

## Tárgytematika

### Értékesítési technikák

NGB\_SV024\_1

**Tárgyfelelős neve:** dr. Süle Edit

**Félév:** 2012/13/2

**Beszámolási forma:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám:** 2/0/0

**Tárgy féléves óraszám:** 0/0/0

### OKTATÁS CÉLJA

Az értékesítés fontos területe mind a kereskedelmi, mind pedig a marketing munkának. A személyes eladás formái, stratégiáinak és taktikáinak ismerete, a menedzselés részletei hozzásegítik a hallgatókat az értékesítés sikeres szervezéséhez és lebonyolításához. A tantárgy keretében a hallgatók többek között megismerkednek az eladásmenedzsment folyamataival, az eladószemélyzet tervezésének, kiválasztásának és értékelésének kérdéseivel, valamint az eladás jogi és etikai kereteivel.

### TANTÁRGY TARTALMA

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	<i>A személyes eladás helye az értékesítési rendszerben.</i> Többcsatornás értékesítési rendszerek. Az értékesítési rendszer szintjei és szereplői. Értékesítési utak és eladástípusok megfeleltetése. Hibrid rendszerek működtetése: tapasztalatok, menedzselés, konfliktusok.
2. hét	<i>Az eladásmenedzsment szerepe.</i> A személyes eladás stratégiai kérdései. Az eladásmenedzsment helye a vállalati, a marketing és a logisztikai stratégiában. CRM. A tömeg- és személyes kommunikáció összehasonlítása. Az eladásmenedzsment feladatai.
3. hét	<i>A személyes eladás folyamata és területei.</i> Az értékesítési tárgyalás. AIDA, DIPADA, stb. Együttműködés és versengés. A vásárlást befolyásoló pszichológiai tényezők. Eladási technikák. Problémák az értékesítési tárgyalás során.
4. hét	<i>Az eladási folyamat.</i> Az eladási folyamat 10 lépésője. LOCATE technika. SPIN eladási módszer. Tárgyalási stratégiák úttörő és követő termék esetén.
5. hét	<i>A személyes eladás egyes területei.</i> Kiskereskedelmi értékesítés: bolti és alternatív formák. Telemarketing. Internetes értékesítés. Nemzetközi környezetben történő eladás.
6. hét	<i>Tervezés és teljesítménymérés az eladásmenedzsmentben.</i> Eladási előrejelzés. Előrejelzési módszerek. Területmeghatározás. Az eladószemélyzet nagyságának meghatározása. Eladási kvótamegállapítás.
7. hét	<i>Az eladási teljesítmény értékelése.</i> Értékelési analízis. Költségelemzés. Objektív és szubjektív mérőszámok.
8. hét	<i>Az eladószemélyzet menedzselése.</i> Toborzás és kiválasztás. Kritériumok. Kiválasztási technikák.

9. hét	<i>Eladási tréning. Célok. Eladási tréning módszerek: OJT, coaching, indoor tréning, elektronikus tréning, adaptív eladás. Értékelési mátrix. Képzési filozófiák.</i>
10. hét	<i>Az eladószemélyzet motiválása. A motiváció pszichológiai folyamata. Motivációs elméletek: A javadalmas tervezése. A stressz és kiégés problémája.</i>
11. hét	<i>Az üzletkötő szerepei. Az eladószemélyzet szerepészlelése. A szerepkonfliktusok fajtái. A szerepkonfliktusok kezelése: egyéni stratégiák, menedzsment válaszok.</i>
12. hét	<i>Az eladásmentedzsment szervezeti kérdései. Az eladói szerep fejlődése. Az eladószemélyzet irányításának változásai. A versenyképes eladószemélyzet.</i>
13. hét	<i>Etikai és jogi problémák az eladásmentedzsmentben. Írott és íratlan viselkedési szabályok. Az etika filozófiája. Az értékesítés játéktérét meghatározó fontosabb jogszabályok. Vállalat és üzletkötő, üzletkötő és vevő kapcsolatának problémái. Etikai kultúra a vállalatban belül.</i>

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

### Félévközi hallgatói munka:

- beadandó feladat            50 %
- 2 zárthelyi dolgozat        50 %
- részvétel a vendégelőadásokon

**Az értékelés módja:** Az aláírás feltétele a beadandó feladat megfelelő minősége, és határidőre történő beadása, a zárthelyi dolgozatok megírása, és részvétel a vendégelőadásokon.

A félév kollokviummal zárul.

- 0 - 50 % elégtelen
- 51 - 69 % elégséges
- 70 - 80 % közepes
- 81 - 90 % jó
- 91 - 100 % jeles

## KÖTELEZŐ IRODALOM

Bauer András-Mitev Ariel Zoltán: Eladásmentedzsment, a személyes értékesítés folyamata és irányítása Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008.

### Ajánlott irodalom:

Rolph E. Anderson-Joseph F. Hair, Jr.-Alan J. Bush: Professional Sales Management, 1992. McGraw-Hill 2nd edition

Chris Fill: Marketing Communications 2005. Prentice Hall 4th edition pp 761-792.

Paul Copley: Marketing Communications Management 2004. Elsevier 1st published pp. 331-353.

Constantinovits Milán-Sipos Zoltán: Külkereskedelmi technika – külpiazi kockázat Aula Kiadó, Budapest, 1999. 7. fejezet A személyes tárgyalás pp.107-115.