

NM-Oppgave 2025

Programområde: Salg, service og reiseliv

Fag: Salgsfaget



Fotograf: Borghild Them

Innhold

| | |
|--|---|
| Forord..... | 3 |
| Beskrivelse av oppgaven/deloppgavene | 3 |
| FORBERDELSESTID – (maksimalt 3 timer)..... | 3 |
| PRESENTASJON (maksimal tid 30 minutter) | 3 |
| Veiledning og instruks til konkurrentene | 4 |
| Nødvendige maskiner, utstyr og materiell til å løse oppgaven | 4 |
| Vurderingskriterier og vurderingsskjema | 4 |
| Vurderingskriterier..... | 5 |
| Dommerskjema..... | 7 |

Innledning

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

Forord

Oppgaven er utarbeidet av lærere ved Sandefjord videregående skole i samarbeid med Vestfold fylkeskommune og WordSkills Norway.

Alle oppgavene er laget med utgangspunkt i læreplan for VG2 Salg og reiseliv med hovedvekt på salgsfaget. Oppgaven er laget slik at alle skal stille på likt og rettferdig grunnlag. Oppgaven reflekterer vanlige oppgaver og praktisk opplæring i VG2. I dokumentet finnes også kriteriene som legges til grunn for forberedelse og gjennomføring, informasjon om utstyr, maskiner og materiell og vurdering.

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

Beskrivelse av oppgaven/deloppgavene

Oppgaven skal i sin helhet løses ved å lage en salgskampanje basert på hovedprodukt(er) og tilleggsprodukt(er) innen tildelt bransje.

FORBERDELSESTID – (maksimalt 3 timer)

- Bygge et salgstorg på angitt plass
- Utarbeide forslag til salgsfremmende innlegg med bilde/tekst/hashtags for salgskampanjen på relevante sosiale medier (f.eks Instagram eller Snapchat)
- Laget skal forberede seg på å presentere og selge sine varer - Utarbeide en salgspresentasjon for juryen

PRESENTASJON (maksimal tid 30 minutter)

- Gjennomføre en salgssituasjon på salgstorget
- Presentere salgstorget for juryen
- Legge fram salgspresentasjon for juryen

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

Oppgaven vil ha en varighet på maksimalt 3 timer forberedelse og 30 minutters presentasjon.

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

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, om hvordan tilpasse varer og tjenester til forbrukermarkedet, innen praktiske salgsprosesser og salgsfremmende tiltak gjennom bruk av praktiske, teoretiske og digitale redskaper.

På konkurransedagen får lagene tildelt en kategori/varegruppe, hovedprodukt(er) og tilleggsprodukt(er) til å bygge et salgstorg.

Det skal presenteres hovedprodukt og tilleggsprodukter bestående av minimum 4, maksimum 10 ulike varetyper.

Løsning og produkt skal deretter selges til/presenteres for juryen.

Nødvendige maskiner, utstyr og materiell til å løse oppgaven

På konkurransedagen får lagene utdelt alt av nødvendig materiell for å kunne løse oppgaven
Det vil i denne oppgaven være behov for bruk av egen PC/digitale hjelpemidler.

Vurderingskriterier og vurderingsskjema

Bedømmingen vil foregå ved at elevene presenterer sitt salgstorg til juryen som vil bestå av representanter fra bransjen.

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

Det innebærer at dere må ta hensyn til de oppgitte kompetansemål og kriterier når dere løser oppgaven.

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

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

I tillegg til vedlagte vurderingskriterier vil det bli utarbeidet eget vurderingsskjema med poengfordeling til oppgaven. Disse skjemaene kan ikke benyttes av kandidatene under oppgaveløsingen.

Juryen vurderer deltakerne når de utfører/har utført oppgaven. Når oppgaven er avsluttet vil juryen summere de gitte poeng for deltakerne, og laget med flest poeng totalt vinner konkurransen.

En veiledning til juryen om bedømming av oppgaven ligger vedlagt.

