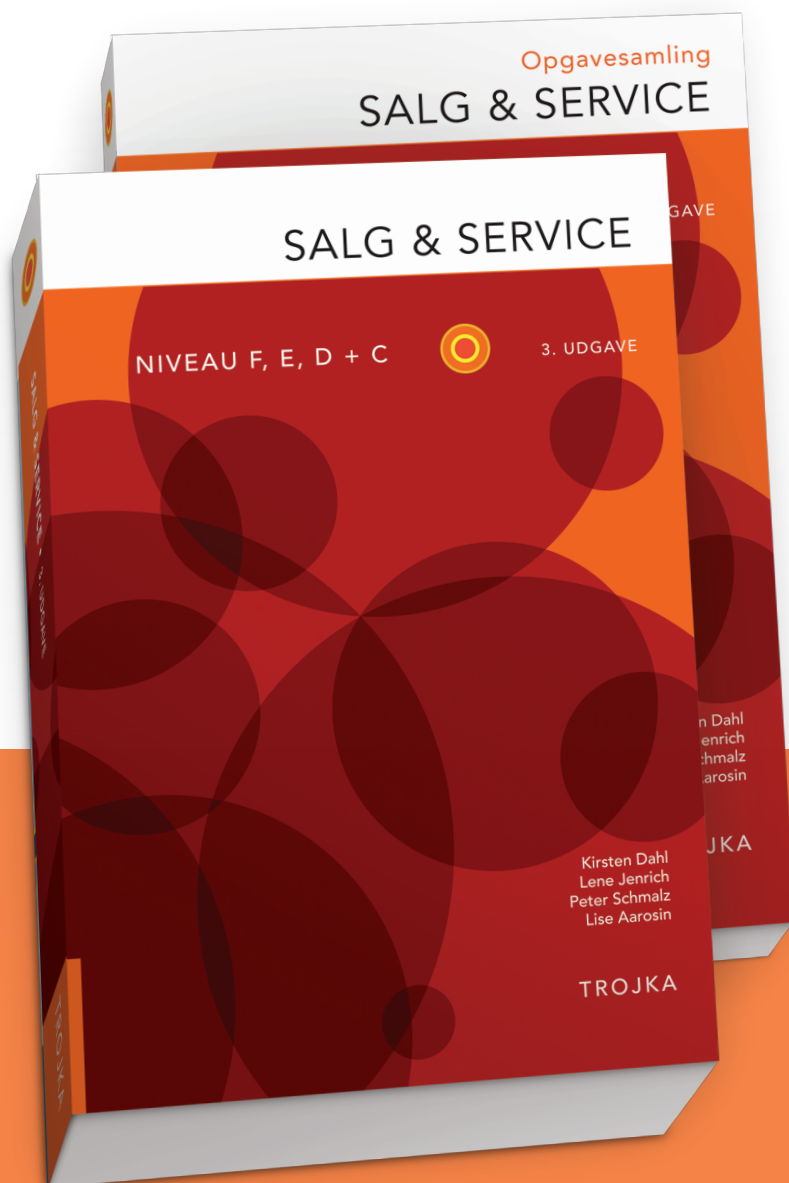


NY LÆREBOG FRA TROJKA

SALG & SERVICE, FEDC, 3. UDGAVE



Trojkas undervisningsmateriale til *Salg & service, niveau FEDC* er i overensstemmelse med fagplan og lærervejledning til stofområdet salg og service på de merkantile grunduddannelser, EUD og HG.

Den samlede undervisningspakke omfatter følgende:

- Lærebog
- Opgavesamling
- E-læringsmaterialer på iTrojka.
Se bogens website på www.trojka.dk

Lærebog og opgavesamling udkommer også som onlinebøger til august 2013.

