga och bibehålla förtroende hos kunder
- 7.2 Kommunicera ärligt och transparent
- 7.3 Hantera situationer som påverkar förtroendet

Certifierad Försäljningschef

MODUL 3

Försäljningsutförande och resultatuppföljning

1. Tydliga och mätbara mål

- 1.1 Formulera konkreta och mätbara säljmål
- 1.2 Kopplingen mellan individuella och teambaserade mål
- 1.3 Implementera KPI:er för framgångsrik resultatuppföljning

2. Kundorienterad försäljning

- 2.1 Anpassa försäljningsprocessen efter kundens behov
- 2.2 Hantera olika kundtyper och köpbeslut
- 2.3 Skapa personliga och relevanta säljpresentationer

3. Effektiva försäljningsprocesser

- 3.1 Kartläggning av försäljningscykeln och kritiska steg
- 3.2 Att använda teknik för att automatisera och optimera processer
- 3.3 Mäta och förbättra konverteringsfrekvenser

4. När och hur vi ska följa upp och utvärdera

- 4.1 Bästa praxis för uppföljning av försäljningsaktiviteter
- 4.2 Använda verktyg för att mäta och utvärdera resultat
- 4.3 Skapa effektiva rapporter för ledningsbeslut

5. Att utvecklas genom uppföljning

- 5.1 Kontinuerlig kompetensutveckling för säljteamet
- 5.2 Utvärdera och stödja individuella framsteg
- 5.3 Skapa en feedbackkultur för ständig förbättring

6. Att anpassa strategier efter resultat

- 6.1 Flexibilitet i försäljningsstrategier
- 6.2 Justera och optimera baserat på marknadsförändringar
- 6.3 Hantera utmaningar och motgångar med agilitet

7. Involvering och utveckling

- 7.1 Skapa engagemang och motivation inom säljteamet
- 7.2 Utveckla individuella styrkor och kompetenser
- 7.3 Företagskultur och dess påverkan på resultat

Modul 4

Ledning och personalhantering

1. Tydlighet i ledarskapet

- 1.1 Definiera och kommunicera tydliga ledarskapsprinciper
- 1.2 Skapa och upprätthålla en positiv och produktiv arbetskultur
- 1.3 Ledningsstilar och deras påverkan på försäljningsorganisationen

2. Rekrytering och urval

- 2.1 Strategisk rekrytering för att bygga ett framgångsrikt säljteam
- 2.2 Att använda moderna rekryteringsmetoder och teknologier
- 2.3 Bedömning och urval av säljpersonal

3. Utbildning och utveckling

- 3.1 Att planera och genomföra effektiv säljutbildning
- 3.2 Kontinuerlig kompetensutveckling för säljteamet
- 3.3 Mentorprogram och dess roll i professionell tillväxt

4. Tydliga roller och ansvarsområden

- 4.1 Klargöra förväntningar och ansvarsområden för säljteamet
- 4.2 Skapa effektiva arbetsbeskrivningar och roller
- 4.3 Hantera och förebygga rollkonflikter inom säljorganisationen

5. Att arbeta med motivation och belöning

- 5.1 Strategier för att öka motivationen inom säljteamet
- 5.2 Att använda olika belöningsystem och incitament
- 5.3 Hantera och förebygga motivationsnedgång

6. Konflikthantering

- 6.1 Identifiera och hantera konflikter effektivt
- 6.2 Främja öppen kommunikation för konflikthantering
- 6.3 Återuppbygga relationer efter konflikter



Målet med utbildningen

Målet med utbildningen är att studenten efter fullgjord utbildning tillägnat sig de kunskaper som krävs för ett kvalificerat och självständigt arbete inom området.

Behörighetskrav

Inga särskilda behörighetskrav

Bedömningskriterier

Efter genomförd utbildning, med godkänt resultat på samtliga inlämningsuppgifter och prov erhåller studenten ett certifikat. Huvudläraren för utbildningen är den som examinerar studenten.

Examensbenämning

Certifierad Försäljningschef

Utbildningens omfattning

Studierna bedrivs i valfri studietakt och omfattar ca 8 veckors heltidsstudier