



## Lemonade Stand Challenge B1

Мога да продавам

Базисно обучение по предприемачество



### Умението да продаваш

От внедряването на една бизнес идея през планирането на закупуването на необходимите продукти до отчетността. В това предизвикателство учениците се „срещат“ пряко с въпроса какво е необходимо за успешната продажба на езин продукт или услуга. Условието е: максимален резултат в рамките на наличния бюджет.

## Материали за учениците



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**BMB**

Bundesministerium  
für Bildung



МИНИСТЕРСТВО  
НА ОБРАЗОВАНИЕТО  
И НАУКАТА













**You<sup>th</sup> Start**  
Bulgaria



# Програмата Youth Start Entrepreneurial Challenges

е базирана на TRIO-модела за предприемачество – [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Базисно обучение по предприемачество	Култура на предприемачеството			Гражданско обучение по предприемачество
 <b>Idea Challenge</b>  <b>Hero Challenge</b>	 <b>Empathy Challenge</b>	 <b>Storytelling Challenge</b>	 <b>Buddy Challenge</b>	 <b>My Community Challenge</b>
 <b>My Personal Challenge</b>  <b>Lemonade Stand Challenge</b>	 <b>Perspectives Challenge</b>	 <b>Trash Value Challenge</b>	 <b>Open Door Challenge</b>	 <b>Volunteer Challenge</b>
 <b>Real Market Challenge</b>  <b>Start Your Project Challenge</b>	 <b>Extreme Challenge</b>	 <b>Be A Yes Challenge</b>	 <b>Expert Challenge</b>	 <b>Debate Challenge</b>

TRIO-моделът е цялостна концепция, която обхваща три области:

„**Базово обучение по предприемачество**“ разглежда базисната квалификация, свързана с предприемаческо мислене и поведение, компетентността за разработване на собствени идеи и уменията да ги реализираш гъвкаво и иновативно.

„**Култура на предприемачеството**“ се свързва с насърчаването на култура на открито приемане на новостите, култура на емпатия, на екипност и креативност, на целенасоченост и собствена инициатива, но също така и осъзнаване и готовност за поемане на риск.

„**Гражданско обучение по предприемачество**“ цели укрепването на социалната компетентност на граждани, които да поемат отговорност за себе си, за другите и за околната среда.

Всяко **от 18-те предизвикателства** е замислено като „семејство“, което е включено в една от изброените по-горе три области на TRIO- модела, като отделните семейства-предизвикателства обхващат различни образователни нива. Обозначенията върху материалите за обучение показват нивото, за което са предназначени: A1 – начална степен, A2 – прогимназиална степен, B1, B2 и C1 – различни нива на горната гимназиална степен. Всяко следващо ниво надгражда предходното.



# Работен лист 1

## Анализ на приложимостта

**Описание:** Таблицата по-долу ще Ви помогне да изберете най-обещаващия успех продукт за продажба или за презентиране. За целта попълнете таблицата за всеки продукт, който трябва да бъде оценен, и определете точки за всяка област (4 точки = много добре, 3 точки = добре, 2 точки = средно, 1 точка = по-скоро лошо и 0 точки = много лошо.) Накрая съберете точките. Продукти, които са получили 0 точки дори само по един критерий, трябва да отпаднат от класацията, освен ако е възможно този недостатък да бъде преодолян с допълнителни мерки.

### Продукт № ...

Област	Въпрос	Основание	Точки
Персонал	Има ли достатъчно хора в и извън училище, които да сътрудничат на щанда, както и в подготвителните и заключителните дейности?		
Пари	Могат ли да бъдат набавени необходимите парични средства и всички необходими ресурси за щанда?		
Време	Имат ли сътрудниците достатъчно време да извършат всички дейности, свързани с продажбата съотв. с презентацията?		
Ноу-хау	Има ли достатъчно хора в и извън училище, които знаят как се произвежда продуктът за продажба съотв. как се изготвя презентацията?		
Стратегия	Продуктът вписва ли се в училищната програма?		
Резултат	Може ли с продажбата или с презентацията на продукта да се постигне печалба или друга полза?		
Сума на точките:			



## Работен лист 2

### Планиране на процеса

**Описание:** След като стане ясно какъв продукт трябва да се продава или презентира, следва да се планира целият производствен процес (съотв. процесът на реализация на продуктите, когато например се препродават търговски стоки). Преди да се попълни поместената по-долу план-схема на производствения процес, трябва да се изготви **прототип**. Опишете и фотографирайте точно какво, в каква последователност, кога сте направили и какво съответно ви е било необходимо. Колкото по-подробно си водите **бележки**, толкова по-лесно ще можете да извършите планирането на по-големи количества. При храните и напитките много полезни са например рецептите от готварски книги. Внимание: Процесът започва със закупуването на необходимото и завършва с изработването на подходящия вид на продукта за излагането му на щанда, т.е. включително и опаковката.

