

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring och försäljning

Tema: Försäljning och kundrelationer

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas förståelse och förmåga att tillämpa kunskap om kundrelationer inom försäljning, samt deras strategiutveckling för att förbättra kundrelationer i praktiken.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska fokusera på betydelsen av att bygga och underhålla kundrelationer inom försäljning. Detta inkluderar strategier för att skapa långsiktiga relationer med kunder och vikten av kundservice och återkoppling.

Kunskapskrav

Eleven kan beskriva och diskutera betydelsen av kundrelationer och hur de kan utvecklas genom effektiv kommunikation och service. Dessutom kan eleven utveckla strategier för att förbättra kundrelationerna.

Prov

Faktafrågor

1. Vilket av följande är en positiv effekt av starka kundrelationer?

- A. Ökad reklamkostnad
- B. Högre kundretention
- C. Låga försäljningssiffror

D. Förlorade kunder

2. Vad står CRM för?

- A. Customer Relationship Management

B. Customer Relation Method

- C. Client Review Management

- D. Client Relationship Model

3. Vilken strategi kan förbättra kundrelationer?

A. Erbjuda sämre service

B. Regelbunden kommunikation

C. Undvika återkoppling

D. Öka priserna utan förvarning

4. Vilken typ av kundrelationer fokuserar på personlig interaktion?

A. Transaktionella relationer

B. Långsiktiga relationer

C. Kortvariga relationer

D. Automatiserade relationer

5. Vad är en viktig del av kundservice?

A. Lyssna på kundernas feedback

B. Ignorera klagomål

C. Ge snabba svar utan förklaring

D. Erbjud samma lösning till alla

6. Vilken faktor är avgörande för att bygga lojalitet?

A. Försämrade kommunikation

B. Hög konkurrens

C. Kvalitet på kundservice

D. Låga produktpriser

7. Vad kan teknik bidra med i kundrelationshantering?

A. Ökade fel

B. Effektivisering av processer

C. Minska kundfeedback

D. Försämrade kundkontakt

8. Vilken av följande är en metod för att samla feedback från kunder?

A. Enkäter

B. Offentliga klagomål

C. Ignorera kunder

D. Ringa kunder på fredag kväll

9. Hur kan återkoppling påverka ett företag?

A. Förbise kundernas behov

B. Förbättra produkter och tjänster

C. Minska kundnöjdhet

D. Tvinga företag att stänga

10. Vilken typ av strategi handlar om att anpassa erbjudanden till individuella kunder?

A. Personalisering

B. Standardisering

C. Massmarknadsföring

D. Automatisk försäljning

11. Vad är en potentiell risk med att ignorera kundrelationer?

- A. Starka kundrelationer
- B. Ökat kundengagemang
- C. Förlust av kunder**
- D. Ökad försäljning

12. Vilken roll spelar kommunikation i att bygga kundrelationer?

- A. Ingen roll
- B. Endast en formell roll
- C. En central roll**
- D. En begränsad roll

13. Vad är den första kontaktpunkten för många företag?

- A. Fakturering
- B. Kundservice**
- C. Logistik
- D. Reklamavdelning

14. Vilken av följande metoder kan vara en del av en strategi för att bygga kundrelationer?

- A. Bli mindre tillgänglig
- B. Ta emot färre klagomål
- C. Regelbundna uppföljningar**
- D. Undvika kundinteraktion

15. Vem är ansvarig för att skapa en positiv kundupplevelse?

- A. Endast ledningen
- B. Endast kundtjänst
- C. Alla anställda**
- D. Inga medarbetare

Resonerande frågor

1. Diskutera hur effektiv kommunikation kan leda till förbättrade kundrelationer. Syftet är att bedöma elevernas förmåga att analysera kommunikationens betydelse.

2. Hur kan företag använda teknologiska verktyg för att förbättra sina kundrelationer? Här får eleverna reflektera över praktiska tillämpningar av teknik.

3. Vad innebär det att vara proaktiv i kundrelationshantering och varför är det viktigt? Syftet är att eleven ska visa djupgående förståelse för proaktivitet.

4. Beskriv en situation där dålig kundservice ledde till en negativ upplevelse och hur detta kunde ha hanterats bättre. Denna fråga möjliggör reflektion över konkreta exempel.
5. Resonera kring skillnaderna mellan kundrelationer i B2B och B2C miljöer. Eleverna ska visa på en förståelse av olika affärsmodeller.
6. Hur kan feedback från kunder användas för att utveckla en produkt eller tjänst? Här ges möjlighet att förklara betydelsen av kontinuerlig förbättring baserat på kundinsikter.
7. Diskutera vikten av långsiktiga kundrelationer för företagets framgång. Eleverna ska förstå den strategiska värdet av relationer.
8. Hur skulle du själv hantera en missnöjd kund och vilken strategi skulle du använda? Denna fråga ger eleverna möjlighet att visa på sin praktiska tillämpning av teori.

Bedömning

Det maximala poängantalet för provet är 30 poäng. Faktadelen ger 1 poäng för varje rätt svar och de resonerande frågorna ger 3 poäng var. För att nå betyg E krävs minst totalt 8 poäng, för betyg C krävs 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för A krävs 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).

Tags: [Prov](#)