Salg & service, niveau FEDC, 3. udgave

ISBN: 978-87-92098-87-0

Antal sider: ca. 400

Pris: 268,00 kr. (ekskl. moms)

Opgavesamling

ISBN: 978-87-92098-89-4

Antal sider: ca. 192

Pris: 138,00 kr. (ekskl. moms)

Peter Schmalz, cand.merc. fra Handelshøjskolen i Århus: Peter har i en årrække undervist i international markedsføring, e-business og personligt salg på uddannelser til akademiøkonom og markedsføringsøkonom på Niels Brock, København.

Lise Aarosin, cand.merc. i international marketing. Lise underviser på Handelsskolen København Nord og har i flere år undervist i afsætning, markedskommunikation og innovation på handelsgymnasiet og i international markedsføring på uddannelsen til markedsføringsøkonom.

Kirsten Dahl, Diplom i International Marketing fra Henley, Eksportøkonom fra FUHU samt PSY og EPU fra Probana Business School. Kirsten underviser på Handelsskolen København Nord og har i en årrække undervist i fagene Salg og service og Karriereudvikling. Kirsten er medforfatter til Trojkas hidtidige lærebogsmateriale i Salg og service samt Visuel Markedsføring.

Lene Jenrich, HD (U) fra Handelshøjskolen i København: Lene underviser på CELF i Nykøbing F. og har i mange år undervist i fagene afsætning, innovation og erhvervs-case på uddannelserne HHX, KVU, HA og HD samt erhvervsrettede kurser. Lene er medforfatter til Trojkas hidtidige lærebogsmateriale i Salg og service.



NY LÆREBOG FRA TROJKA

SALG & SERVICE, FEDC, 3. UDGAVE

- *Salg & service* tager udgangspunkt i aktuelle og virkelighedsnære eksempler med danske og internationale virksomheder.
- Stoffet præsenteres på en overskuelig og læsevenlig måde og i et sprog, som eleverne kan forstå
- Det første kapitel giver eleverne instruktion i at bruge bogen
- Nyt design, farvefotos og et læsevenligt layout med mange figurer, skemaer og illustrationer
- Resumé og oversigt med vigtige begreber og ordforklaring er placeret sidst i hvert kapitel
- Opgavesamlingen tilgodeser forskellige læringsstile og variation i undervisningen.
- Opgavetyper: Repetitionsopgaver, checkopgaver, tekstanalyser, leg med ord, kreative opgaver, web-baseret opgaver, anvendelse af pc, tablet eller smartphone, rollespil, konkurrencer mv.
- Opgaverne følger teorigennemgangen i lærebogen og øges i sværhedsgrad i hvert kapitel
- Opgaverne lægger op til skriftlig besvarelse, mundtlig besvarelse og diskussion
- Caseopgaver er velegnet til eksamenstræning

På bogens website er følgende tilgængelig for elever og lærere:

- PowerPoints og PDF med lærebogens figurer til hvert kapitel
- Ekstramaterialer med links til websites, filmklip og opgaver
- Vejledende løsninger til opgavesamling (kræver adgangskode)

Lærere kan downloade vejledende løsninger til opgavesamling fra bogens website på www.trojka.dk.

Det kræver et brugernavn og password, som kun lærere kan få udleveret ved direkte henvendelse til forlaget via mail eller telefon.

Lærebog og opgavesamling udkommer også som onlinebøger til august 2013.

FORBUGERNES KØBSADFÆRD 29

En **influencer** er den eller de personer, hvis mening og råd har værdi for disponenten, og som derfor har indflydelse på den endelige beslutning.

Der kan være flere personer i vores omgivelser, som påvirker vores beslutninger. Nogle af disse har større indflydelse end andre, fordi deres mening betyder mere for os. I modellen her kan du se, hvilke typer af influenser der findes.

Eksempler på influenter



Fig. 3.3 Grupper (influenter) i dine omgivelser, som påvirker dine købsbeslutninger.

EKSEMPEL

Gustav, som er fritidsmusiker, er netop fyldt 18 år. Gaven fra hans familie var et gavekort til 4SOUND, som handler med musikinstrumenter. Nu kan Gustav selv bestemme, hvad pengene skal bruges til (disponent).