**Пример** за един попълнен ред за производство на лимонада-цитрон: Необходими продукти: измити био-лимони; Работна стъпка: пресоване на лимоните; (Междинен) Резултат: сок; Отговорник: Сузи; Време в минути: 1 минута на лимон.

**Идея:** От графата „Необходимо“ може лесно да се направи списък на продуктите за закупуване.

План-схема за производствен процес и/или за продажба				
Необходимо	Работна стъпка	(Междинен)резултат	Отговорник	Време в минути



### Работен лист 3: Планиране на целите, на времето и разпределяне на задачите

**Описание:** Използвайте следващия чек лист, за да се уверите, че нищо важно не е пропуснато. Естествено, можете да зачеркнете неща, които не се отнасят за вашия продукт или да допълните липсващите. Отметнете точките, когато те са изпълнени (✓). Винаги извършвайте проверка преди продажбата на щанда (П) или преди презентацията и след приключването им (С), като тази проверка трябва да бъде направена от трето лице (принципът на 4-те очи).

#### Контролен лист - Планиране на целите, времето и разпределяне на задачите ✓ П С

<b>Цел(и)</b>	Има поне една формулирана с изречение цел. (напр. На 1 април 20.. ние трябва да продадем 350 чаши лимонада и тя трябва да се хареса на най-малко 90% от клиентите“ Или: „На 1. април 80% от посетителите на нашия щанд намериха нашата идея за добра.“			
<b>Време</b>	Има списък със задачи с графи: дейност, продължителност в минути или часове и отговорник..			
<b>Задачи</b>	Списъкът със задачи съдържа като минимум следните дейности:			
	Планиране оформлението на щанда			
	Набавяне на всичко необходимо за щанда (напр. покривка)			
	Изграждане на щанда (напр. скица)			
	Подреждане на щанда			
	Да се поддържа чистота на щанда			
	Планиране събирането и оползотворяването на отпадъците			
	Разделно събиране на отпадъците			
	Изхвърляне на отпадъците			
	Демонтиране на щанда			
	Планиране на рекламната дейност.			
	Оформяне на рекламните материали ( напр. плакати)			
	Провеждане на рекламните дейности			
	Калкулиране на продажната цена			
	Провеждане на обучение за извършване на продажби.			
	Детайлно проучване на желанията на клиентите.			
	Тестване на продуктите с прототипи.			
	Планиране на производството и/или на продажбите.			
	Закупуване на необходимите за производството ресурси			
	Произвеждане на продукта			
	Транспортиране на продуктите до щанда			
	Планиране на опаковката			
	Набавяне на опаковъчния материал			
	Опаковане			
	Оформяне на формуляра за фактура			
	Извършване на продажби и презентации на щанда			
	Издаване на касови бележки и евент. фактури			
	Водене на бележки за резултатите (продадени продукти, изразходени ресурси, постигнати ползи)			
	Калкулиране на разходите и изчисляване на резултатите			
	Използване на спечелените пари съгласно споразумението			
	Документиране на всички дейности със снимки/клипове			
	Изготвяне на отчет (също и за училищния сайт и/или за фейсбук страницата)			



## Работен лист 4: Оформление на щанда

**Оформлението на щанда** зависи на първо място от предлагания продукт. Щандът е „един широкомащабен, триизмерен рекламен плакат“, който те мотивира да погледнеш, да се приближиш и да купиш. В зависимост от големината на щанда и концепцията за оформление би могла да съществува необходимост от набавянето на изброените в списъка по-долу неща. (Тук трябва да се има предвид, че списъкът не претендира за изчерпателност и е само изходна база за собственото планиране.)

Използвайте следващия чек лист, за да се уверите, че нищо важно не е пропуснато. Естествено, Вие можете да зачеркнете неща, които не се отнасят за Вашия продукт или да допълните липсващите. Отметнете точките, когато те са изпълнени (✓). Винаги извършвайте проверка преди продажбата на щанда (П) или преди презентацията и след приключването им (С), като тази проверка трябва да бъде направена от трето лице (принципът на 4-те очи).

