

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Branschkunskap inom handel

Tema: Kundupplevelse i den digitala handeln

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas förståelse för hur företag kan skapa en positiv kundupplevelse i den digitala handeln samt deras förmåga att analysera och reflektera över strategier för att förbättra kundservice och interaktioner online.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla hur företag kan skapa en positiv kundupplevelse online genom att förstå kunders behov och beteenden. Centrala aspekter inkluderar användarvänlighet, kundsupport, digital marknadsföring och hur sociala medier påverkar konsumtionsmönster.

Kunskapskrav

Eleven redogör för centrala begrepp kring kundupplevelse och hur dessa kan implementeras i handel. Eleven beskriver också hur företag kan använda digitala verktyg för att förbättra kundservice och interaktion samt kan ge exempel på hur en positiv kundupplevelse kan leda till ökad försäljning.

Prov

Faktafrågor

1. Vilken av följande faktorer bidrar mest till en positiv kundupplevelse?
 - A) Lång leveranstid
 - B) Komplicerad navigering på webbplatsen
 - C) ****Användarvänlighet****
 - D) Hög kostnad för frakt
2. Vilket av följande företag är känt för sin exceptionella kundservice?
 - A) ****Zappos****
 - B) Walmart

- C) eBay
 - D) Best Buy
3. Vad är en viktig aspekt av digital marknadsföring i relation till kundupplevelse?
- A) ****Anpassade erbjudanden****
 - B) Minska kostnader
 - C) Öka lagernivåerna
 - D) Förlänga öppettider
4. Vilken roll spelar sociala medier i kundinteraktioner?
- A) Ingen roll
 - B) ****Möjliggör direkt kommunikation****
 - C) Lägger till extra kostnader
 - D) Minskar varumärkets synlighet
5. Vilket verktyg används ofta för att mäta kundnöjdhet?
- A) Bokföringsprogram
 - B) ****Enkäter****
 - C) Lagerhanteringssystem
 - D) Sociala medier
6. Vad syftar användarvänlighet till?
- A) ****Att göra det lättare för kunder att navigera****
 - B) Att öka kostnaderna
 - C) Att minska interaktioner
 - D) Att göra webbplatsen mer komplicerad
7. Vilken är en central komponent för att skapa kundlojalitet?
- A) Högre priser
 - B) ****Förstklassig kundservice****
 - C) Färre produkter
 - D) Begränsad kontakt
8. Hur kan ett företag bäst hantera negativ feedback?
- A) Ignorera den
 - B) ****Lyssna och åtgärda****
 - C) Blockera kunder
 - D) Göra inga förändringar
9. Vad bör företag fokusera på för att maximera kundernas bekvämlighet?

- A) Komplexa användargränssnitt
- B) Minskad kommunikation
- C) **Enkelhet och tillgänglighet**
- D) Högre priser

10. Vilken aspekt av kundupplevelsen är kopplad till sociala medier?

- A) Ingen kontakt med kunder
- B) **Engagemang med kunder**
- C) Förbise kundens feedback
- D) Öka kostnader

11. Vad är en potentiell negativ aspekt av digital handel?

- A) **Lång leveranstid**
- B) Bättre kundservice
- C) Ökad tillgänglighet
- D) Lägre kostnader

12. Vilken av följande är en fördel med kundfeedback?

- A) Minska försäljning
- B) **Förbättra produkter och tjänster**
- C) Öka kostnader
- D) Minska kundkontakt

13. Vilken effekt kan en positiv kundupplevelse ha på försäljning?

- A) Minska försäljning
- B) **Öka försäljning**
- C) Ingen effekt
- D) Öka klagomål

14. Vad innebär det att segmentera kunder?

- A) **Att identifiera olika kundgrupper**
- B) Att behandla alla kunder lika
- C) Att minska produktutbudet
- D) Att öka priserna för vissa kunder

15. Vilken av följande faktorer är viktig för att skapa en framgångsrik e-handelswebbplats?

- A) **Tydlig produktinformation**
- B) Komplicerade menyer
- C) Hög fraktkostnad

D) Begränsad kontaktinformation

Resonerande frågor

1. Diskutera hur företag kan använda sociala medier för att skapa en dialog med sina kunder. Syftet är att utvärdera elevernas förståelse för sociala mediers roll i kundinteraktion.
2. Reflektera över hur en negativ erfarenhet av kundservice kan påverka en kunds framtida beteende. Denna fråga uppmuntrar eleverna att tänka kritiskt kring konsekvenserna av företagets agerande.
3. Analysera betydelsen av att samla in kundenöjdhetsdata och hur detta kan förbättra en kundupplevelse. Här bedöms elevens förmåga att förklara kopplingen mellan data och kundservice.
4. Diskutera skillnader mellan fysisk och digital kundservice och varför företag bör fokusera på att förbättra den digitala erfarenheten. Syftet är att få elever att tänka på de unika utmaningar som digital handel medför.
5. Beskriv hur en god kundupplevelse kan leda till ökad försäljning. Denna fråga låter eleverna visa på djupgående förståelse av sambandet mellan kundnöjdhet och försäljning.
6. Identifiera och diskutera flera strategier som företag kan använda för att förbättra sin kundupplevelse. Här betonas vikten av kreativitet i problemlösning.
7. Reflektera över elevernas egna preferenser för e-handel och hur dessa kan påverka deras köpbeteende. Denna fråga uppmanar till personlig reflektion och ger inblick i verkliga konsumtionsmönster.
8. Vilka faktorer anser ni är avgörande för att utforma en användarvänlig e-handelswebbplats? Syftet är att uppmuntra eleverna att tänka på det praktiska genomförandet av teori.

Bedömning

Provet kan bedömas med maximalt 30 poäng, där faktafrågorna är värda 1

poäng var och de resonerande frågorna är värda 3 poäng var.

För betyget E krävs minst 8 poäng, för betyg C minst 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för A krävs 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).

Tags: [Prov](#)