Gustav spiller i to bands med to af sine bedste venner, og han tager dem derfor med, da han beslutter 4SOUND, så de kan komme med deres mening og hjælpe ham med at træffe en beslutning (influenter fra primærgruppen).

Hos 4SOUND møder han salgssassistenten Christian, som kommer med gode råd og vejledning, mens de går og kigger på forskellige keyboard og pianoer (influenter fra sekundærgruppen). Gustav beslutter sig til sidst for et NORD Stage Piano 88, som han får stor glæde af at spille på i bandet (konsument).



40 • KAPITEL 9

2. Virksomhedens idé

I det følgende vil vi se nærmere på den idé, som virksomheden skal bygge sin fremtid på.

Virksomhedens idé fortæller, hvilke behov og ønsker hos kunden virksomheden vil dække - og hvordan den vil dække det.

Når virksomheden skal udarbejde sin idé, kan den tage udgangspunkt i følgende spørgsmål:

- Hvad er vores forretning?
- Hvem er vores kunder?
- Hvad er vigtigt for vores kunder?
- Hvordan vil vi gerne have, at vores forretning skal være?

En god ideformulering bør:

- Være kort: Beskrevet på 2-4 linjer
- Være behovsdækkende: Fortælle, hvilke behov virksomheden ønsker at dække hos kunden
- Indeholde et særsprog: Fortælle, hvor virksomheden adskiller sig fra konkurrenterne

I fig. 9.2 er vist eksempler på forskellige virksomheder og deres idé.

Virksomhed	Eksempler på virksomheder og deres idé
	"Vi vil gerne være med til at ændre folks opfattelse af at købe en cykel, ikke kun i Danmark, men rundt i hele verden."
	"At inspirere og udvikle dem, der skal bygge fremtiden."
	"Igennem motiverede medarbejdere, spændende, konkurrencedygtige kvalitetsprodukter og veldrevne butikker, at skabe en attraktiv forretning såvel for vores kunder som for vores aktionærer."
	"Vi vil udvikle møbler og produkter, som forbrugerne elsker - og aktivt vælger, når de er ude for at købe."

Fig. 9.2 Eksempler på virksomheder og deres idé.

SEGMENTERING OG MÅLGRUPEVALG 55

Bestseller - en virksomhed med mange målgrupper

Brand	Målgruppe
	Målgruppen for VILA er kvinder i alderen fra 25 år til 40 år med en middelhøj indkomst. Målgruppen vælger tøj fra VILA, fordi kvindene i denne gruppe ønsker at købe moderigtigt tøj til fornuftige priser.
	Målgruppen for MAMA-LICIOUS er gravide kvinder, som ønsker at gå i moderigtigt tøj, når de er gravide.
	JACK & JONES' målgruppe er den moderigtige mand, som ønsker at skabe sin egen personlige stil.
	Målgruppen for næste it er børn i alderen 4 til 12 år, som går i færdigt kvalitetsstøj til overkommelige priser.

Fig. 10.5 Bestseller - en virksomhed med mange målgrupper.

Bestseller har valgt at markedsføre forskellige brands til forskellige målgrupper. Både produkter, annoncer og priser er nøje tilpasset den målgruppe, som Bestseller ønsker at ramme.

NY LÆREBOG FRA TROJKA

København, april 2013

Trojka præsenterer hermed ny lærebog og opgavesamling: Salg & service, niveau FEDC, 3. udgave, til EUD - HG.

Udkommer i maj-juni 2013 – læs mere i vedlagte ark, som meget gerne må gives videre til relevante undervisere. De har nu mulighed for at bestille et gratis lærereksemplar (begrænset antal).

Vil du hjælpe med at koordinere udfyldning af formular på bagsiden af dette brev?

Bedes udfyldt med undervisernes navne og e-mail.

Returner venligst listen til:

Trojka I Gads Forlag
Fiolstræde 31-33
1171 København K

Eller scan listen og send den vedhæftet en mail til:
trojka@trojka.dk

Deadline for bestilling er den 8. maj 2013.