Чек лист „Оформление на щанда“		✓	П	С
<b>Изпълнение на основните правила</b>	Щандът се вижда ясно отдалеч.			
	Щандът събужда любопитството.			
	Продуктът е представен чрез ползата си.			
	Спокойно могат да бъдат провеждани разговори с клиенти.			
	Продуктът се съхранява при подходящи условия и е добре експониран.			
	Щандът има завършен дизайн.			
	Дизайнът е съобразен с клиентите.			
	Сътрудниците могат да работят добре да извършват работата си на щанда (да продават, да опаковат, да издават документи за извършени продажби).			
	Спазват се изискванията за противопожарна безопасност и мерките за сигурност.			
<b>Декорация</b>	Плакати			
	Картини			
	Покривка			
	Наличие на табели и надписи ( напр. бленда)			
	Предпазни покривала			
	Аромати: ароматизираща лампа, етерични масла			
	Други декоративни материали			
<b>Продукти</b>	Мострен продукт за презентирание на стоките.			
	Представяне на услугата съотв. на идеята			
	Прибори			
	Пособия за сервиране			
	Хигиенни артикули ( напр. ръкавици)			
	Опаковъчен материал			
	Ценова листа			
	Описание на продукта (Да се обърне внимание на причиняващи алергия съставки)			
	Други материали:			



### Чек лист „Оформление на щанд

✓ П С

<b>Рекламни материали</b>	Листовки			
	Стикери			
	Рекламен филм			
	Рекламни съобщения по високоговорител			
	Рекламни подаръци			
	Други рекламни материали:			
<b>Оборудване</b>	Възможности за сядане			
	Маси			
	Витрини или рафтове			
	Охлаждаща инсталация			
	Събиране и изхвърляне на отпадъците			
	Осветление			
	Музика: музикална уредба, музикална медия, говорители,			
	Компютри, таблет и принадлежности (принтер, ....)			
	Складово помещение (рафт, заключващи се чекмеджета, бар)			
	Проектор (лаптоп, таблет, бимер,...)			
	Други предмети за оборудване:			
<b>Канцеларски материали</b>	Клипборд, подложки и др. за удобство при писане			
	Пособия за писане: молив, химикалка, флипчарт маркери, гума за изтриване			
	Калкулатор			
	Търговски документи: фактури, касови бележки			
	Баджове			
	Перфоратор			
	Ножици			
	Телбод машинка			
	Кламери			
	Лепяща лента, лепило			
	Линийка			
	Печат и тампон			
	Класъори			
	Други канцеларски пособия:			
<b>Други</b>	Почистващи средства			
	Разклонител			
	Аптечка за първа помощ			
	Шивашки пособия			
	Инструменти			
	Други:			



## Работен лист 5

### Планиране на разходите и на резултатите

**Описание:** Резултатите от работни листове от 2 до 4 се включват в планиране на разходите и на резултатите. За повече прегледност вече се вземат предвид само реални разходи (напр. материалните разходи за производството на продуктите). Разходите за работната сила (за вашия труд) не са калкулирани, тъй като вие участвате в разпределението на печалбата. Не се калкулират и разходи, които вие не трябва да поемате (напр. безплатното ползване на хладилник за производство на ледени кубчета).

Можете да направите калкулацията както в съкратен, така и в стандартен или пълен вариант.

Нанесете разходите в листа по-долу, който съответства на избрания вариант, или в Excel - файл. Графите и редовете, разбира се, може да бъде увеличавани по желание.

За да изчислите резултата, преценете количеството продукти, които предполагате, че ще продадете. За целта помислете колко хора ще минат покрай вашия щанд и за колко от тях предполагате, че ще направят покупка. Маржът на приноса ще ви покаже колко ще остане след продажбата на един продукт (при избраната цена) за покриване на останалите разходи и за реализиране на печалба.

#### Съкратен /минимален/ вариант

Разходи според списък на покупките	Цена	Количество	Общо
Сума на разходите			

Приходи	лева
Единична продажна цена	
Продадено количество	
Приходи	
Резултат	

## Lemonade Stand Challenge B1

You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges



### +> Стандартен вариант

променливи разходи за	цена	количество	общо
променливи разходи на брой			
Продажна цена на брой			
променливи разходи на брой			
Марж на приноса на брой			

### +> Подробен/Пълен вариант

Материал	Стойности	Изчисление	Стойности	Изчисление	Стойности	Изчисление
Фактурна цена (вкл. ДДС)						
- отстъпка:						
цена с отстъпка						
+ доставка (транспорт, опаковка)						
Фактурна стойност без ДДС						
- отстъпка						
цена на касата						
+ собствени разноси						
Производствена цена за количество во опаковки						
Необходимо количество за продадена бройка						
Производствена цена за продадена бр. (200 ml чашка)						

Продажна цена за брой	
Разходи за суровини и материали за продадена бройка	
<b>Покритие на разходите за бройка</b>	

Продадено количество	
Приходи	
- Разходи за суровини и материали	
- Други производствени разходи	
- Разходи за щанда	
- Загуби (напр. счупен или развален материал )	
<b>Резултат</b>	



## Работен лист 6

### Информация за продукта

**Описание:** Подгответе разговора за продажба като направите точно описание на вашия продукт (продукт, услуга или идея), използвайки таблица по-долу.

