

TU-91.100C Sales Management – Exam 16.6.2008

1. Define shortly the following concepts / Määrittele lyhyesti seuraavat käsitteet:

- a) Sales Channel / Myyntikanava
- b) Solution centric company / Ratkaisukeskeinen yritys
- c) Selling situation / Myyntitilanne
- d) Buying situation / Ostotilanne
- e) Herzberg's dual factor theory / Herzbergin kahden faktorin teoria
- f) Sales budget / Myyntibudjetti

Please answer to **four** of the following five essay questions. / Vastaa seuraavasta viidestä esseekysymyksestä **neljään**.

2. Sales force recruitment / Myyntihenkilöstön rekrytointi

You are the sales director at a 30-person software business who offer software production solutions to its small and medium size clients. The client projects range from focused planning and programming tasks to large-scale turnkey software development solutions. Your task is to increase your 4-person sales team with two new salespeople. Design and describe a related recruiting process. Present a detailed description of e.g. the phases of the process, recruiting profiles, necessary documentation, roles/responsibilities, as well as the practical actions.

Toimit myyntijohtajana n. 30 hengen ohjelmistöyrityksessä, joka tarjoaa pienille ja keskisuurille asiakkailleen ohjelmistotuotannon ulkoistamisratkaisuja. Asiakasprojektit voivat siis koostua kapeista suunnittelu- ja ohjelmointitoimeksiannoista kokonaisvaltaisiin avaimet käteen -ratkaisuihin. Tehtävänäsi on kasvattaa 4 hengen myyntitiimiäsi kahdella uudella myyntihenkilöllä. Suunnittele ja kuvaa rekrytointiprosessi. Käy läpi yksityiskohtaisesti mm. tarvittavat vaiheet, profiilit, dokumentit, roolit/vastuut ja käytännön toimenpiteet.

3. Customer analysis and sales campaign / Asiakasanalyysi ja myyntikampanja

Related to the background presented in question 2, your company has delivered projects to 50 clients in 5 years, typically 1 to 3 projects per client. Of this, 10 have been large-scale turnkey solutions. The sales target is to initiate 10 new turnkey projects within the next year. The most potential customer segment relates to companies that develop industrial devices and related information systems, especially in ICT and biotechnology. Based on frameworks from the book and lectures, analyze the buying environment and process of the customers. Design and present a focused sales campaign to reach the target. Describe the campaign details, including process, actions, and roles.

Kysymyksessä 2. esitettyyn taustatilanteeseen liittyen, yrityksenne on 5 toimintavuotensa aikana toteuttanut projekteja n. 50 asiakkaalle, tyypillisesti 1-3 projektia/asiakas. Laajoja avaimet käteen -projekteja on toteutettu 10 kpl. Myynnin tavoitteena on saada käyntiin 10 uutta tällaista projektia seuraavan vuoden aikana. Houkuttelevimman asiakassegmentin muodostavat teollisuuden laitteita ja niihin liittyviä tietojärjestelmiä kehittävät yritykset mm. ICT- ja bioteknologia-aloilla. Analysoi asiakkaiden ostoympäristöä ja -prosessia luennoilla ja kirjassa esitettyjen viitekehysten avulla. Suunnittele ja esitele tämän pohjalta fokusoitu myyntikampanja tavoitteen saavuttamiseksi. Kuvaa kampanjan yksityiskohdat, mm. prosessi, toimenpiteet ja roolit.

Turn the page! / käännä!

4. Successful sales person characteristics / Menestyvän myyntihenkilön ominaisuudet

Which characteristics, properties and skills define a successful salesperson in an ideal case? Discuss which of the factors are universal and which weigh differently in different buying settings, industries and target customers. What differences arise between the life cycle phases of a business?

Millaisia ominaisuuksia, luonteenpiirteitä ja taitoja tulisi menestyvällä myyntihenkilöllä ideaalitulanteessa olla? Pohdi, mitkä tekijöistä ovat universaaleja, ja mitkä vaihtelevat suhteessa erilaisiin myyntiympäristöihin, toimialoihin ja kohdeasiakkaisiin. Mitä eroja löytyy liiketoiminnan elinkaaren eri vaiheiden väliltä?

5. CRM-systems / CRM-järjestelmät

List and describe the key elements in customer relationship management (CRM). What benefits can information systems bring into CRM? Give examples of companies/businesses where CRM-automation is particularly beneficial. What negative implications may CRM-systems generate? In what kind of business are the CRM-system benefits limited?

Käy läpi asiakkuuksien johtamisen (CRM) keskeiset elementit. Miten tietojärjestelmiä voidaan hyödyntää tehostamaan asiakkuuksien johtamista? Mainitse esimerkkejä yrityksistä/liiketoimista, joissa CRM-automatisointi on erityisen hyödyllistä. Mitä negatiivisia vaikutuksia CRM-järjestelmistä voisi olla? Millaisessa liiketoiminnassa niiden hyödyt ovat rajallisia?

6. Structure of sales organization / Myyntiorganisaation rakenne

Based on the course book, describe the traditional sales organization structures, and why/when are they typically used. Choose a company or business which has or could have a more innovative sales organization structure. Describe how this organization works and why it is better than the traditional ones.

Kuvaa kurssikirjan pohjalta perinteiset myyntiorganisaatioiden organisaatorakenteet ja kerro, millaisissa tilanteissa niitä tyypillisesti käytetään. Valitse ja esittele jokin haluamasi esimerkkiyritys- tai liiketoiminta, jossa on tai voisi olla käytössä jokin innovatiivisempi myyntiorganisaation rakenne. Kerro miten innovatiivinen myyntiorganisaatio toimii ja miksi se on parempi kuin perinteiset mallit.