

Antal blad /
Number of sheets

12 ✓

TENTAMEN / EXAMINATION

Anvisningar:

Skriv din anonymitetskod på varje blad.
Endast en uppgift får lösas på varje blad.
Var vänlig skriv tydligt!

Instructions:

Write your anonymous code on each sheet.
Answer only one question on each sheet.
Please write clearly!

Vänligen texta anonymitetskoden i textboxen enligt exempel nedan!
Please write the Anonymous Code clearly in the textbox like example below!

Bokstäver/Letters:

A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N-O
P-Q-R-S-T-U-V-W-X-Y-Z-Å-Ä-Ö

Siffror/Numbers:

Ø-1-2-3-4-5-6-7-8-9

Exempel:

A	B	C	1	7	Ø	-	Ø	1	7
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

FEGB50

Etik och Säljtermik

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code = Kurskod + kodnr / course code + code number									
F	E	G	B	5	Ø	-	Ø	Ø	A

Tentamensdatum / Examination date:
12/4-17

Behandlade uppgifter / Solved problems

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
X	✓	X	X	X	X	X	X	X						
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Ifylles av lärare / To be completed by the examiner

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Poäng / Marks gained: 32

Betyg / Grade: VG

Max poäng / Total marks gained: 40

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 24

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGB50-004

Löpande sidnr
Consecutive no:

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

1) I boken Kundmötet så handlar kapitlet mycket om att medarbetare är "fronten" för företaget och att interaktionen som kunden har med medarbetare tenderar i att bilda en helhetsuppfattning om det företag/organisation som medarbetaren representerar, det mynnar sen ut i de beslut kunden tar och dess beteende speglas av detta.

De 3 stegen är (i ordning)

1. Kunden bilda en uppfattning om medarbetaren
2. Kunden bilda en uppfattning om Företaget/organisationen
3. Kundens beteende speglas av dess uppfattning om medarbetaren och Företaget

Enligt boken kan vissa kunder på förhand ha en uppfattning om företaget redan innan interaktion med medarbetaren, den uppfattningen kan baseras på tidigare erfarenheter. Men generellt så följs ändå dessa 3 steg enligt forskare



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

TEGB50-004

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

1. Fysiska behov

- Grundläggande behov för att överleva (mat etc)

2. Trygghet

- Basala behov för att känna sig säkra och trygga

3. Gemenskap

- Sociala behov, känsla av samhörighet

4. Självkänsla

- Behov baserat på egna värderingar (för att må bättre, t.ex lyxbil)

5 Självförverkligande

- Uppnå sin fulla potential

Skriv ej i detta område
Leave this area blank



3) Rackhams Fyra stadier

1. Inledning

Här handlar det om första interaktionen och dess utförande, det kan vara en hälsning eller ett såk "Introduktion" för att presentera sig själv, sin organisation och sitt syfte. Många säljare härskar att detta är den viktigaste delen i ett säljsamtal, men enligt Rackham så är inte intrycket "tillräckligt" bestående.

2. Söka information (Behörsanalys)

Människor är olika och olika. För att kunna hjälpa individen så behöver säljaren göra en personlig Behörsanalys utan att "kategorisera" kunder. Kundens "problem" skall tas reda på och det gör man genom att ställa mycket frågor för att verkligen ta reda på vad kunden behöver hjälp med. Kunden får också en uppfattning om "hur mycket du byr dig".

Enligt Rackham så är denna del den viktigaste delen, då det intryck säljaren ger är mer bestående än inledningen.

→
Forts.



Forts.

3. Ge information

Efter att ha gjort en utförlig behovsanalys så är det dags att lösa kundens behov genom att ge relevant information.

En bra behovsanalys underlättar den här delen och man hittar även kundens "punkter" och exakta behov.

4. Uppnå överenskommen

Efter de 3 första stegen så är det dags att röa affären i hamn, det är lättare sagt än gjort. Om de första stegen är väl utförda så blir även denna del lättare. Man löser kundens problem och går på ett avslut. Ibland är kunden osäker och då kan man som säljare gå tillbaka i stegen och "börja om" allt att man använder sig av 7M intervjuhandskriften.

