



ევროკავშირი  
საქართველოსთვის



# You<sup>th</sup>Start ENTREPRENEURIAL CHALLENGES

## ლიმონათის სტენდი გამოწვევა B1

მე შემიძლია გაყიდვა  
ძირითადი სამეწარმეო განათლება



### პროდუქტებისა და მომსახურების გაყიდვა

იდეის განხორციელებიდან დაწყებული დაგეგმვისა და აღრიცხვამდე, ეს გამოწვევა სტუდენტებს პირველ რიგში მისცემს გამოცდილებას იმის შესახებ, თუ რა სჭირდება პროდუქტის ან მომსახურების დიდ გამყიდველად ჩამოყალიბებაში და როგორ მივაღწიოთ მაქსიმალურ წარმატებას მოცემული ბიუჯეტით.

## მასწავლებლის გზამკვლევი

The materials contain a detailed step-by-step description of the challenge to facilitate a direct implementation in the classroom. The teaching materials are designed to be used together with the student materials (=worksheets). All materials are provided at [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu).







# ახალგაზრდული სტარტის სამეწარმეო

## გამოწვევების პროგრამა



მეწარმეობის განათლების ტრიოს მოდელის საფუძველზე - [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)



### ძირითადი სამეწარმეო სწავლება

იდეის გამოწვევა 	გმირის გამოწვევა 	ჩემი პირადი გამოწვევა 
ლიმონათის სტენდის გამოწვევა 	რეალური ბაზრის გამოწვევა 	დაიწყე შენი პროექტის გამოწვევა 

### სამეწარმეო კულტურა

ემპათიის გამოწვევა 	თხრობის გამოწვევა 	მეგობრული გამოწვევა 
პერსპექტიული გამოწვევა 	ნარჩენი/გამოუსადეგარი ღირებულების გამოწვევა 	ღია კარის გამოწვევა 
ექსტრემალური გამოწვევა 	“იყავი ღიაზე” გამოწვევა 	საექსპერტო გამოწვევა 

### სამეწარმეო სამოქალაქო განათლება

საზოგადოების გამოწვევა 	დებატების გამოწვევა 	მოხალისეთა გამოწვევა 
--	---	--

ტრიო მოდელი არის მეწარმეობის ჰოლისტიკური განმარტება, რომელიც მოიცავს სამ სფეროს:

**ძირითადი სამეწარმეო განათლება** მოიცავს სამეწარმეო აზროვნებისა და მოქმედების ძირითად კვალიფიკაციას: ორიგინალური და ინოვაციური იდეების შემოქმედებით და სტრუქტურულად შემუშავება და განხორციელება.

**სამეწარმეო კულტურა** ეხება პიროვნულ განვითარებას: თვითინიციატივა, თავდაჯერებულობა, გუნდური მუშაობა, საკუთარი თავისა და სხვების გაძლიერება.

**სამეწარმეო სამოქალაქო განათლება** მიზნად ისახავს სოციალური კომპეტენციების ამაღლებას და სტუდენტების, როგორც მოქალაქეების როლის გაძლიერებას: პასუხისმგებლობის აღება საკუთარ თავზე, სხვებსა და გარემოზე.

თითოეული გამოწვევა ეკუთვნის **გამოწვევის ოჯახს**, რომელსაც აქვს საკუთარი ხატი ფერადი კოდით, რომელიც შეესაბამება ტრიოს სამი სფეროდან ერთ-ერთს. გამოწვევა ოჯახი მოიცავს რამდენიმე გამოწვევას კომპეტენციის სხვადასხვა დონეზე. სასწავლო მასალებში მოცემული ასოების კოდები შეესაბამება შემდეგ დონეს:

A1 – პირველადი დონე; A2 – მეორადი I დონე; B1 და B2 – მეორეული დონე II; C1 – მეორეული დონიდან მესამეულ დონეზე გადასვლა. თითოეული დონე ემყარება წინა დონეს.



