Vak: Leerlijn Marketing 6 — credits: 5

Vakcode	CEVB21JCAMKT6
Naam	Leerlijn Marketing 6
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	K.H. Rozema
Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Leerlijn Marketing 6 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten

In jaar 2 bestaat het vak sales uit:

1. Sales management
2. Salesgesprekken

Na afloop van deze cursus kan de student:
Salesmanagement:

1. **De salesorganisatie beschrijven en analyseren** met behulp van het 7S-model, waarbij de onderlinge samenhang tussen de elementen wordt toegelicht en sterke en zwakke punten worden geïdentificeerd.
2. **De vertaling van ondernemingsstrategie naar salesstrategie beschrijven en analyseren**, inclusief de mate van consistentie tussen beide en de implicaties voor de verkoopaanpak.
3. **De effectiviteit van de salesorganisatie analyseren** aan de hand van de salescirkel, waarbij de prestaties in de verschillende fasen worden beoordeeld en verbeterpunten worden benoemd.
4. **De effectiviteit van de salesorganisatie analyseren** op basis van het salesproces, met aandacht voor doorlooptijd, conversieratio's en klanttevredenheid.
5. **Praktijkinformatie verzamelen, beschrijven en analyseren** door middel van een salesgesprek, waarbij relevante klantinformatie wordt vastgelegd en geïnterpreteerd voor commerciële besluitvorming.
6. **Een onderbouwd salesadvies formuleren** op basis van voorgaande analyses, voorzien van concrete verbeteracties en meetbare doelstellingen.
7. **Het begrip accountmanagement beschrijven** en de rol ervan in klantbehoud, omzetgroei en relatiebeheer toelichten

Na afloop van deze cursus kan de student:
Salesgesprekken:

1. **Relevante informatie verzamelen tijdens een verkoopgesprek**
2. **SMART-doelen voor het verkoopgesprek formuleren** en deze afstemmen tussen de eigen doelstellingen en die van de klant
3. **Een positieve en constructieve sfeer creëren** in het verkoopgesprek, gebruikmakend van de O'Leary-matrix (Samen/Tegen + Boven/Onder)
4. **Met passende vraagtechnieken de kern van het klantprobleem achterhalen** en dit gezamenlijk definiëren
5. **Op basis van het geïdentificeerde probleem de klant adviseren** richting een gezamenlijke, passende oplossing
6. **De basis leggen voor een duurzame klantrelatie**, door consistent relatiebeheer en het nakomen van afspraken

Inhoud

Inhoud

Bij het vak Sales ligt de focus op de verkooporganisatie en de inrichting hiervan en op salesgesprekken.

In jaar 2 richten we ons dus op salesmanagement. We doen dat door de theorie van die we in de lessen bespreken over een praktijk situatie heen te leggen. De centrale vraag daarbij is:
Wat zijn de overeenkomsten en verschillen tussen de salestheorie (zoals besproken in de lessen) en de salespraktijk (een bedrijf)?
Dit noemen we de Salesaudit.

In de lessen maak je een vragenlijst, gebaseerd op de theorie en aan de hand van deze vragenlijst haal je bij het bedrijf informatie uit de praktijk op. Op basis van de analyse (theorie over de praktijk leggen) kom je met een advies voor het bedrijf:
Welke adviezen geef je het bedrijf op basis van jullie analyse om de sales organisatie verder te verbeteren.

Eigenlijk is het gesprek met het bedrijf een salesgesprek. Je haalt informatie op (behoefte bepaling) en op basis daarvan doe je een analyse en adviseer (offerte) je het bedrijf wat te doen.

Salesgesprekken

Naast Salesmanagement, gaan we ook weer salesgesprekken oefenen in een B2B context op basis van een case(zie cursusmateriaal). De vraag hierbij is, hoe kunnen we in een B2B context klanten gaan adviseren. Daarbij speelt het ophalen van informatie, de behoeftebepaling een cruciale rol. Op basis van de behoefte/het probleem kun je samen met de klant oplossingen voorstellen (offreren).
Zoals in de hele leerlijn gebruiken we de als basis voor salesgesprekken de fasen van het salesgesprek, deze dient ook direct als beoordelingsformulier (zie hiervoor bij toetsing).
"Leren door te doen" bij **salesvaardigheden** betekent dat je niet alleen de theorie begrijpt, maar die actief oefent in realistische situaties (aan de hand van een case), zodat kennis en gedrag in elkaar grijpen.

Studiemateriaal

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Johan Cruyff Academy

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

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.