Продукт:	Описание	Отговори за продавания/ представяния продукт
Производител	Кой участва в производството на продукта?	
Съставки	От какво се състои продуктът? Има ли съмнителни или опасни съставки (напр. алергени)?	
Полза	Каква потребност на клиента се задоволява с този продукт?	
Цена	Колко струва продуктът? Цената фиксирана ли е или се променя? Каква е цената на конкуренцията за продукта?	
Упътване (Какво да се прави?)	Какво може да се прави с него?	
Упътване (Какво да не се прави?)	Какво не бива да се прави с него?	



### Работен лист 7: Подготовка за мистериозния клиент

**Описание :** „Госпожа Муха беше тук“ може скоро да се чуе и на вашия щанд. (Госпожа Муха е австрийска издателка, която проверява качеството на услугите на предприятията). Затова прочетете следната оценъчна таблица и с помощта на тези контролни въпроси се подгответе за възможни „мистериозни клиенти“.

#### Оценъчна карта за мистериозен клиент

Оценка: 😞 1 = незадоволителен 😐 2 = задоволителен 😊 3 = добър 😄 4 = много добър 🌟 5 = отличен

Критерии	Показател за незадоволителна или лоша работа	Оцен-ка	Показател за отлична работа
<b>1. Оформление на щанда</b>			
<b>Професионализъм</b>	При преминаване покрай щанда информацията не може да бъде възприета (прекалено много или прекалено малко информация), безразборно поставени надписи и продукти.		Подчинено на обща идея, харм. и информативно оформление. Корпор. дизайн е разпознаваем Лесни за четене и изчистени надписи Смислено подбрани демонстр обекти
<b>Креативност и въздействаща сила на рекламата</b>	Щандът не привлича погледа или прави лошо впечатление. Рекламното послание и/или уникалното предложение за продажба (USP) не са разпознаваеми.		Щандът се откроява сред конкурентните. Рекламното послание се отразява от целия щанд.
<b>Организация</b>	Хаотичен и „припрян“ щанд (търсят се неща, отпадъците не се изнасят, нещата са разхвърлени наоколо, ...)		Чист, прегледен и функционално добре оформен щанд.
<b>2. Разговори за продажби</b>			
<b>Поведение и подход към клиента</b>	Персоналът на щанда не се грижи за клиента или показва отблъскващо и неприятелско поведение. Посетителите се обработват „на конвейер“ Немарливо, неподходящо поведение на персонала на щанда.		Посетителят на щанда е посрещнат любезно, поставят се въпроси за желанията му и също така бива любезно изпратен. Отговаря се на въпросите на клиентите, коректни и изискани обн. на перс. на щанда.
<b>Познаване на продукта</b>	Въпроси за продаваните продукти не получават отговор или получават незадоволителен отговор. Не се познават условията за доставка и плащане.		Продаваните стоки или услуги се представят правилно и всички въпроси на клиентите получават отговор (познаване на предмета, познаване на търг/ условия (доставка, плащане, гаранция , когато е прил...))
<b>Умения за водене на преговори</b>	Лаконичен, интровертен екип на щанда.		Уместно използване на техника за задаване на въпроси. Запознава достатъчно добре клиента с цените и качествата на стоката.
<b>3. Икономически аспект</b>			
<b>Фактуриране</b>	Фактурите се издават погрешно или непълно. Не е възможно фактуриране във валутата на страната.		Фактурите се издават правилно (подходящи за данъчни и счетоводни цели, с вярно съдържание и правилно изчислени)
<b>Извършване на плащането</b>	Непознаване процеса на плащане. Плащанията се извършват погрешно.		На клиента се обяснява добре и правилно процеса на плащане. На разплащателните документи са отразени всички данни.
<b>4. Обработка на документите</b>			
<b>Качество на документите за клиента</b>	Клиентът не получава или получава грешен съотв. непълен документ и чака дълго за него.		Клиентът получава без чакане правилна и пълен документ.



### Работен лист 8: Самооценка

Оценете се сами след провеждането на разговора за продажба като отбележете в кутийките подх. смайлове!

