



NM Oppgave 2019

Programområde: Service og samferdsel

Fag: **Salgsfaget**

Innledning

Skolekonkurranser skal være med å motivere elevene gjennom mestring ved å gi dem praktiske og realistiske oppgaver. Oppgaven er laget som en forberedelse til eksamen og er tenkt som en naturlig metode i forhold til opplæringen innen yrkesfag.

I det følgende gis en oversikt over det som bør være med i konkurranseoppgaver i forbindelse med skolemesterskap.

Oppgavene legges i en felles nettbasert oppgavebank som er fritt tilgjengelig for alle på www.worldskills.no

WorldSkills Norway

2018-11-28

INNHOLD

1. Forord
2. Beskrivelse av oppgaven/del-oppgavene
3. Veiledning og instruks til konkurrentene
4. Nødvendige maskiner, materiell og utstyr for å kunne løse oppgaven
5. Bedømmingskriterier og vurderingsskjema
6. Vedlegg

1. FORORD

Oppgaven er utarbeidet av faglærere ved Ringsaker og Elverum vgs i samarbeid med Hedmark fylkeskommune og WorldSkills Norway.

Alle oppgavene er laget med utgangspunkt i læreplan for VG2 Salg, service og sikkerhet, med hovedvekt på salgsfaget. Oppgaven kan omtales som pensum på VG2 og er del av vanlige arbeidsoppgaver i en praktisk opplæring på VG2.

Det legges opp til at skolekonkurransen skal være åpen for publikum. Oppgaven blir nå gjort tilgjengelig for bransje og andre samarbeidspartnere, dette og eventuell endring i planlagt deltakerantall, vil kunne medføre endringer i oppgaven på konkurransedagen.

Spørsmål om oppgaven kan rettes til Hilde Karlsen, hilde.karlsen@hedmark.org.

2. BESKRIVELSE AV OPPGAVEN / DEL-OPPGAVENE

Opgaven skal i sin helhet løses ved å lage en salgskampanje basert på hovedprodukt(er) og tilleggsprodukt(er) innen tildelt bransje. **Gjennomgående tema i år vil være livsstil; trening/friluft/helse.** På konkurransedagen trekker laget varegruppe, og oppgaven skal løses på følgende måte:

- **DEL 1 FORBEREDELSESTID (maksimal tid 3 timer)**
 - Bygge et salgstorg på angitt plass
 - Utarbeide og printe egnet salgsfremmende materiale ved hjelp av banner laget digitalt og ellers plakater (valgfritt antall og form)
 - Utarbeide forslag til et salgsfremmende innlegg med bilde/tekst/hashtags for denne salgskampanjen på sosiale medier (Instagram og/eller Snapchat)
 - Laget skal presentere og selge sine varer
 - Utarbeide en salgspresentasjon for juryen

- ✓ **DEL 2 – PRESENTASJON (maksimal tid 30 min)**
 - Gjennomføre en salgssituasjon på salgstorget
 - Presentere salgstorget for juryen
 - Legge frem salgspresentasjon for dommere

Elementer i oppgaven kan endres i forhold til eventuelle endringer rundt antall deltakere, og vil i så fall bli bekjentgjort i god tid før NM.

Opgaven vil ha en varighet på maks 3 timer forberedelsestid, og 30 minutters presentasjonstid.

Etter endt oppgaveløsning, vil resten av dagen settes av til juryering og kåring av vinner.

3. VEILEDNING OG INSTRUKS TIL KONKURRENTENE

Oppgaven kan løses av et lag på 2 elever

Ut over at oppgaven er kjent god tid i forveien gis det ingen annen informasjon om oppgaven enn at deltakerne får gjøre seg kjent med konkurransearenaen dagen før konkurransen.

Oppgaven skal gi deltakerne mulighet til å vise sin kompetanse innen kundebehandling og salgsprosesser, kunnskap om hvordan tilpasse varer og tjenester til forbrukermarkedet og kompetanse innen praktisk salgsprosess og salgsfremmende tiltak gjennom bruk av både praktiske, teoretiske og digitale redskaper.

På konkurransedagen trekker du en kategori/varegruppe og får tildelt hovedprodukt og tilleggsprodukter til å bygge et torg.

Det skal presenteres hovedprodukt og tilleggsprodukt bestående av minimum 4, maks 10 varer.

Løsning og produkt skal deretter selges/presenteres for juryen.

4. NØDVENDIGE MASKINER, UTSTYR OG MATERIELL TIL Å LØSE OPPGAVEN

Du vil på konkurransedagen få utdelt alt av nødvendig materiell og varer for å løse oppgaven.