## დამგეგმავი

თემა	პროდუქტებისა და მომსახურების გაყიდვა
დონე	B1
ოჯახის გამოწვევა	<p>ლიმონათის სტენდის გამოწვევა - გაყიდვების ნიჭის აღმოჩენა!</p> <p>როგორ გააჩინოთ ინტერესი პროდუქტის მიმართ? როგორ აიძულოთ ვინმე მოუხდეთ პროდუქტი და საბოლოოდ იყიდოს იგი? დაწყებით სკოლაში ბავშვებს აქვთ პირველი გამოცდილება ლიმონათის სტენდზე ან სათამაშოების ან ტანსაცმლის ბაზრობაზე. საშუალო სკოლის ბავშვები სწავლობენ როგორ განსაზღვრონ ფასები და რატომ არის მიწოდება და მოთხოვნა გადამწყვეტი ფაქტორები. მთელი პროცესი იქნება წარმოდგენილი უმაღლესი საშუალო სკოლებში: მომზადებიდან და წარმოებიდან გაყიდვების ან პრეზენტაციის ორგანიზებამდე და ასევე ზუსტ ფინანსურ ანგარიშგებამდე. სწავლებისას ძირითადი აქცენტი კეთდება პროდუქტის, სერვისის ან იდეის გაყიდვაზე. სტუდენტები ასევე სწავლობენ, თუ როგორ შეხვდნენ წინააღმდეგობებს პატივისცემით, რითაც ასტიმულირებენ მათ ბიზნესს.</p>
დრო / სიგრძე	ექვსი პუნქტის მომზადება, შესრულება და ხელახალი დამუშავება ყველა მასალის ჩათვლით: 10 პერიოდი
დიდი იდეის გამოწვევა	<p>პროდუქტის გაყიდვა არც ისე ადვილია, როგორც ჩანს. მომხმარებლების მოზიდვას გარკვეული ძალისხმევა სჭირდება. თუ ისინი გამოჩნდებოდნენ, მზად იქნებოდნენ რამე იყიდონ?</p> <p>ამიტომ სტუდენტებს უჭირთ იფიქრონ თვითნაკეთი პროდუქტის გაყიდვაზე (მაგ. ლიმონათი, ქაფქიქი ან სხვა თვითნაკეთი პროდუქტები) ან მდგრადი წარმოებული სავაჭრო საქონელი, მომსახურება ან იდეა. ისინი სწავლობენ როგორ შეიმუშაონ სტრატეგია, რათა მიაღწიონ მაქსიმალურ წარმატებას შეზღუდული ბიუჯეტით. მათ უნდა შექმნან სტენდი, დაგეგმონ შესყიდვები, აწარმოონ თავიანთი პროდუქტი და შეფუთვა საჭიროების შემთხვევაში, რეკლამირება, დაარწმუნონ გამყიდველი და საჭიროების შემთხვევაში წარადგინონ ინვოისები კანონის შესაბამისად.</p>
სამეწარმეო კომპეტენციები სარეკომენდაციო ჩარჩო	<p>მე კომფორტულად ვიღებ პასუხისმგებლობას დავალებაზე.</p> <p>მე შემოძლია შევხვდე პოტენციურ კონკურენციას ამოცანების განხორციელებაში.</p> <p>მე შემოძლია განვაავითარო იდეები და დავასაბუთო, თუ რატომ უნდა განხორციელდეს ისინი.</p> <p>მე შემოძლია შესაძლებლობების იდენტიფიცირება და გამოყენება.</p> <p>მე ვიცი რისკები და პასუხისმგებლობა საკუთარ ქმედებებზე.</p> <p>მე შემოძლია დავგეგმო მიზნები და განვახორციელო ზედამხედველობის ქვეშ მყოფი პროექტი.</p> <p>შემოძლია იდეების შემუშავება ეფექტური მარკეტინგისთვის.</p> <p>შემოძლია ვიმუშაო სხვებთან და მაქსიმალურად გამოვიყენო ინდივიდუალური უნარ-ჩვევები.</p> <p>მე შემოძლია ავიღო ინიციატივა და დავარწმუნო სხვები ჯგუფური გადაწყვეტილების მიღებისას.</p>



