

Kommunikationsplan til: Salgsassistent del 1 – Online salg og kundeservice

Fag: Hovedforløb – Salgsassistent del 1

Materialet i faget er bygget op med en emneintroduktion, der indeholder de samme elementer for hvert emne:

Teaser:

Teaseren skal få eleverne ind i det faglige emnes mindset. Teaseren kan være lille film, et refleksionsspørgsmål, en quiz eller afstemning, eller blot en lille tekst, der gør, at eleven får sporet tankerne ind på det faglige indhold og aktiveret eventuel viden, de har om emnet i forvejen.

Læringsmål:

Læringsmålene er skrevet i et klart elevrettet sprog, så eleven ved, hvad han/hun skal opnå ved at arbejde med emnet. Læringsmålene er skrevet på baggrund af fagets målpinde.

Så kan du:

Viser eleven hvad han/hun kan anvende den lærte stof til efter at have arbejdet med emnet.

Det virkelige eksempel

Eksemplet fortæller, hvordan det faglige indhold anvendes ude i virksomhederne. Eleverne kan hermed drage paralleller til deres egen praktikvirksomhed.

Dette evalueres du på:

Her kan eleven læse, hvad han/hun konkret bliver evalueret på – fx deltagelse i forumdiskussioner, afleveringer der skal godkendes eller test, der skal bestås.

Forventet tidsomfang:

Eleven kan se, hvor mange timer emnet er berammet til.

Emnerne knytter sig til følgende mål fra uddannelsesordningen omhandlende detailhandelsuddannelsen med specialer:

Målpinde	Emne	Læringsmål
11. Eleven behersker metoder til personligt salg og kundeservice både digitalt og analogt. 18. Eleven kan anvende viden om samfundsmæssige forhold og trends, der påvirker kundernes købsadfærd og købsmotiver til salgsoptimering og mersalg både online og i butikken. 21. Eleven har kendskab til forskellige sociale medier som salgskanal og effektiv kommunikation på digitale platforme.	Digital kundeservice Digital kundeadfærd Trends og tendenser	• Du ved hvordan du bedst kan yde kundeservice online, herunder hvad du skal være opmærksom på når du kommunikerer via skrift eller tale på digitale platforme • Du ved også hvordan personligt salg indarbejdes i online handel, herunder hvilke trends vi ser lige nu • Du kan benytte viden omkring hvordan samfundsmæssige forhold og ændringer kan påvirke onlinekunders købsadfærd samt købsmotiver for derigennem at sælge flere varer • Du får kendskab til forskellige digitale platforme der kan anvendes som salgskanal herunder Facebook

Indhold	Indhold/Opgaver	Differentieret materiale til elever	OBS i forhold til fjernundervisning	OBS i forhold til blended learning	Vejledninger til underviser
Opgave 1 Kundeservice	1. En kunde har givet en dårlig anmeldelse på Trustpilot, og der er givet et dårligt svar. Opgaven er for eleven at formulere et bedre svar og stille forslag til, hvordan dårlige svar undgås i fremtiden.	Man kan bede hurtige elever om at lave to forskellige svar med forskellig Tone-of-voice.	Underviseren skal oprette en svar-tråd.		En alternativ opgave kan være for eleven at finde en dårlig anmeldelse fra egen virksomheds trustpilot, og lave et bedre svar end det, der er givet.



Opgave 2 - SoMe	Du skal lave en liste med de SoMe platforme du kender til og vil kunne bruges til at kommunikere med dine kunder på? Samtidig skal du beskrive hvilke fordele og ulemper der er forbundet med at bruge de enkelte platforme som salgskanal? Upload din besvarelse til forummet - du kan se de andres besvarelser, når du har uploadet din egen.				Ved tilstedeværelsesundervisning kan der deles op i grupper, og hver gruppe får en kanal, de skal beskrive fordele og ulemper ved. Dette kan fremlægges for klassen til yderligere diskussion.
Opgave 3 - Afsluttende opgave	Igennem forløbet her er du blevet præsenteret for kundeservice, kundeadfærd og salgskanaler. Alle tre dele understøtter ønsket om øget salg i forretningen. Enten i kraft af god kundeservice eller direkte i form af en ny kanal, der er tæt på brugerne. Du skal nu i gang med den afsluttende opgave i 4 dele. Du skal starte et dokument, som du skal uploade til slut. Brug alt	Der er indlejret et link til en artikel, der forklarer hvad konverteringsrate er: https://www.webanalytiker.dk/tracking/webanalyse-ordbog/hvad-er-en-konverteringsrate/			Eksempler på forhold, der har ændret kundeadfærden: Mobilbetaling bliver almindeligt – fører til mere shopping via mobilen. Digitale tjenester som Spotify og Netflix har trækkt tæppet væk under forretninger som Fona, StereoStudio og TP-musikmarked. Abonnementstjenester vinder indpas og gør tid til en handelsvare, forstået på den måde, at hvis du har barbergrej, aftensmaden, vin eller andre 'almindelige varer' på abonnement mister de traditionelle udbydere små markedsandele til hver tjeneste, der udbyder abonnementet.



	hvad du har lært i de foregående, når du løser opgaverne. I del 2 og 3, kan du eventuelt tage screenshots, og knytte en forklaring til. 1. Find mindst to eksempler på, hvordan tidligere ændringer i de samfundsmæssige forhold har påvirket kundernes købsadfærd online? 2. Find 3 eksempler på, hvordan du kan optimere din butiks webshop, for at få flere kunder og en højere konverteringsrate? (Hvad er konverteringsrate?) Du kan tage udgangspunkt i de samfundsændringer som corona-krisen har medført eller i jeres online kommunikation. 3. Kom med et bud på, hvordan				
--	---	--	--	--	--



	optimeringen af webshoppen eller en anden online tilstedeværelse for din virksomhed, eksempelvis de sociale medier, kan medvirke til et øget salg i den fysiske butik. 4. Kom med dit bud på hvilke trends du mener kunne få betydning for online salg i 2021? Må maksimalt fylde 4 sider af 2400 anslag med mellemrum. Opgaven bliver bedømt som bestået/ikke bestået.				
--	--	--	--	--	--