Vak: Individuele opdracht salesmanagement — credits: 10

Vakcode	CELB26OSM
Naam	Individuele opdracht salesmanagement
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	10
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra
Werkvormen	Individueel
Toetsen	Individuele opdracht salesmanagement - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

1. In kaart brengen van de salesorganisatie
De student brengt de salesorganisatie van een bestaande organisatie systematisch in kaart, inclusief strategie, structuur, processen, rollen, systemen en prestaties.
2. Analyseren en toetsen van salesprestaties
De student analyseert de effectiviteit van de salesorganisatie aan de hand van relevante modellen, KPI’s en data, en toetst deze aan organisatiedoelstellingen en best practices.
3. Signaleren en prioriteren van verbeterpunten
De student identificeert knelpunten en ontwikkelkansen binnen de salesorganisatie en prioriteert deze op basis van impact, haalbaarheid en strategische relevantie.
4. Ontwikkelen van een onderbouwd salesverbeterplan
De student ontwikkelt een concreet en samenhangend verbeterplan voor de salesorganisatie, inclusief doelstellingen, maatregelen, planning, verantwoordelijkheden en succesindicatoren.
5. Integreren van strategie, proces en organisatie
De student onderbouwt verbeterkeuzes door samenhang aan te brengen tussen salesstrategie, processen, organisatie-inrichting en prestatiesturing.
6. Onderbouwen met data en modellen
De student gebruikt salesdata, CRM-informatie en relevante commerciële modellen om analyses en verbetervoorstellen inhoudelijk te onderbouwen.
7. Professioneel en ethisch verantwoord adviseren
De student houdt in het analyse- en verbeterproces rekening met wet- en regelgeving, ethische aspecten en de belangen van verschillende stakeholders.
8. Adviseren en verdedigen van commerciële keuzes
De student presenteert en verdedigt het salesverbeterplan overtuigend aan interne stakeholders, gebruikmakend van heldere argumentatie en passende visualisaties.

Inhoud

Inhoud:

Met de individuele opdracht Salesmanagement wordt de salesorganisatie van het bedrijf waar de student werkt in kaart gebracht. De student geeft daarmee een integraal beeld van hoe sales is ingericht, aangestuurd en geoptimaliseerd. De student toetst dit en schrijft vervolgens een verbeterplan. Het verbeterplan wordt bij het bedrijf gepresenteerd en het bedrijf reflecteert op deze presentatie.

Onderdelen van een salesorganisatie
1. Salesstrategie & doelstellingen
- Salesdoelstellingen (omzet, marge, groei, retentie)
- Segmentatie en targetmarkten
- Waardepropositie per segment
- Go-to-marketstrategie

2. Salesorganisatie & rollen
- Organisatiestructuur (regionaal, product-, klant- of hybride)
- Rollen en verantwoordelijkheden (salesmanager, accountmanager, binnendienst)
- Span of control
- Samenwerking met marketing en service

3. Salesprocessen & funnel
- Leadgeneratie en kwalificatie
- Salesfases (lead → opportunity → deal → aftersales)
- Conversiepunten en doorlooptijden
- Aftersales en klantbehoud

4. Mensen & competenties
- Benodigde salescompetenties per rol
- Training en ontwikkeling
- Coaching en performancegesprekken
- Cultuur en commerciële mindset

5. Aansturing & performance management
- KPI’s (omzet, conversie, hit rate, forecast accuracy)
- Targets en incentives
- Rapportages en dashboards
- Forecast- en pipeline management

6. CRM, data & systemen
- CRM-inrichting en -gebruik
- Datakwaliteit en datastromen
- Salesanalytics en rapportages
- Integratie met marketing- en ERP-systemen

7. Pricing & proposities
- Prijsstrategie (cost-based, value-based, competition-based)
- Kortingen en bevoegdheden
- Margesturing
- Offertes en contractvoorwaarden

8. Relatie- & accountmanagement
- Accountsegmentatie (key accounts, groeiklanten)
- Relaties en DMU’s
- Cross- en upselling
- Klantwaarde (CLV)

9. Samenwerking in de keten
- Afstemming met marketing (leadmanagement)
- Afstemming met operations/logistiek
- Interne communicatie en overdracht
- Externe partners of distributeurs

10. Kwaliteit, ethiek & compliance
- Wet- en regelgeving (consumentenrecht, AVG)
- Ethische richtlijnen
- Klachtenafhandeling
- Reputatie en duurzaamheid

Studiemateriaal:
Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)
Commerciële Economie Duaal

School(s)
Ondernemen, Communicatie & Marketing

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.