	<p>მე შემოდლია სხვა ადამიანებთან კარგი კომუნიკაცია.</p> <p>მინდა წვლილი შევიტანო მომავალზე ორიენტირებულ ეკოლოგიურად და სოციალურად მგრძნობიარე ქვეყანაში ბიზნესსა და საზოგადოებაში.</p> <p>შემოდლია ავხსნა ჩემი იდეების დაფინანსების სხვადასხვა შესაძლებლობები.</p> <p>მე ვიცი, როგორ გამოვიყენო შეზღუდული რესურსები და ბიუჯეტი.</p>
ენის მიზანი	<p>შემოდლია ადვილი პროდუქტები, მომსახურება ან იდეები.</p> <p>შემოდლია ავხსნა წარმოების ან გაყიდვების პროცესი.</p> <p>მე შემოდლია შევასრულო მარტივი გაყიდვები არჩეული ობიექტისთვის.</p> <p>შემოდლია მარტივი სარეკლამო საშუალებების დაპროექტება (მაგ. პლაკატი, სტენდის ასოები).</p>
შინაარსის ლექსიკა (სიტყვის კედელი)	<p>მიზანშეწონილობის კვლევა, ნოუ-ჰაუ, სტრატეგია, წარმატება, წარმოების პროცესი, პროტოტიპი, პასუხისმგებლობა, მიზანი, ნარჩენების მართვა, ნარჩენების განცალკევება, ნარჩენების განკარგვა, სარეკლამო მასალა, თანხის ინვოისი, (ნაღდი) ფასდაკლება, შემწეობი ინვოისი, მიწოდების ხარჯები, მიწის ფასი, ცვლადი ხარჯები, ფიქსირებული ხარჯები, მოგებაში წვლილი, ზარალი, მომხმარებლის საჭიროებები, ლაკონურობა, პროდუქტის დემონსტრირება, გაყიდვის ფასი, მოგება, ხარჯვა, არგუმენტაცია</p>
შეფასება	<p>სამუშაო ფურცელი 7 - საიდუმლო მყიდველის შეფასება (მასწავლებლის ინდივიდუალური შეფასება)</p> <p>სამუშაო ფურცელი 7 - საიდუმლო მყიდველის შეფასება (ინდივიდუალური სტუდენტის თვითშეფასება და/ან თანატოლების შეფასება თანასკოლების მიერ)</p> <p>სამუშაო ფურცელი 8 – სტუდენტური თვითშეფასების გამყიდველი (ინდივიდუალური თვითშეფასება, თანატოლების შეფასება სკოლის მეუღლის ან/და ინდივიდუალური მასწავლებლის შეფასების მიერ)</p> <p>სამუშაო ფურცელი 9 - ერთეულის თვითშეფასების დასასრული (მე მესმის, თუ როგორ უნდა ვმართო მცირე ბიზნესი, გავაკეთო საუკეთესო შეზღუდული რესურსები და როგორ უნდა ვცადო მოგება.)</p> <p>სამუშაო ფურცელი 10 - თვითშეფასება - ასახვა (მიზნები, კომპეტენციები)</p>
აუცილებელი წინმსწრები ცოდნა	<p>არცერთი</p>
გონება და სხეული	<p>იმისათვის, რომ ფიზიკური ვარჯიშები დაეხმაროს სტუდენტებს გააქტიურონ და კონცენტრირება მოახდინონ, ასევე გააუმჯობესონ გონება, ეწვიეთ: <a href="http://www.youthstart.eu">www.youthstart.eu</a> (მათ შორის ვიდეოკლიპები).</p> <p>აირჩიეთ შესაბამისი სავარჯიშო(ებ)ი თქვენი გამოწვევის მხარდასაჭერად!</p>
საჭირო მასალები	<ul style="list-style-type: none"> <li>პრეზენტაციის ან გაყიდვის დაწყებამდე მიმართეთ დირექტორს/დირექტორს ნებართვა/მხარდაჭერა</li> <li>სტუდენტებისთვის დააკოპირეთ მასალა .</li> <li>საჭიროების შემთხვევაში მიაწოდეთ ფლოპჩარტი - ქაღალდი, ფანქრები და A3-ქაღალდი</li> <li>კომპიუტერების ორგანიზება ინტერნეტ კვლევისა და გამოთვლებისთვის Excel-ით ან შესაძლებელია სმარტფონების გამოყენება</li> </ul>