Efter mötet har ägt rum är det viktigt att fundera över resultatet av mötet. Analysera och utvärdera tidigare uppsatta mål. Reflektera över sin egna prestation. Återkoppling till kunden. Analysera resultatet av mötet.



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGB50 004

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

4)

Kundens perspektiv Intention (vad?) (Mening)

Ett behov uppstår, jag behöver/vill ha något nytt. Mening bakom mötet och vad mötet ska lösa.

Ett exempel kan vara att en kund går in i en butik och vill ha en ny mobil (som inte är den nyaste eller dyraste) om säljaren dä rekommenderar en ipad eller dator så har man missförstått kundens intention.

Motivation (Varför?)

Syfte och varför har detta behov uppstått, vad är det som driver kunden. Vad vill jag uppnå med mitt köp? (inre/yttre faktorer)

Kommunikation (Hur?)

Praktiska utförandet av mötet och svarat på hur behovet kan lösas. Förmedling av budskap.

Relation

Resultat baserat på utförandet, av tidigare utförda steg. Kundens efterköpsbeteende, som kan mynna ut i en relation mellan båda parter.

(Baserat på intention och motivation)
Uppnåddes önskat resultat? (bättre eller sämre?)

→
Forts.

Skriv ej i detta område
Leave this area blank



FE6150 - 004

6

→
Forts.

Företagets perspektiv

4

Intention (vad?)

Vad vill företaget uppnå? (Mål)

Speciella, mätbara, accepterade, realistiska och tidsbestämda mål.

Motivation (varför?)

Varför vill vi uppnå detta? Ekonomiskt motiv, moraliskt motiv, samhällsnytt etc. Syfte och drivkraft till att uppnå steg 1

Kommunikation (Hur?)

Hur utförandet av kommunikationen sker baserat på tidigare steg. Hur budskapet förmedlas, och önskat resultat uppstår

Relation

Resultatet av tidigare utförda steg baserat på utförandet av intention och motivation



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGBSU-004

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

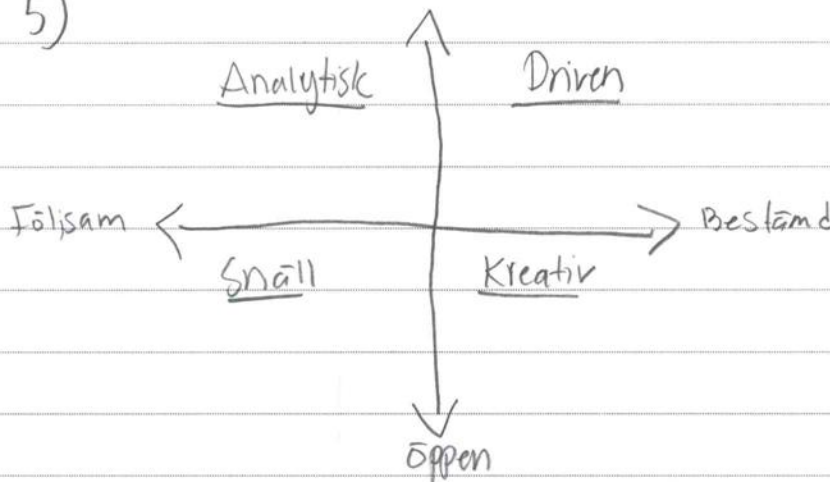
Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

5)



Körnetecken:

Driven: Resultatintresserad, går att "länga tid/pengar",
viljestyrkt, tävlingsinriktad.

Analytisk: Tänkande, gillar siffror, uträkningar, mätningar.

Snäll: Ömtänksam, ödmjuk, kärslig.

Kreativ: Impulsiv, tänker utanför boxen, lekfull.