Vurderingskriterier

| Kompetansemål | Læringsmål | Lav måloppnåelse | Middels måloppnåelse | Høy måloppnåelse |
|---|--|--|--|--|
| Planlegge, gjennomføre og avslutte et salg og vurdere salgsprosessen. | Salgssamtale, salg, mersalg og gjensalg. | Vite hva salg, mersalg og gjensalg er. Kjenner til de ulike delene i salgssamtalen, og hvilke typer salg det er snakk om i oppgaven. | Kan vurdere salgsprosessen og beskrive salg, mersalg og gjensalg, samt gjennomføre en salgssamtale med mål om å oppnå både salg og mersalg. | Kan vurdere og forklare begreper i salgs-, mersalgs- og gjensalgprosesser, samt demonstrere hvordan man fører en salgssamtale for å oppnå både salg, mersalg og gjensalg. Kan forklare og begrunne valg av strategi, og forklare viktigheten av salg, mersalg og gjensalg. |
| Planlegge, gjennomføre og avslutte et salg og vurdere salgsprosessen. | Salgs-kompetanse kunnskap om produkter, målgruppe, bransje og konkurrenter | Vite hva produkt-, målgruppe-, bransje- og konkurrent-kunnskap er og hvorfor det er viktig å ha denne kunnskapen. | Kan gjøre rede for produkter, målgruppe, bransje og konkurrenter i egen oppgave. | Kan redegjøre for produkter, målgruppe, bransje og konkurrenter og reflektere over hvordan økt salgskompetanse kan føre til økt salg og å bygge kundeloyalitet. Kan anvende salgskompetanse i eget salgssarbeid. |
| Vurdere tiltak i salgskanaler som kan fremme salg, mersalg og gjensalg og ta hensyn til dette i utviklingen av indre- og ytre salgsmiljø. | Ytre og indre salgsmiljø | Vite hva ytre og indre salgsmiljø er, og hvorfor det er viktig å ha fokus på dette. | Kan beskrive hva ytre og indre salgsmiljø er, hvilke elementer det består av, og hvilke elementer som er tatt i bruk på eget salgstorg | Kan vurdere, begrunne og reflektere over de forskjellige elementene innen ytre og indre salgsmiljø. Kan reflektere over betydningen av vareplassering, grunnregler for butikkinnredning og selgende varepresentasjoner |
| Utforske hva yrkesetikk og bedriftskultur har å si innenfor salg og reiseliv, og gjøre rede for etiske dilemma som kan oppstå i ulike arbeids-situasjoner | Etikk i salgsfaget | Vite hva etikk er i salgsfaget og kjenne til etiske dilemma som kan oppstå i ulike arbeids-situasjoner. | Kan gjøre rede for etiske retningslinjer generelt i salgsfaget, og har kunnskap om etiske dilemma som kan oppstå i ulike arbeids-situasjoner | Kan vurdere etikk innen bestemte bransjer, og kan vise til eksempler. Kan anvende kunnskap om etikk i eget salgssarbeid, og kan gjøre rede for etiske dilemma som kan oppstå innen bestemte bransjer/arbeidssituasjoner |

| | | | | |
|--|--|---|--|---|
| <p>Utforske ulike kommunikasjonskanaler og kommunisere muntlig og skriftlig med ulike målgrupper</p> | <p>Sosiale medier og salgssamtale</p> | <p>Vite hva kommunikasjonskanaler er. Kan utforme skriftlig og evt. muntlig materiale.</p> | <p>Kan gjøre rede for ulike kommunikasjonskanaler, og forklare sammenhengen mellom valg av kanal og målgruppe. Kan utforme skriftlig og evt. muntlig materiale tilpasset målgruppe</p> | <p>Kan reflektere over og begrunne valg av ulike kommunikasjonskanaler tilpasset målgruppe. Kan vurdere ulike kommunikasjonskanaler, og begrunne hvordan utvalget av kanaler er tilpasset målgruppen. Kan utforme skriftlig og evt. muntlig materiale tilpasset kanaler og målgruppe.</p> |
| <p>Beregne pris på et produkt og vurdere former og strategier for kalkulasjoner og prissetting</p> | <p>Kalkulasjon og ulike prisstrategier</p> | <p>Kjenne til formålet med å kalkulere og beregne pris, og vite om ulike prisstrategier</p> | <p>Kan gjennomføre enkle kalkyler for prisberegning av varer og vet konsekvensen av prisendringer. Kan velge en passende prisstrategi for kampanjen</p> | <p>Kan benytte kalkyler, vurdere konsekvenser av prisendringer og foreslå tiltak i henhold til disse. Kan gjøre rede for ulike prisstrategier og begrunne valg av prisstrategi for kampanjen</p> |