Venlig hilsen
Trojka I Gads Forlag
Peter Schmalz
Forlagsredaktør

Salg & service, FEDC, 3. udgave:

ISBN: 978-87-92098-87-0

Antal sider: ca. 400

Pris: 268,00 kr. (ekskl. moms)

Opgavesamling

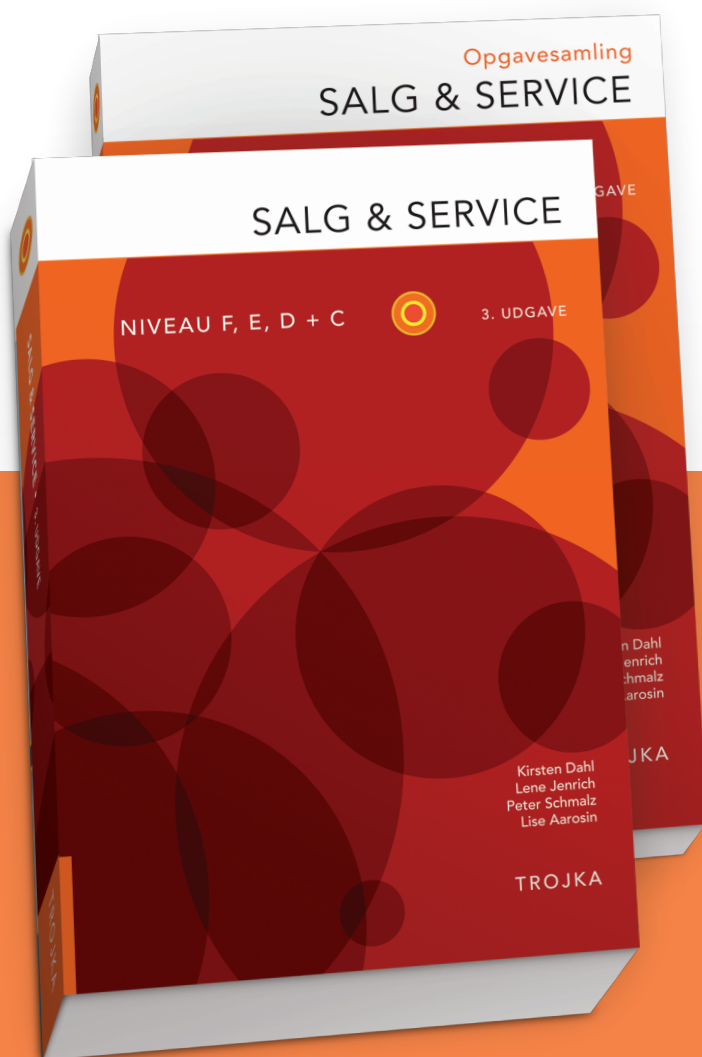
ISBN: 978-87-92098-89-4

Antal sider: ca. 192

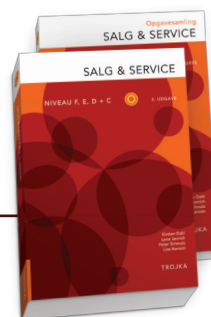
Pris: 138,00 kr. (ekskl. moms)

Lærebog og opgavesamling udkommer også som onlinebøger til august 2013

Ved oplysning om e-mail modtager man løbende orientering, når nye bogtitler udkommer samt informationer om bøgerne på Trojkas website www.trojka.dk



BESTILLING AF LÆREREKSEMPLAR: SALG & SERVICE, FEDC, 3. UDGAVE



SKRIV MED BLOKBOGSTAVER

Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail
Underviser	E-mail

Skolens navn

Adresse

Postnr./By

Kontaktperson

E-mail

Returner venligst listen til:

Trojka I Gads Forlag
Fiolstræde 31-33
1171 København K

Mail: trojka@trojka.dk

Deadline for bestilling er den 8. maj 2013