ნაბიჯ ნაბიჯ აქტივობები	ამ კლასიკური მეწარმეობის გამოწვევის აქცენტი პროდუქტის, მომსახურების ან იდეის გაყიდვა ან წარდგენა სკოლაში ან საჯარო სივრცეში (მაგ. სავაჭრო გამოფენაზე).
ნაბიჯი 1	<p>გაყიდული ობიექტის მოძიება და შერჩევა (პროდუქტი, მომსახურება ან იდეა):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>გამოწვევის თემის დანერგვის გზები: აჩვენეთ მოკლე YouTube-Video ინგლისურ ენაზე "ლიმონათის სტენდზე", რათა ახსნათ ფონდების მოძიების შესაძლებლობები (მაგ. შემოწირულობები კიბოს ან ტრეფიკინგის წინააღმდეგ მებრძოლი ორგანიზაციებისთვის).</li> <li>მასწავლებელი გეგმავს იმ დღეს ან პერიოდს, როდესაც საქონელი უნდა გაიყიდოს. თუ თქვენი კლასი ყიდის სასმელებს ან საკვებს, გთხოვთ შეამოწმოთ მნიშვნელოვანი თარიღები, როგორიცაა მარხვის დრო.</li> <li>მასწავლებელს უფლება აქვს, მიიღოს გადაწყვეტილება გაყიდვის ან წარდგენის საგანზე (მაგ. ნარჩენის ღირებულების გამოწვევის შედეგი) ან სტუდენტებთან ერთად ის (იხ. აგრეთვე პუნქტი დ) და ე) ქვემოთ).</li> <li>გამოყენეთ მარტივი შემოქმედების ინსტრუმენტი, როგორიცაა გონებრივი იერიში ან 6/3/5 (ტვინის წერა - იხილეთ ინფორმაცია ფურცელი 1 ამ ერთეულის დამატებითი ბოლოს) დაფაზე იდეების ჩამოსაწერად ან ფლიპჩატი თუ რომელი პროდუქტი უნდა გაიყიდოს სტენდზე. მასწავლებელი ხელს უწყობს შემოქმედებით პროცესს და მოსწავლეები იცავენ წესებს. ზოგიერთი შემოქმედების ტექნიკა, როგორიცაა 6/3/5, მოითხოვს ჯგუფებს შედეგების დათვლისა და შეჯამებისთვის.</li> <li>საუკეთესო სამ იდეას მასწავლებელი შეარჩევს, მაგალითად თითოეულ მოსწავლეს უფლება აქვს სამი ქულით მონიშნოს ის იდეები, რომლებიც მას ყველაზე მეტად მოსწონს. მოსწავლეებმა უნდა იფიქრონ მოცემული პროდუქციის მომგებიანობაზე მათი შეფასებისას. მათ უნდა გაითვალისწინონ რას ფიქრობენ მომხმარებლები პროდუქტზე.</li> </ol>
ნაბიჯი 2	<p>მიზანშეწონილობის შემოწმება და გადაწყვეტილებების მიღება</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>სტუდენტები იყოფიან ჯგუფებად.</li> <li>ტექნიკურ-ეკონომიკური შესწავლა (სამუშაო ფურცელი 1 - გთხოვთ, დააკოპიროთ ის შესამოწმებელი ობიექტების რაოდენობის მიხედვით) უნდა ჩატარდეს საჭირო ნებართვის მოთხოვნამდე (მაგ. დირექტორი, სკოლის ხელმძღვანელობა და სხვა საბჭოები). ეს კვლევები აჩვენებს, შესაძლებელია თუ არა სტენდის გაყიდვის ან წარდგენის ყველა აქტივობა დროულად განხორციელდეს, ხელმისაწვდომი ბიუჯეტისა და რესურსების ფარგლებში და არის თუ არა საკმარისი „ნოუ-ჰაუ“. თითოეული სტუდენტისთვის ივსება ეს სამუშაო ფურცელი 1 და ენიჭება 0-დან 4 ქულა თითოეული კრიტერიუმისთვის. ტექნიკურ-ეკონომიკური დასაბუთების გამოყენება სხვადასხვა ალტერნატივისთვის გადაწყვეტილების მიღების პროცესს გამჭვირვალედ ხდის. თუ ტექნიკურ-ეკონომიკური შესწავლა ტარდება მხოლოდ ერთ ობიექტზე, პუნქტები „გ“ და „დ“ არ გამოიყენება.</li> </ol>