Hur jag som mäklare ska anpassa
kommunikationen efter de olika profilerna

Snäll: Vara avslappnad i kroppshållning, ha vardagligt
fysiskt beteende, ej överklädd, lugn tempo i tal,
använda ord som berör. Det kan vara
svårt att för den här profilen att prata (öppna upp)
därför kan det vara bra att ställa mycket
frågor, visa på ödmjukhet och att man
bryr sig

→



FEGBSU-004

8

5

Skriv ej i detta område
Leave this area blank



Driven: Här är det viktigt att inte vara för dominant. Fysiska beteendet bör vara proportionat med kläddel och hygien, en själv säker kroppshållning. Vara nyfiken och genuint intresserad av individen, ok att vara personlig och humanistisk. Vara Entusiastisk i tempo och ordval, försöka relatera till personen. Leta den föra/bestämma så att hen... inte... känner sig exkluderad/överskåd.

Kreativ: Använda fantasin, ha avslappnad kroppshållning. Ibland kan denna profil "flyta" i tids samtalsämnet. Lyssna på individen och visa på intresse, ankända entusiasm och försöks få personen att visualisera. Leda samtalet.

Analytisk: Själv säker kroppshållning, använda ren fakta för att övertyga. Proportionat klädd, ställa mycket frågor och framförallt vara själv säker i mina svar. Visa på kompetens och kunskap. Inte vara för "pushig".



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FE6B50 004

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

Uppgift nr /
Question no:

6

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

6) Före:

Planering (Research)
Örning och träning
Mentor träning
Mål

Under:

Sälj teknik och säljstruktur
Anpass kommunikation efter profil
Medkänsls

Efter:

Aterkoppling / Avstämning
Utvärdering av tidigare uppgifts mål
(Och resultat av utförandet)



FEGSD-004

10

7

Mål: Uppsatta mål och syften

(Vad, varför, hur?)

S.M.A.R.T.A mål

Motivation: Inre och yttre motivationsfaktorer
Ta vara på kompetens, prestige, ära, pengar,
mental motivation, hjälps andra etc
Drivkraften till att utföra mål. Självtillit

Medkänsla: Etik och moral, att förstå
sig på andra och "sätta sig i deras skor"
Följ lagar och regler. Samvete

Mental träning: Avslappning, meditation,
vara i sitt bästa jag. Må bra i sinnet

Medvetenhet: Veta vad som krävs och vad
som är relevant för utförandet, vara jordnära
och realistisk.

Mod: Våga gå utanför sin trygghetszon
för att utvecklas, utmana sig själv,
överbinnas rädslor

Manér: Utförandet och sättet man gör
det på. Elegant, ärligt.

Ett tag har olika steg (delmål) samt
att det sker framåt.



FEGBSU-004

11

8

8) Påpeka att en mäklare har kennodomen
Om en misstänksam kund som ska
"Avvikta pengar" och betala mäklaren överpris
för att "hinna" budet

Mäklaren: Dåligt samvete, kan bli av
med mäklarlisans, kan bli sparkad av arbetsgivare,
bli dömd, skada sitt rykte och självmordande
hamna i depression.

Arbetsgivare: Dåligt rykte, ekonomisk skada,
extra arbete och utredningar, negativ Publicitet,
mindre kunder

Kunden (Säljare): Misstro mot branchen och
företaget, sprids negativ "word-to-mouth".
Kan få en förlängd process att sälja
huset, ekonomisk skada i fall köpet härs, påverkan
på vardagsliv och familj

Branschen: Dålig publicitet, misstro av
kunder och eventuellt myndigheter,
Skäms att rekrytera nya mäklare.



FEGR50-004

12

9

9)

Sensing (Arkänna)

Handlar om att snabbt förstå situationer och tolka uttryck på ett relevant sätt genom att förstå både verbala och icke verbala intryck. Ta emot det som förmedlas, avkoda och reflektera/relatera.

Processing (Hur budskapet tolkas i medvetandet hos mottagaren)

Responding (Svara) som är det viktigaste steget, alltså utfallet av det man tolkat och hur man svarar (går vidare).