

SOCIALE medier og MERsalg

Fag: Samarbejde i grupper i virksomheden

Fagnummer: 45983	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 436,00	Uden for målgruppe: DKK 1.385,10

Målgruppe: Medarbejdere som i deres arbejde indgår i forskellige gruppekonstellationer.

Beskrivelse: Deltageren kan bevidst rette fokus på egen arbejdsindsats i en eksisterende/aktuel arbejds- eller projektgruppe og tilpasse sin arbejdsindsats således at den er med til, at sikre sammenhæng imellem gruppens og virksomhedens mål. Endvidere kan deltageren aktivt indgå i arbejdet med at minimere de processer, der hindrer samarbejde og kan styrke de processer, der fremmer samarbejde i virksomheden. Endvidere kan deltageren bidrage til at understøtte udviklingen af et godt arbejdsmiljø.

Fag: Personligt salg - kundens behov og løsninger

Fagnummer: 46472	Varighed 3 dage
AMU-pris: DKK 654,00	Uden for målgruppe: DKK 1.947,65

Målgruppe: Uddannelsen er udviklet til salgs- og servicemedarbejdere, der arbejder i detailvirksomheder. Deltageren har begrænset eller ingen erfaring inden for personligt salg.

Beskrivelse: Deltageren kan i sit daglige arbejde varetage kundekontakten i en salgssituation.

Deltageren kan anvende forskellige salgsteknikker, der benyttes i en struktureret personlig salgssamtale, eksempelvis spørgeteknik, behovsanalyse og argumentationsteknik.

Deltageren kan yde efterservice og behandle eventuelle klager i forhold til gældende lovgivning.

Kursuspris

AMU:
DKK 2.560,00

Uden for målgruppe:
DKK 11.688,85

Tilmelding



Fag: Konfliktåndtering for salgsmedarbejderen

Fagnummer: 45389	Varighed 1 dag
AMU-pris: DKK 218,00	Uden for målgruppe: DKK 822,55

Målgruppe: Uddannelsesmålet retter sig mod AMU-målgruppen. Dvs. personer med en uddannelsesbaggrund til og med erhvervsuddannelsesniveaet.

Beskrivelse: Salgsmedarbejderen kan håndtere vanskelige kunder ved at anvende teknikker til konfliktåndtering.

Salgsmedarbejderen kan med kendskab til kropssprogets betydning forbedre situationen i forhold til opstået konflikt i kundesituationer.

Salgsmedarbejderen kan klare vanskelige kundesituationer gennem brug af konstruktive kommunikationsværktøjer.

Salgsmedarbejderen kan genkende forskellige kundetyper og forstå, hvordan de skal tackles i forhold til god kundeservice.

Salgsmedarbejderen kan, ud fra kendskabet til egne styrker og begrænsninger, vurdere hvornår en konflikt er uundgåelig og kender teknikker til at håndtere konflikter, der ikke umiddelbart kan løses.

Fag: Reklamationsåndtering

Fagnummer: 44478	Varighed 1 dag
AMU-pris: DKK 218,00	Uden for målgruppe: DKK 822,55

Målgruppe: Uddannelsesmålet retter sig mod AMU-målgruppen. Dvs. personer med en uddannelsesbaggrund til og med erhvervsuddannelsesniveaet.

Beskrivelse: Deltageren kan give kunden korrekt og serviceorienteret information om forbrugerrettigheder m.v. ved køb af varer og kan håndtere en efterfølgende reklamation fra kunden.

Jobfunktionen kræver at deltageren har viden om:

- Kundens krav i forbindelse med en reklamation
- Forskellen mellem reklamationsret, garanti og tillæggsforsikringer
- Købelovens bestemmelser og reklamationsret
- Hvordan man bl.a. via elektroniske søgesystemer opdaterer sin viden om gældende regler på området.

Fag: Mersalg i butikken

Fagnummer: 46128	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 436,00	Uden for målgruppe: DKK 1.385,10

Målgruppe: Uddannelsen er udviklet til salgs- og servicemedarbejdere der arbejder i detailvirksomheder. Målgruppen er primært medarbejdere der har nogen erfaring med personligt salg.

Beskrivelse: Deltageren kan i salgssituationen anvende spørgeteknikker for at afdække kundens latente købsbehov og derved skabe mersalg.

Deltageren kan gennem engagement og på baggrund af sin produktviden foreslå kunden en optimal løsning, som giver kunden en positiv købsoplevelse og skaber mersalg til butikken.