- c) მასწავლებელი აგროვებს რეიტინგის შედეგებს თითო ობიექტზე და აჩვენებს მთლიან დეტალებს (ფაილი შეიძლება დაგეხმაროთ). სტუდენტებს ასევე შეუძლიათ აჩვენონ თავიანთი შედეგები დაფაზე ან ფლიპჩარტში ინდივიდუალურად ან ჯგუფის შეჯამებად.
- c) მასწავლებელი აგროვებს რეიტინგის შედეგებს თითოეულ ობიექტზე და აჩვენებს მთლიან დეტალებს (Excel ფაილი შეიძლება დაგეხმაროს). სტუდენტებს შეუძლიათ ასევე აჩვენონ თავიანთი შედეგები დაფაზე ან ფლიპჩარტზე როგორც ინდივიდუალურად ასევე ჯგუფის მიხედვით.
- d) რეიტინგი უნდა დაეხმაროს სტუდენტებს უკეთესი გადაწყვეტილებების მიღებაში. სკოლის ჩარჩოდან გამომდინარე (მაგ., თუ გარემოზე ფოკუსირება მნიშვნელოვანია), გაყიდვების ან საპრეზენტაციო აქტივობებისთვის შეიძლება შეირჩეს ობიექტი, რომელსაც აქვს ნაკლები ქულები, ვიდრე ყველაზე მეტი ქულების მქონე ობიექტი.
- e) მოსწავლეები და მასწავლებლები ერთად წყვეტენ, როგორ გამოიყენონ მიღებული ფული მომავალში (მაგ. შემოწირულობისთვის, ორგანიზაციისთვის ან კლასის ანგარიშისთვის). თუ ეს შეუძლებელია (მაგ. იდეის პრეზენტაცია) ან ნებადართულია ფულის შეგროვება, უნდა განისაზღვროს, იქნება თუ არა პრეზენტაცია და როგორ შეფასდება ის (მაგ. კონკურსზე). შეიძლება გამოყენებულ იქნას სამუშაო ფურცელი 7 (საიდუმლო მყიდველის შეფასება) ან სამუშაო ფურცელი 8 (გაყიდვის უნარის შეფასება). თავიდანვე უნდა განისაზღვროს შეფასების კრიტერიუმები და გამოყენებული დოკუმენტები.
- f) ახლა დროა მიიღოთ საჭირო ნებართვა. დამატებითი ნებართვის შესახებ დამატებითი დეტალებისთვის სთხოვეთ სკოლის ადმინისტრაციას (მაგ., თუ სტენდს მართავთ სკოლის გარეთ ან თუ არსებობს სპეციალური რეგულაციები სკოლებში სტენდებთან დაკავშირებით).

### ნაბიჯი 3 დაგეგმვა

სამუშაო ფურცლები 2-დან 6-მდე ეხმარება სტუდენტებს პროფესიონალურად დაგეგმონ გამოწვევა. გთხოვთ, გამოიყენოთ ისინი მოცემული თანამიმდევრობით.

- a) სამუშაო ფურცელი 2 – წარმოების ან გაყიდვების გეგმები:  
მოსწავლეებს შეუძლიათ აწარმოონ ობიექტის პროტოტიპი სახლში ან სკოლაში, თუ ეს შესაძლებელია (მაგ. სკოლის სამზარეულოში). თუ თქვენი სტუდენტები ყიდიან ეკოლოგიურად სუფთად წარმოებულ საქონელს, ან თუ იყენებენ წარმოებისთვის არსებულ დეტალურ აღწერას (მაგ. ლიმონათის დამზადების ზუსტი რეცეპტი, ყველა საჭირო ნაბიჯის და საჭირო დროის ჩათვლით), მათ შეუძლიათ დაგეგმონ გაყიდვები ან პრეზენტაციის პროცესი. სამუშაო ფურცელი. სტუდენტებმა უნდა შექმნან საყიდლების სია სამუშაო ფურცლის შევსების შემდეგ სვეტის „აუცილებელი რესურსების“ შეჯამებით. ასევე მნიშვნელოვანია შეავსოთ სვეტი „წუთები“ პროცესის დროულად დასაწყებად საჭირო საერთო დროის შესაფასებლად.



