

Stikkord

- A
 - adopsjonsprosessen 147
 - aksjeselskap 38
 - alkoholloven 63
 - anbud 110
 - andre kostnader 91
 - angrerettloven 176-177
 - ansvarlige selskap 38
 - arbeidsdeling 18-20
 - arbeidsmiljøloven 76-79
 - arbeidsområde 1 15
 - avanse 98, 101
 - avansement 24
 - avdekke svinn 118, 119
 - avskrivninger 90
- B
 - bedriften din 15
 - bedriftens organisering 18
 - bedriftens rammebetingelser 26
 - bedriftskultur 48
 - bedriftsmarkedet 57
 - bedriftsprofil 48
 - bedriftsvaremarkedet, inndeling 60
 - begrepsforklaringer, selvkostmetoden 98
 - beskriv bransjen din 16
 - besluttere 57
 - betalingsarbeid 165
 - betjeningsformer 126, 131
 - bidragsmetoden 103, 104, 107
 - bonus 155
 - bransjen din 16, 17
 - brukere 57
 - bruttofortjeneste 94
 - budskap 45
- D
 - definisjon, forbrukere 56
 - dekningsbidrag 104, 105
 - dekningsgrad 104, 105
 - delplan 66, 67
 - demografiske 59
 - detaljistorganiserte frivillige kjeder 39
 - diffusjonsteorien 147
 - digitale verktøy 178
 - direkte kostnader 91, 92, 98
 - direktemarkedsføring 129
- diskrimineringsloven 80
- distribusjonsfunksjoner 72
- distribusjonsstrategi 37
- distributører 31
- dokumentasjon 75
- driftsmargin 94
- dørsalg 128
- E
 - EFU-modellen 135
 - egenkapitalrentabilitet 96
 - eksamensoppgaver 217-219
 - eksamens–
 - hvorfor løse 9, 10, 11
 - ekspedisjonsgebyr 156
 - ekstern markedsføring 41, 43, 48
 - eksterne rammebetingelser 29
 - enkeltpersonforetak 38
 - etiske retningslinjer 71
 - etternølere 148
 - etterspørselskurve 87
- F
 - faglig kunnskap 47
 - faser i salgssamtalen 136, 137
 - faste kostnader 91, 92, 104
 - ferieloven 83
 - filialforetak 39
 - finansiering 73
 - finansieringskostnader 89
 - flat organisasjon 22
 - folketrygdloven 84
 - forbrukerkjøpsloven 172-174
 - forbrukerkunnskap 144, 146
 - forbrukermarkedet 56
 - forbrukermarkedet, inndeling 59
 - forbrukerroller 57
 - forbrukertvistloven 177
 - forbrukertyper 148
 - forebygge svinn 118, 122
 - forespørsel 108, 109
 - forhandlere 31
 - forhandlinger 132, 139-143
 - forholdet til kunden 71
 - forretningssidé 35
 - forretningsplan 33, 34
 - fortjeneste 98
 - franchisingforetak 39
- funksjonell organisasjon 21
- funksjonsrabatt 155
- fysiologiske behov 52
- fysisk håndtering 72
- G
 - gateselgere 128
 - geografiske forhold 156
 - grossistorganiserte frivillige kjeder 39
- H
 - handelsformer 126, 127, 128
 - handlingsplaner 40, 43
 - HMS 69
 - HMS-perm 69, 70
 - homeparty 128
 - homogene grupper 60
 - hovedavtale 83
 - hovedoppgaver 71
 - hovedplan 66
 - håndverkertjenesteloven 175-176
- I
 - identifikasjonsdata 130
 - indirekte kostnader 91, 92, 98
 - informasjonsdata 130
 - inngående merverdiavgift 111, 112
 - innhold 5-7
 - innhold, besvarelse 12
 - innovatører 147
 - inntekter 86
 - inntektsfaktorer 86
 - innvendinger, salgssamtalen 135, 136
 - institusjonsmarkedet 58, 60
 - interaktiv markedsføring 41
 - intern markedsføring 41
 - interne rammebetingelser 26
 - internkontroll 69
- K
 - kampanjerabatt 155
 - karakterer 12
 - kjerneservice 161
 - kjøpere 57
 - kjøperorienterte kilder 149
 - kjøpsatferd 149