Dommerskjema

| | |
|-------------------------------|--|
| SKOLE/FYLKE | |
| PROGRAMOMRÅDE | Salg, service og reiseliv |
| TRINN | VG2 Salg og reiseliv |
| GRUPPE/NAVN ELEVER | |
| STED | Sandefjord VGS |
| LEDSAGER | |
| HOVEDDOMMER | |
| DATO | 23. -24. april 2025 |
| MERK | Elevene vurderes gruppevis, 2 deltakere per gruppe |

KOMMENTARER:

| Kompetansemål | Beskrivelse | Vekting/ poeng | Kommentarer |
|--|---|-------------------|-------------|
| SALGS-PROSESSEN Salgssamtalen Salg, mersalg og gjensalg | Det forventes at elevene har god forståelse av hva som er viktig ved salg, mersalg og gjensalg. Elevene må vite viktigheten av, og kan vise hvilke egenskaper en bør ha for å være en god selger. Salgssamtalen og gjennomføringen av den er sentral. | 20 Poeng | |
| SALGS-PROSESSEN Produktkunnskap Kunnskap om målgruppe, bransje og konkurrenter | Det forventes at elevene vet, og viser frem viktigheten av produktkunnskap relatert til gruppens produktvalg. Det forventes også at elevene kan vise kunnskap om målgruppe, bransje og konkurrenter på en god måte, og kan reflektere rundt hvorfor det er viktig å inneha denne kunnskapen. | 20 Poeng | |
| YTRE OG INDRE SALGSMILJØ Beskrive ytre og indre salgsmiljø. Selgende varepresentasjon. Betydning av vareplassering | Det forventes at elevene kan beskrive hva som kjennetegner et godt ytre og indre salgsmiljø, og hvordan de har valgt å bruke denne kunnskapen for å få fremheve sin vare. Elevene bør vite hva som kjennetegner en selgende varepresentasjon. Dette bør gjenspeiles i elevenes varetorg. Elevene bør også kunne reflektere noe over generell vareplassering og butikkinnredningens betydning for godt salg. | 20 Poeng | |
| ETIKK OG ETISKE DILEMMA Etiske retningslinjer i salgsfaget. Etiske dilemma i ulike arbeidssituasjoner | Det forventes at elevene utviser god kunnskap om etikk innenfor salgsfaget. Elevene bør også kunne gi eksempler på etiske dilemma som kan oppstå i en eller flere arbeidssituasjoner i salgsfaget, og reflektere over disse. | 10 Poeng | |
| KOMMUNIKASJONS-KANALER Valg av kommunikasjonskanaler ifht. målgruppe. Utforming av skriftlig og evt. muntlig materiell. | Det forventes at elevene kan redegjøre for ulike kommunikasjonskanaler og målgrupper. Elevene bør vise evne til å sette sammen en miks av kanaler tilpasset egne varer og målgrupper, og utforme skriftlig og evt. muntlig materiell. De bør kunne begrunne valg av kommunikasjonskanal i forhold til egne varer og målgruppe. | 20 Poeng | |
| PRISKALKYLER OG – STRATEGIER Beregne pris på varer og tjenester Redegjøre for ulike prisstrategier | Det forventes at elevene kan anvende priskalkyler i arbeid med varetorget. Elevene må kunne kalkulere pris på varene sine, og kunne reflektere over, og forstå, konsekvensen av prisendringer. De må i tillegg gjøre en vurdering av ulike prisstrategier, og begrunne valg av prisstrategi for egne varer. | 10 Poeng | |
| SLUTTPOENG: | | | |