- b) სამუშაო ფურცელი 3 - მიზნების, დროისა და პასუხისმგებლობების დასახვა: სტუდენტები მუშაობენ ჯგუფებში და განსაზღვრავენ მინიმუმ ერთ მიზანს. გარდა ამისა, ისინი განსაზღვრავენ დავალებების ჩამონათვალს სამუშაო ფურცელში მითითებული პუნქტების მიხედვით.
- c) სამუშაო ფურცელი 4 – სტენდის / დისპლეის დიზაინი: მოსწავლეები კითხულობენ საკონტროლო სიას და ასრულებენ საჭირო სამუშაოებს. მათ უნდა აჩვენონ მინიმუმ სტენდის ესკიზი (უმარტივესი გზაა მაგიდის და კედლის უკან ადგილის გამოყენება დეკორაციისთვის) და სარეკლამო მასალა (მაგ. ფლიპჩარტი) და საჭირო მასალების ნუსხა საკონტროლო სიაზე დაყრდნობით.
- d) სურვილისამებრ – შემოქმედებითი ფლიპჩარტების დიზაინი: სტუდენტებს შეუძლიათ შექმნან კრეატიული ფლიპჩარტები, როგორც სარეკლამო მასალა. ისინი სწავლობენ სწორად წერას ფლიპჩარტზე / A3 ქაღალდზე და კრეატიული ფლიპჩარტების წესებსა და შესაძლებლობებს. მასწავლებელი ეტაპობრივად აჩვენებს, თუ როგორ უნდა შეიმუშაოს ფლიპჩარტი მაგალითად: (იხ. საინფორმაციო ფურცელი 2) და მოსწავლეები მიჰყვებიან ინსტრუქციას A3 ფურცლის გამოყენებით. შემდგომში სტუდენტები ჯგუფურად ქმნიან პრეზენტაციას სტენდისთვის და, რა თქმა უნდა, ამ მიზნით მათ შეუძლიათ გამოიყენონ კომპიუტერიც. ეს აქტივობა შეიძლება იყოს „ფანქრის გაყიდვის“ აქტივობის საფუძველი, რომელიც სავსებით შესაფერისია აბსტრაქტული ან კონსულტაციის ინტენსიური ობიექტების პრეზენტაციისთვის. პრეზენტაცია შეიძლება შეიქმნას ქაღალდზე, კომპიუტერზე ან პლანშეტზე - მისი დიზაინის წესები იგივეა, რაც შთამბეჭდავი ფლიპჩარტის დიზაინი. პროფესიონალები ვიზუალიზაციას ახდენენ თავიანთ სამიზნე ჯგუფზე, სიტუაციასა და კლიენტების ინდივიდუალურ საჭიროებებზე კონცენტრირებისას.
- e) სამუშაო ფურცელი 5 - ღირებულებისა და მოგების ან ზარალის გაანგარიშება (გთხოვთ, იპოვოთ მაგალითები თანდართულ Excel ფაილში):
- გაანგარიშების მინიმალური მოდელი: დამოკიდებულია ადრე განხორციელებულ საქმიანობაზე (იხ. სამუშაო ფურცელი 2, 3 და 4), სტუდენტები ითვლიან ხარჯებს და ადარებენ მათ მოგებას. თუ მხოლოდ ობიექტებია წარმოდგენილი, სტუდენტებმა უნდა იფიქრონ იმაზე, თუ როგორ უნდა დაფარონ პრეზენტაციის ხარჯები (მაგ. დეკორაცია, სარეკლამო მასალა, ნიმუში).
  - სტანდარტული გაანგარიშების მოდელი: სტუდენტები ითვლიან ფიქსირებულ და ცვალებად ხარჯებს, რითაც ამთავრებენ თავიანთ მოგებას ან ზარალს, გაყიდული პროდუქციის რაოდენობის მიხედვით. (მაგ. ხუთიდან ერთი 1.000 მოსწავლე და 140 მასწავლებელი ყიდულობს პროდუქტს – შედეგები დღეში 228 გაყიდულ პროდუქტში). მათ არ უნდა დაავიწყოთ ფიქსირებული ხარჯების გამოქვითვა (მაგ. სტენდის ხარჯები) შემოსავლიდან.
  - გაანგარიშების მაქსიმალური მოდელი: სტუდენტები ითვლიან ფასის დაცემას თითო პროდუქტზე და ადარებენ მას დაგეგმილ გაყიდვების ფასს.