- kjøpsprosess, bedriftsmarkedet
 151, 152
 – forbrukermarkedet 149, 150
 – institusjonsmarkedet 153
 klagebehandling 167, 168
 klagebehandlingsprosessen 168-170
 kommunikasjonsform 44
 komplementære goder 90
 konkurrenter 30
 kontantrabatt 155
 kontantsalg 163, 164
 kostnad 98
 kostnader og lønnsomhet 90
 kostnadsfaktorer 86
 kreditnota 110
 kredittsalg 163, 164
 kundebehandling 48
 kunde grupper, forbrukere 58
 kundens rettigheter 171
 kundetyper og priser 156
 kvantumsrabatt 155
- L
- lager 121
 ledelse 25
 ledelsesformer 51
 leverandører 30
 likestilling 25
 likestillingsloven 81, 82
 linjeorganisasjon 21
 linje-stabsorganisasjon 21
 livsstilsegenskaper 60
 lojalitet 71
 lover og regler 61
 lønnsfastsettelse 24
 lønnskostnader 90
 lønnsomhet 85, 86
- M
- manuell betjening 131
 markedet 30
 markedsaktiviteter 66, 180-184
 markedsføring 29, 41
 markedsføringsloven 61, 62
 markeds kunnskap 48
 markeds mål 43
 markedsplan, kontroll 43
 markedsstrategi 36, 43
 markedsvurdering 36
 Maslows behovspyramide 52
 mediene 46
 mersalg 137
 merverdiavgift 98
 messesalg 128
 minimumspris 104, 106
 mål, forretningsid 35
- mål, handlingsplan 40
 mål oppnåelse 12
- N
- netthandel 127
 nettverksmarkedsføring 128
 nøkkeltall 93
 nøytrale kilder 149
- O
- omløpshastighet 114, 115, 116
 oppbygning av boka 12, 13
 oppfølging, salg 138
 oppgaver 185-223
 – bransje 185
 – digitale verktøy 215
 – forretningsplan 188-190
 – inngående og utgående mva. 201-202
 – inntekter og kostnadsfaktorer – lønnsomhet 197-199
 – klagebehandling 212-213
 – kundens rettigheter 213-214
 – lover og regler 195-197
 – markedsføring og virkemidler 191-193
 – omløpshastighet 202-203
 – organisering 185-186
 – pengehåndtering 211
 – personalpolitiske retningslinjer 186-187
 – pris- og rabattpolitikk 209-210
 – prisberegning og skriftlige tilbud 199-201
 – produkt- og forbruker kunnskap 207-208
 – rammebetingelser 187-188
 – salg og salgsmetoder 204-207
 – salgs- og markedsplaner, HMS og etiske retningslinjer 193-195
 – service 210
 – svinn 203-204
 – vurdering salgs- og markedsaktiviteter 215-216
- opplæring 24
 opplæringspolitikk 51
 oppsigelse 24
 ordrebekreftelse 109
 organisasjonsformer 18, 20, 21
 organisering 37
 organisering, teori 19
 organisert service 160
- overskudd 93
 overskuddsgrad 93
- P
- pengehåndtering 163
 P-er i markedsføring 50
 periferiservice 161
 permisjoner 24
 permittering 24
 personalet 46
 personalpolitikk 24, 51
 personalpolitiske retningslinjer 23
 personalressurser 28
 personalstrategi 37
 personaltyveri 122
 personlig salg 45
 personlig service 160
 personlige egenskaper 49
 personopplysningsloven 79, 80
 plan, tiltak 68, 69
 planlegging 51, 73
 plass-strategi 37
 politiske forhold 29
 portvakter 57
 postordrehandel 128
 praktisk salgsarbeid 125
 primærbehov 53
 pris 45, 50
 prisberegninger 97
 prisberegninger, selvkost 98, 99
 pris differensiering 156
 priselastisitet 88
 prisendringer 89
 prising 121
 prispolitikk 154, 155
 prissetting 97
 prisstrategi 37
 problemløsningsevne 47, 48
 produktstrategi 37
 produkt 50
 produktbeskrivelse 36
 produkt egenskaper 54
 produktet 28, 45
 produktets livssyklus 145
 produktfordeler 55
 produkt kunnskap 144, 145
 produktsortiment 114
 profil 28, 53-55
 prosjektorganisasjon 21, 22
 psykografiske 59
 psykologiske fordeler 56
 påslag 98
 påslagsfaktor 102
 påslagsmetoden 102
 påvirkere 57
 påvirkning 50

R

rabattpolitikk 154, 155
rabattsystem 155, 156
rammebetingelser 26, 27, 29
regler i arbeidslivet 75, 76
regler, betalingsarbeid 165
reklame 44
rekruttering 25
relasjonsmarkedsføring 129
rentabilitet 95
rentekostnader 91
respekt 71
resultatgrad 94
risikofunksjon 73

S

salg 126
salgs- og markedsaktiviteter 65
salgs- og markedsplaner 64
salgsaktiviteter 66, 180-184
salgsforberedelse 16
salgsfremmende tiltak 45
salgsinntekt 98
salgslokalet 121
salgsmetoder 126, 127
salgssamtale 132-134
samarbeid i nærmiljøet 39
samarbeidsformer 37, 38
samarbeidspartnere 31
samfunnskontakt (PR) 44
sekundærbehov 53
selgerorienterte kilder 149
selskapsformer 37, 38
selvbetjening 131

selvkost 98
selvkostkalkyle 100
selvkostmetoden 97
selvrealiseringsbehov 53
selvvalgsbetjening 132
sen majoritet 148
service i salgssituasjonen
159-162

serviceelementer 160
servicekvalitet 162
sesongrabatter 156
sikkerhetsbehov 52
situasjonsanalyse 43, 67
skriftlige tilbud 97
SOFT-analyse 31, 32
solidarisk ansvar 38
sosiale behov 52
statusbehov 52
støtteoppgaver 71
substitutter 90
svinn 118, 123
svinnkilder 119

T

tabell, kompetansenivå 12
tariffavtale 83
teknisk service 160
teknologi 28
teknologiske forhold 30
telefonsalg 127
tidlig majoritet 148
tidlige brukere 147
tidligordrerabatt 156
tilbud 108

tips, forhandlinger 142
tobakkskadeloven 63
torghandel 128
totalkapitalrentabilitet 95
tverrfaglige oppgaver 220-223
tyveri 121

U

utarbeide tilbud 108, 109
utgående merverdiavgift 111-113

V

valg av leverandør 120
valg av prisnivå 155-158
varekostnad 90
varemottak 120
vareprat 45
variable kostnader 91, 92, 103
virkemidler, eksternt markedsføring 43
virkemidler, interaktiv markedsføring 46, 47
virkemidler, intern markedsføring 50-
41-42
visjoner 35

Ø

økonomi 39
økonomiske forhold 29