Det vil også være storformatprinter tilgjengelig for print av banner – samt messevegg for oppheng.

Størrelse på banner skal være 914mmX2000mm – anbefaler nedlastning av gratis programvare, «Poster Artist Lite», på egne PCer i forkant av konkurransen (kan lastes ned gratis her; <http://support-th.canon-asia.com/contents/TH/EN/0200493910.html>).

Det kan i denne oppgaven være behov for bruk av egen pc/digitale hjelpemidler.

5. BEDØMMINGSKRITERIER OG VURDERINGSSKJEMA

Bedømmingen vil foregå ved at elevene presenterer sitt salgstorg for en jury/dommere fra bransjen.

Juryen/dommerne vil legge vekt på deres evne til å formidle ferdigheter som selger i salgsfaget, samt evne til å bygge et salgstorg og vise forståelse for en selgende varepresentasjon.

Det innebærer at dere må ta hensyn til de oppgitte kompetansemål og kriterier i deres løsning av oppgaven.

Dere kan i tillegg til presentasjonen bli stilt utdypende spørsmål innen temaet.

Hver oppgave vil bli vurdert etter de på forhånd definerte kriterier og vekting.

Det vil bli utarbeidet eget vurderingsskjema med poengfordeling til oppgaven, i tillegg til de vedlagte vurderingskriterier. Disse vurderingsskjemaene kan ikke brukes av kandidaten under oppgaveløsningen.

Jury/dommere vurderer deltakerne når de utfører/har utført oppgaven. Når oppgaven er avsluttet vil jury/dommere summere de gitte poeng for deltakeren og laget med flest poeng totalt vil vinne konkurransen.

En veiledning til jury/dommere om bedømming av oppgaven ligger vedlagt.

BEDØMMINGSKRITERIER

| Kompetansemål | Lav måloppnåelse | Middels måloppnåelse | Høy måloppnåelse |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vurder betydningen av ekstern, intern og interaktiv markedsføring for å fremme salg | Kan forklare hva intern, ekstern og interaktiv kommunikasjon er. | Kan beskrive virkemidlene i intern, ekstern og interaktiv markedsføring og vet hva kjerne og periferi i ekstern markedsføring dreier seg om | Kan vurdere og reflektere over markedsføringens tre sider og betydningen av disse. Kan vise til og anvende eksempler på virkemidler innen intern, ekstern og interaktiv markedsføring |
| Kjøper og selgerrollen Bruke produktkunnskap, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap i samhandling med kunden. | Kan forklare hva produktkunnskap-, bransjekunnskap og forbrukerkunnskap er samt hvorfor dette er viktig for en selger | Vet hvilke kunnskaper en selger bør ha i forhold til bransjekunnskap-, produktkunnskap og forbrukerkunnskap, relatert til de produktene som er aktuelle i din presentasjon | Kan vurdere og reflektere over betydningen av god kunnskap hos selgeren om disse temaene, samt hva dagens kunder er opptatt av når det gjelder både produkter og opprinnelse. |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kjøper og selgerrollen Gjennomføre salg og mersalgprosesser ved hjelp av hoved- og tilleggsleveranser til forbruker- , bedrifts og institusjonsmarkedet | Kan definere begrepet salg Vet hvilke typer salg og markeder vi her snakker om. | Kan beskrive AIDA modellen Kan forklare salgsprosessen. | Kan vurdere og forklare begrepene i salgs- og mersalgprosesser. Kan forklare AIDA modellen og vise til eksempler. Kan vurdere og reflektere over viktigheten av og kunnskap om de forskjellige markedene, samt hvordan dette påvirker salgsprosessen. |
| Indre og ytre salgsmiljø | Vite hva ytre og indre salgsmiljø er og hvorfor dette er viktig å ha fokus på. | Kan beskrive hva ytre og indre salgsmiljø defineres som, hvilke elementer det består av, og hva du selv har | Kan vurdere, begrunne og reflektere over de forskjellige elementene innen ytre og indre salgsmiljø. Kan reflektere lagt vekt på. over betydningen av vareplassering, grunnregler for butikkinnredning og selgende varepresentasjon. |
| Yte service i samsvar med etiske retningslinjer for bransjen | Vite hva etikk og moralnormer er i salgsfaget | Kan redegjøre for etiske retningslinjer og normer generelt i salgsfaget. Har innsikt i bransjenormers betydning. | Kan vurdere etikk og moral innen bestemte bransjer og vise til eksempler. Kan anvende kunnskapen om etikk i eget salgsarbeid. Kan i tillegg forklare begrepet bransjenormer. |
| Beregne pris på varer og tjenester i forbruker/, bedrifts- og institusjonsmarkedet, utarbeide tilbud og vurdere konsekvenser av prisendringer | Kjenner til formålet med å kalkulere og beregne pris | Kan gjennomføre enkle kalkyler for prisberegning av varer og vet konsekvenser av prisendringer | Kan benytte kalkylene i videre økonomisk planlegging, samt vurdere konsekvenser av prisendringer og foreslå tiltak i henhold til disse. |