☹️ 1 = незадоволителен ☹️ 2 = задоволителен 😊 3 = добър 😊 4 = много добър 😊 5 = отличен

#### Провеждане на разговор за продажба

Критерии	Показател за незадоволителна или лоша работа	Оценка ☹️☹️😊😊😊😊	Показател за отлична работа	Оценка (претегл. точки)
<b>1. Език:</b>				<b>10 %</b>
Достъпност	Използване на твърде много термини и чужди думи		просто и разбираемо формулиран	
Краткост/сбитост	разтегнато и обстоятелствено формулиране		Кратко и сбито формулиран	
Структура	несвързано и не подредено говорене		логично структуриран разговор	
Формален език	неформално формулиране		формално формулиране	
Аргументация	негативно и скучно формулиране, не изслушва		позитивно формулирана, активно слушане	
<b>2. Поздрав</b>				<b>5 %</b>
Тон	недружелюбен		дружелюбен	
Създаване на контакт	само поздрав		обръщение с име, индивидуален подход	
<b>3. Откриване на нужди</b>				<b>10 %</b>
Техника 6-К-въпроса	не е използвана		използвана	
потребност (и) на клиента	не е зададен въпрос		Зададен е въпрос	
потребностите на клиента	не са взети предвид		подробно са разгледани	
<b>4. Разговор за продажба в тесен смисъл</b>				
<b>4.1 Демонстриране на стоката</b>				<b>15 %</b>
Клиентите са активизирани.	Стоката не е предоставена за изпробване.		Осигурен достъп до стоката.	
Показана позитивна нагласа към продукта	Самият продавачът не е убеден в качествата на продукта.		Самият продавачът е убеден в качествата на продукта.	
<b>4.2 Описание на стоката</b>				<b>20 %</b>
Производител и/или марка	не е посочен		посочен	
Състав	не е обяснен		обяснен	
Употреба (разрешена респ. неразрешена)	не е разяснено		разяснено	
<b>4.3 Аргументация</b>				<b>15 %</b>
Аргументация	Поучава, дава оценки, монологично говорене		Изведена ползата за клиента и от използването на стоката	
Обявяване на цената	Назована в началото или края на разговора за продажба.		Назована в средата на разговора за продажба.	
Техники за ценова аргументация	не са използвани		използвани са	
<b>4.4 Възражения на клиентката/клиента</b>				<b>15 %</b>
Възраженията на клиента	Не са разгледани		Разгледани са	
<b>5. Приключване</b>				<b>5 %</b>
На сигнал за покупка	Няма реакция.		Има реакция.	
<b>6. Сбогуване</b>				<b>5 %</b>
Тон	Недружелюбно, грубо изпращане		Дружелюбно изпращане	
Стимул /похвала към клиента :	Клиентът не е подтикван към покупка		Клиентът е подкрепен във вземането на решение за покупка.	
<b>Общо впечатление, обща оценка</b>				<b>100 %</b>



## ➦ Работен лист 9

### Заклучителна самооценка

**Оценете се сами! Оградете един, два или три смайла, според това, как сами се оценявате!.**

Чувствам се добре, когато мога да поема отговорност за една задача.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да се изправа пред възможна конкуренция при изпълнението на задачите.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да развивам подходящи идеи и да се аргументирам защо те трябва да бъдат осъществени.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да разпозная и преценя шансове и да следя за рисковете.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да планирам цели и да осъществя проект под ръководството на учител.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да разработя идеи за ефективен маркетинг.	😊	😊😊	😊😊😊
Искам с моите идеи да допринеса за ориентирано към бъдещето, екологично и социално чувствително поведение в икономиката и обществото.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да направя анализ дали моята идея носи печалба или не и да обясня как ще финансирам идеята си.	😊	😊😊	😊😊😊
Мога да направя преглед на възможностите да се спестят пари и да избира най-добрата от тях.	😊	😊😊	😊😊😊
Знам как да извлека максимума от ограничени ресурси и предварително определен бюджет.	😊	😊😊	😊😊😊



## **Работен лист 10**

### **Самооценка - Рефлексия**

Моля, отговорете за себе си на тези въпроси, за да завършите това предизвикателство.

1. Какви цели сте си поставили? Постигнахте ли ги ? Защо да или не ?

---

---

2. Моля да изброите три неща, които научихте от това предизвикателство.

---

---

3. Смятате ли, че след това предизвикателство можете по-добре да продавате? Защо?

---

---

4. Ако трябва да посъветвате един продавач в магазин за дрехи относно техниките за продажба, кои три неща бихте споменали?

---

---

5. Кои според Вас са трите най-важни неща за управлението на едно предприятие?

---

---