

Vakcode	CELB26SLS
Naam	Sales
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra

Werkvormen	Individueel
Toetsen	Sales - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:****1. Ontwerpen van een samenhangende salesaanpak**

De student ontwerpt een integrale salesaanpak die aansluit op de ondernemings- en marketingstrategie, inclusief doelgroepen, proposities, kanalen en salesdoelstellingen.

2. Inrichten en sturen van het salesproces

De student beschrijft en optimaliseert het salesproces (van lead tot aftersales) en onderbouwt keuzes met behulp van funnelmanagement en conversie-indicatoren.

3. Analyseren en verbeteren van salesprestaties

De student analyseert salesdata en KPI's (zoals omzet, conversie, marge en forecast) en formuleert concrete verbetermaatregelen voor salesprestaties.

4. Organiseren en aansturen van salesactiviteiten

De student onderbouwt keuzes in salesorganisatie, rollen en samenwerking (o.a. met marketing en operations) en draagt bij aan effectieve commerciële sturing.

5. Toepassen van pricing- en onderhandelingsprincipes

De student past basisprincipes van pricing en waardecreatie toe en onderbouwt commerciële beslissingen met oog voor winstgevendheid en klantwaarde.

6. Professioneel, ethisch en juridisch verantwoord handelen

De student handelt binnen salesactiviteiten conform relevante wet- en regelgeving en professionele ethische normen.

Inhoud**Inhoud:**

Dit vak positioneert sales niet als losse vaardigheid, maar als een bedrijfsfunctie en managementdomein. Het richt zich op ontwerp, besturing en optimalisatie van het volledige salesapparaat, meestal op tactisch-strategisch niveau.

Het vak combineert strategie, proces, people en data binnen sales. Studenten leren keuzes maken, sales aansturen en prestaties verbeteren, in samenhang met marketing en de rest van de organisatie.

Kerncomponenten:

- Salesstrategie & positionering
 - Afleiden van salesdoelen uit bedrijfs- en marketingstrategie
 - Segmentatie, targeting en proposities
 - Make-or-buy, kanalen en go-to-market
- Salesorganisatie & aansturing
 - Inrichten van het salesteam (rollen, taken, verantwoordelijkheden)
 - Leidinggeven, coachen en prestatiesturing
 - Samenwerking sales-marketing-operations
- Salesprocessen & funnelmanagement
 - Ontwerp en optimalisatie van het salesproces
 - Pipeline-, funnel- en forecastmanagement
 - Conversie, closing en aftersales
- Datagedreven sales
 - KPI's, dashboards en rapportages
 - Gebruik van CRM en salesanalytics
 - Besluitvorming op basis van data
- Onderhandelen, pricing & waardecreatie
 - Prijsstrategieën en margesturing
 - Complexe onderhandelingen
 - Value-based selling
- Kwaliteit, ethiek en compliance
 - Wet- en regelgeving (o.a. consumenten- en mededingingsrecht)
 - Professioneel en ethisch salesgedrag

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