6. VEDLEGG

Vedlegg 1: Vurderingsskjema dommer

DOMMERSKJEMA
NM SKOLEKONKURRANSE I SALGSFAGET

| | |
|---------------------------|------------------------------------------------------------|
| SKOLE / FYLKE | |
| PROGRAMOMRÅDE | SERVICE OG SAMFERDSEL |
| TRINN | VG2 Salg, service og sikkerhet |
| GRUPPE / NAVN ELEV | |
| STED | Ringsaker videregående skole |
| LEDSAGER | |
| HOVEDDOMMER | |
| DATO | 10.-11. april 2019 |
| MERK | Elevene vurderes gruppevis, maks 2 deltakere i hver gruppe |

| Kompetansemål / | Beskrivelse | Vekting / Poeng | Kommentarer |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------|
| Kjøper og selgerrollen Salg og mersalg Forbrukermarkedet Aida Salgsprosessen | Her forventes at eleven viser en forståelse for hva som er viktig ved salg og, ikke minst mersalg. Eleven må utvise kunnskap om at forbruker markedet er et eget marked. Eleven må kunne beskrive og forklare/bruke AIDA-modellen (attention, interest, desire, action), relatert til eleven sitt eget varetorg. Vet viktigheten av, og kan vise hvilke egenskaper en bør inneha for å være en god selger. Salgssamtalen | 20 poeng | |
| Kjøper og selgerrollen Produktkunnskap Bransjekunnskap Forbrukerkunnskap | Her forventes at eleven vet og viser frem, viktigheten av egenskaper en bør inneha for å være en god selger, spesielt i forhold til bransjekunnskap, produktkunnskap og forbrukerkunnskap relatert til elevens produktvalg. Kan reflektere over hva som er viktig for dagens kunder rundt disse temaene. | 20 poeng | |
| Ytre og Indre salgsmiljø Beskrive yte og indre salgsmiljø Selgende varepresentasjon Betydning av vareplassering Grunnleggende butikkinnredning | Eleven bør kunne beskrive hva som kjennetegner et godt ytre og indre salgsmiljø, og hvordan man kan «bruke» dette for å fremheve «sin» vare. Eleven bør vite hva som kjennetegner en selgende varepresentasjon. Dette bør gjenspeile seg i elevens varetorg. Eleven bør også kunne reflektere | 20 poeng | |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| | noe over generell vareplassering og butikkinnredningens betydning for godt salg. | | |
| Markedsføringen`s 3 sider <hr/> Ekstern, intern og interaktiv markedsføring Bruk av virkemidlene i ekstern, intern og interaktiv MF Reflektere over MF`s 3 sider | Eleven kan forklare hva ekstern, intern og interaktiv markedsføring går ut på. Bør kunne beskrive virkemidlene innen dette området. Bør vite hva kjerne og periferi (hovedprodukt og tilleggsprodukt) er i ekstern MF. Eleven bør synliggjøre sin bruk og forståelse av disse virkemidlene gjennom sitt varetorg. | 20 poeng | |
| Etiske retningslinjer <hr/> Etikk og moralnormer Etiske retningslinjer i salgsfaget Bransjenormer | Eleven bør utvise en god kunnskap om etikk og moralnormer innen salgsfaget. Eleven har også innsikt i bransjenormenes betydning for salgsfaget. Kan i sitt eget arbeid anvende kunnskapen om etikk, moral og bransjenormer. | 10 poeng | |
| Prisberegning <hr/> Beregne pris på varer og tjenester Vurdere konsekvenser av prisendringer | Eleven må kunne anvende priskalkyler i eget arbeid med varetorget. Eleven må kunne kalkulere pris på varene sine. Eleven må kunne benytte seg av kalkylene i videre økonomisk planlegging. Kan reflektere over og forstå konsekvens av prisendringer, og foreslå tiltak i henhold til disse. | 10 poeng | |
| SLUTTPOENG: | | | |
| KOMMENTARER: | | | |