

Prov i Personlig försäljning 1

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Personlig försäljning 1

Tema: Säljstrategier och kundbeteenden

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas förståelse för säljstrategier och kundbeteenden, samt deras förmåga att applicera teoretisk kunskap på praktiska situationer inom personlig försäljning.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla faktorer bakom kundmönster och kundbeteenden, samt hur en analys av dessa faktorer kan ligga till grund för beslut inom marknadsföring. Dessutom fokuseras på hur ett företag kan kommunicera med sin marknad och sina kunder genom marknadsföringsstrategier.

Kunskapskrav

Eleven planerar och organiserar, efter samråd med handledare, arbetsuppgifter inom praktisk marknadsföring. Eleven utför dem med gott resultat. Dessutom utformar eleven, efter samråd med handledare, enkla säljstödsmaterial och varuexponeringar som är av god kvalitet.

Prov

Faktafrågor

1. Vilket av följande begrepp hänvisar till de mönster som kunder uppvisar i sina köpbeslut?

- A. Kundbeteende**
- B. Marknadsstrategi
- C. Säljteknik
- D. Produktlansering

2. Vilken strategi handlar mest om att skapa långsiktiga relationer med kunder?

- A. Direktförsäljning
- B. Onlineförsäljning
- C. Konsultativ försäljning

D. Relationsförsäljning

3. Vilket av följande är en psykologisk faktor som påverkar kundens beslut?

- A. Tillgång till produktinformation
- B. Varumärkeskännedom
- C. Prissättning

D. Känslor och attityder

4. Vilken av följande faktorer påverkar i högsta grad kundens beslutsprocess?

- A. Produktdesign

B. Sociala influenser

- C. Budget
- D. reklam

5. Vad innebär termen "säljstrategi"?

- A. En plan för produktutveckling
- B. En metod för att producera varor
- C. Ett sätt att bedriva kundservice

D. Planering och genomförande av försäljningsaktiviteter

6. Vilken marknadsföringsstrategi använder ofta sociala medier?

- A. Direktförsäljning

B. Onlineförsäljning

- C. Personlig försäljning
- D. Telefonförsäljning

7. Vad är centralt för att kunna anpassa en säljstrategi?

- A. Förståelse för produkten

B. Kännedom om kundens behov

- C. Historia på marknaden
- D. Användning av teknik

8. Vilket av följande är ett exempel på en säljstrategi?

A. Att bygga relationer med kunder

- B. Att öka produktionen
- C. Att lansera nya produkter
- D. Att sänka priserna

9. Vilken typ av forskning hjälper till att förstå kunder?

A. Marknadsundersökning

- B. Produktionsanalys
- C. Personalanalys
- D. Ekonomisk granskning

10. Hur kan ett företag kommunicera effektivt med sina kunder?

A. Genom riktad marknadsföring

- B. Genom standardiserade kampanjer
- C. Genom att minimera kundkontakt
- D. Genom att endast använda traditionella medier

11. Vilket av följande är inte en del av säljprocessen?

- A. Prospektering
- B. Behandling av invändningar
- C. Stängning

D. Produktion

12. Vad är "uppsäljning"?

- A. Att ta bort produkter ur sortimentet
- B. Att försöka sälja en dyrare produkt**
- C. Att öka produktionstakten
- D. Att reducera kostnader

13. Vilken typ av säljstrategi är bäst för komplexa produkter?

- A. Direkt försäljning
- B. Konsultativ försäljning**
- C. Reklamförsäljning
- D. Onlineförsäljning

14. Vilket påstående är sant angående kundbeteenden?

- A. Kundbeteende är statiskt över tid
- B. Kundbeteende kan påverkas av trender**
- C. Kundbeteende är helt förutsägbart
- D. Kundbeteende är irrelevant för säljstrategin

15. Vad är syftet med att analysera kundbeteende?

- A. För att öka produktionen
- B. För att tysta kundernas frågor
- C. För att förbättra marknadsföring och försäljning**
- D. För att minska kostnader

Resonerande frågor

1. Diskutera hur olika säljstrategier kan påverka kundens beslut.

Syftet är att få eleverna att fördjupa sig i sambanden mellan strategi och kundbeteende.

2. Hur kan ett företag använda feedback från kunder för att förbättra sina säljstrategier?

Frågan uppmuntrar till reflektion över vikten av kundinsikter i strategisk planering.

3. Analysera en känd företags säljstrategi och diskutera dess effektivitet. Genom att analysera verkliga exempel kan eleverna visa sin förmåga att tillämpa sina kunskaper.

4. Vilka etiska överväganden bör göras vid användning av olika säljstrategier?

Eleverna får möjlighet att fundera på moral och etik i försäljningsarbetet.

5. Diskutera hur digitalisering påverkar traditionella säljstrategier.

Eleverna kan koppla teoretiska kunskaper om digitalisering till praktiska utmaningar.

6. Vilka faktorer bör ett företag väga in när de väljer mellan olika säljstrategier?

Denna fråga uppmuntrar till analytiskt tänkande kring strategival och deras konsekvenser.

7. Hur påverkar kunderna varumärkeslojalitet?

Eleverna uppmuntras att resonera kring sambandet mellan säljstrategier och kundlojalitet.

8. Reflektera över hur du skulle hantera en svår kundsituation.

Genom att respondens på realistiska scenarier kan eleverna visa sin problemlösningsförmåga.

Bedömning

Faktafrågor: Varje korrekt svar ger 1 poäng. Resonerande frågor: Varje resonerande fråga ger max 2 poäng. För betyg E krävs minst totalt 8 poäng, för betyg C krävs 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor), och för betyg A krävs 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).