Fag: Sociale medier som kommunikationskanal i detail

Fagnummer: 47341	Varighed 1 dag
AMU-pris: DKK 218,00	Uden for målgruppe: DKK 822,55

Målgruppe: Uddannelsen er udviklet til ufaglærte og faglærte medarbejdere i større eller mindre detailhandelsvirksomheder, der arbejder med sociale medier som internt og eksternt kommunikationsmiddel.

Beskrivelse: Deltageren har kendskab til forskellige sociale medier. Deltageren har kendskab til hvordan detailhandelsvirksomheder kan anvende sociale medier som kommunikationskanal til kunderne. Deltageren har kendskab til hvordan detailhandelsvirksomheder kan anvende sociale medier som kommunikationskanal til medarbejderne.

Fag: Branding og optimeret salg

Fagnummer: 48368	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 436,00	Uden for målgruppe: DKK 1.385,10

Målgruppe: Kurset retter sig mod faglærte og ufaglærte medarbejdere inden for detailhandel, der arbejder med kundebetjening, personligt salg, kampagneplanlægning, vareeksponering, sortiment og værktøjer til salgsfremmende aktiviteter i butikken, herunder branding, storytelling, varedeklarationer/mærkning samt principper for valg af leverandører.

Beskrivelse: Deltageren behersker metoder og aktiviteter, der kan brande og optimere salget af virksomhedens og eksterne mærker igennem oplevelser og storytelling om produktets rationelle egenskaber som kvalitet, design, nytteværdi, holdbarhed, indhold og udbytte for kunden. Deltageren behersker mærkningsordninger og varedeklarationer i forhold til gældende lovgivning i løsning af aktuelle problemstillinger i salget i egen branche. Deltageren kan anvende operative metoder, til at kortlægge kundernes behov, og optimere det personlige salg. Deltageren behersker metoder til løbende at tilegne sig faglig viden og metoder til produktlancering, og personlige redskaber til kampagneplanlægning i egen branche og forretning.

Fag: Anvendelse af sociale medier i virksomheden

Fagnummer: 49556	Varighed 3 dage
AMU-pris: DKK 654,00	Uden for målgruppe: DKK 1.947,65

Målgruppe: Kurset retter sig mod faglærte og ufaglærte medarbejdere, der arbejder med markedsføring, kommunikation og kunderådgivning via sociale medier i virksomheden.

Beskrivelse: Deltageren kan anvende sociale medier til markedsføring og branding af virksomheden. Deltageren kan formulere tekst, anvende billeder, konkurrencer, storytelling og andre midler på de sociale medier, til at kommunikere med virksomhedens kunder, leverandører og andre interessenter. Deltageren kan anvende sociale medier til målrettet at fastholde og tiltrække kunder, samt udbygge kundeloyalitet i virksomheden. Deltageren kan medvirke ved udvikling af virksomhedens e-koncept og kan anvende sociale medier, der understøtter virksomhedens e-strategi. Deltageren kender lovmæssige krav ved brug af sociale medier, herunder GDPR.

Fag: Digital købsadfærd

Fagnummer: 48658	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 436,00	Uden for målgruppe: DKK 1.385,10

Målgruppe: Kurset retter sig mod faglærte og ufaglærte medarbejdere, der arbejder med eller gerne vil arbejde med funktioner i forhold til digital købsadfærd, kundepåvirkningen og den digitale kundeoplevelse.

Beskrivelse: Deltageren kan anvende værktøjer og viden om digitale trends og tendenser inden for købsadfærd til at skabe øget kundeloyalitet og konvertering.

Deltageren kan gennem kendskab til målgrupper, anvende metoder til kundepåvirkning ud fra konkrete parametre.

Endvidere har deltageren kendskab til Customer Journey for at kunne bidrage til optimeringen af kundeoplevelsen på relevante platforme.

Fag: Sociale medier som salgskanal

Fagnummer: 49827	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 436,00	Uden for målgruppe: DKK 1.385,10

Målgruppe: Kurset retter sig mod faglærte og ufaglærte medarbejdere, der arbejder med eller planlægger at arbejde med salg via digitale medier.

Beskrivelse: Deltageren kan gennem kendskab til de mest anvendte sociale medier planlægge og udføre salgsfremmende aktiviteter rettet imod specifikke forbrugere.

Deltageren kan anvende sociale medier som salgskanal og har en forståelse for de forskellige muligheder som sociale medier tilbyder.

Derudover kan deltageren indsamle og anvende relevant data, der kan bidrage til virksomhedens salgsfremmende indsats på de sociale medier.