



STIFTELSEN MARKNADSTEKNISKT CENTRUM

MTC Focus Grupp

Tema: Sälja produkter och tjänster

Möt framstående kolleger, lär av varandra i en strukturerad dialog med kompletterande, utvecklande och förklarande speglingar från akademien.



Inriktning

Försäljning är den mest kritiska framgångsfaktorn för företag – ingen försäljning, inga intäkter. Trots att det är viktigt - för att inte säga avgörande – för företag, så finns det relativt begränsat med kvalificerad litteratur, som behandlar ämnet specifikt.

Försäljning förtjänar i betydligt större utsträckning än idag, högre status inom företaget. Man behöver hitta rätt sätt att lyfta fram stjärnor, som väsentligt bidrar till att öka intäkterna. När det gäller ledningen av försäljningen kan det vara ett problem att befordra de duktigaste säljarna till mer formellt högre befattningar. Ledning och organisering av försäljning är därför också en nyckelfråga inom ramen för gruppens tema, liksom kompetens och kompetensutveckling kring försäljning på olika nivåer i organisationen.

Denna focus grupp är inriktad på vad, som utmärker framgångsrik försäljning, både av produkter och tjänster och vänder sig både till industri- och tjänsteföretag. När det gäller tillverkande industri är målgruppen särskilt sådana företag som arbetar med att utveckla erbjudanden av tjänster och produkter i samverkan. Målgrupp affärsutvecklare, marknads- och säljchefer i tjänsteföretag samt industriföretag.

Förutom kompetensutveckling, ledning och organisering är således frågor, som tar utgångspunkt i vad som skapar värde för kund, och därför vad som är ett bra erbjudande exempel på frågor, som gruppen kommer att kunna behandla.

Företagens frågor

Inom ramen för temat kommer de deltagande företagens frågor att behandlas. Bl a kommer i samförstånd med ett par företag, några säljare att "skuggas" om hur de säljer under ett par dagar.

Focus-gruppen

är en lösningsorienterad metod för problemanalys, och en snabb väg från breddad kunskap och fördjupad insikt till välgrundade beslut och operativa handlingsplaner. Under ett halvår till ett år genomförs tre träffar. Varje träff baseras på en till två deltagares frågeställning och input från relevant forskning. De diskussioner, som förs i gruppen är helt konfidentiella, och utmynnar i företagsanpassade lösningsidéer och resultat.

Genomförande

Focus gruppen inleds med ett **konstituerande möte i Stockholm under våren (datum för ett halvdagsmöte bestäms senare)**, och följs sedan av fyra "en-dag"-träffar, från kl 1300 till ca 1900 hos deltagande företag.

Focus gruppen kommer att ledas av **forskaren Mats Vilgon, Handelshögskolan i Stockholm** och projekt- och processledare **Ann-Charlotte Plogner, Marknadstekniskt Centrum** och vid behov deltar också ytterligare forskare.

Avgift

Avgiften för medlemmar i MTC är 10.000 kr och för icke-medlem är avgiften 20.000 kr per deltagare.

Anmälan

Till Ann-Charlotte Plogner, MTC tel 08-586 175 86, eller ann-charlotte.plogner@mtcstiftelsen.se senast den **26 februari 2010**.