

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Personlig försäljning 2

Tema: Kampanjplanering och genomförande

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla hur man planerar, genomför och utvärderar marknadsföringskampanjer. Fokus ligger på målsättning, budgetering, val av kommunikationskanaler samt metoder för att mäta kampanjens framgång.

Kunskapskrav

Eleven kan planera och genomföra en marknadsföringskampanj samt analysera kampanjresultat. Dessutom kan eleven reflektera över effektiviteten hos olika kampanjmetoder.

Lärlarleda instruktioner

Introduktion till kampanjplanering (15 min)

- Diskutera vad en marknadsföringskampanj är och dess syfte.
- Gå igenom stegen i kampanjplanering: mål, målgrupp, budskap, kanaler och budget.
- Ge exempel på framgångsrika kampanjer och vad som gjorde dem effektiva.

Genomgång av mål och mätning (15 min)

- Diskutera hur man sätter upp SMARTa mål (Specifika, Mätbara, Accepterade, Realistiska, Tidssatta).
- Presentera olika metoder för att mäta kampanjresultat och analysverktyg som kan användas.
- Visa exempel på hur man utvärderar effektiviteten av en kampanj.

Praktisk övning i kampanjplanering (10 min)

- Eleverna delas in i grupper och får i uppgift att planera en kampanj för

en specifik produkt eller tjänst.

- Varje grupp ska definiera målgrupp, budskap, välja kanaler, och budgetera för kampanjen.
- Grupperna presenterar sina kampanjer för klassen.

Sammanfattning och reflektion (10 min)

- Sammanfatta de centrala punkterna kring kampanjplanering och vikten av utvärdering.
- Diskutera hur eleverna kan använda dessa insikter i sina egna framtida kampanjer.
- Svara på eventuella frågor och knyt ihop teori med praktiska insikter.

Aktivitet

Eleverna ska skapa en fullständig kampanjplan för en produkt eller tjänst, inklusive mål, målgrupp, budskap, val av kanaler och budget. De ska också inkludera en plan för hur de avser att mäta kampanjens framgång.

Användaren kan skriva "Aktivitet" så tar jag fram en fullständig aktivitetsbeskrivning.

Exit-ticket

- Vad är syftet med en marknadsföringskampanj?
Svar: Att nå ut till en målgrupp med ett specifikt budskap för att uppnå försäljningsmål eller öka medvetenheten.
- Vad betyder SMARTa mål?
Svar: Specifika, Mätbara, Accepterade, Realistiska, Tidssatta mål.
- Nämn en kanal som kan användas i en kampanj.
Svar: Sociala medier, e-post, traditionell reklam.
- Hur kan man mäta framgången av en kampanj?
Svar: Genom att analysera försäljningssiffror, kundfeedback och engagemangsdata.

Tags: [Gymnasiet](#), [Personlig försäljning 2](#)