

SÄLJSKOLA FÖR CARLSBERG SVERIGE AB

Innehåll

MODUL 1

Definition av rollen som telesäljare
Kunskapsbehov för rollen
Kommunikationsprocessen;
Fråga, lyssna, tolka, argumentera, bekräfta
Kunders förväntningar & våra servicemål
Att mäta kvalitet i kundsamtal
Konsten att säga nej/ge negativa besked
Hur vår röst & vårt språk påverkar kunder
Tid & arbetsplanering

DISTRIBUTIONSEKONOMI

Olika nyckeltal för en kostnadseffektiv logistik
Hur telesälj kan påverka kostnaderna

MODUL 2

Att hantera kundklagomål
Att planera, genomföra & följa upp kampanjer
Säljteknik för att sälja in kampanjer
Att hjälpa kunder att sälja ut våra kampanjer

AFFÄRSEKONOMI

Nyckeltal vid utformning av ett kundavtal
Hur telesälj påverkar att avtalet följs

MODUL 3

Definition av merförsäljning
Säljteknik för att skapa merförsäljning
Att hantera kundinvändningar med motargument

MARKNAD & VARUMÄRKEN

Carlsberg Sveriges varumärkesstrategier

MODUL 4

Examination & diplomerings

UTBILDARE & FÖRELÄSARE

Stig-Arne Andersson
Como Kompetensutveckling

Peter Larsson
Peter Hammarstedt
Niklas Forser
Carlsberg Sverige

OMFATTNING

8 Utbildningsdagar
3 Tentamenstillfällen
1 Examinationstillfälle
ca 40 timmar självstudier