**ნაბიჯი 4**

გაყიდვების სფეროს პრაქტიკა

სტუდენტები ამზადებენ თავიანთ გაყიდვებს შემდეგი მოქმედებებით:

- a) ისწავლეთ პროდუქტის ნებისმიერ კითხვაზე პასუხის გაცემა (სამუშაო ფურცელი 6 – ინფორმაცია პროდუქტის შესახებ). სტუდენტებს შეუძლიათ დაასრულონ სამუშაო ფურცელი მარტო და შემდეგ შეადარონ თავიანთი გადაწყვეტილებები თავიანთ ჯგუფში.
- b) სტუდენტები გადიან თავიანთი გაყიდვების მოედანზე სტენდთან და იცვლიან როლებს (გამყიდველი - მყიდველი). სტუდენტებს ასევე უნდა ჰქონდეთ შესაძლებლობა წაიკითხოთ სამუშაო ფურცლები 7 (საიდუმლო მყიდველი - შეფასება) და 8 (თვითშეფასების გამყიდველობა), რათა იცოდნენ, რას მოელიან მათგან. შეიძლება დაგჭირდეთ დამატებითი დრო დაუთმოთ ატრიბუტების წაკითხვას და ერთად წარმოაჩინოთ მაგალითები, თუ როგორი იქნება გარკვეული ქცევა. თქვენ ასევე შეგიძლიათ აჩვენოთ მათი კრიტერიუმების მაგალითები მსგავსი მოვლენების ფოტოების გამოყენებით.
- c) საჭიროების შემთხვევაში, შეგიძლიათ დაგეგმოთ დამატებითი დრო სამუშაო 7 და 8 ფურცლების კრიტერიუმების განსახილველად და მათი გავლენა სტუდენტების ქცევაზე. თქვენ ასევე შეგიძლიათ აჩვენოთ თქვენი სტუდენტების ფოტოები, რომლებიც თქვენ გადაიღეთ მსგავს ღონისძიებებზე, კრიტერიუმების გასარკვევად. გთხოვთ, იპოვოთ დამატებითი ინფორმაცია 3 ინფო ფურცელზე გაყიდვების პროცესისა და გაყიდვების მოედნის მნიშვნელოვანი ელემენტების შესახებ.
- d) ამბის თხრობის გამოწვევა (Storytelling Challenges) - ის მასალა ძალიან შესაფერისია გაყიდვების პრეზენტაციისთვის მოედნის მოსამზადებლად. მასალას თან ერთვის PowerPoint-ის მხარდამჭერი პრეზენტაცია.

**ნაბიჯი 5**

მომზადეთ სტენდი და გასაყიდი ნივთები ან ნიმუშები

როგორც მე -3 ნაბიჯშია დაგეგმილი, სტუდენტები ამზადებენ სტენდებს და აწარმოებენ ნივთებს გასაყიდად, ყიდულობენ მათ მიმწოდებლისგან ან იღებენ ობიექტებს. სტუდენტებმა უნდა გადაიღონ თავიანთი საქმიანობა, რადგან ეს დაეხმარება მათ შემდეგ იფიქრონ მასზე. მშობლების დახმარება დასაფასებელია და ძალიან მამოტივებელია ყველა მონაწილესთვის.

**ნაბიჯი 6**

სტენდზე გაყიდვა ან წარდგენა - Marketday

სტუდენტები ყიდიან თავიანთ პროდუქტს სტენდებზე და იყენებენ თავიანთი გეგმებისა და მოსამზადებელი სამუშაოების შედეგებს (საფეხური 3-დან 5-მდე). წარმატება ძირითადად დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ იქცევიან სტუდენტები და რამდენად მზად არიან იმუშაონ გამოწვევაზე

**ნაბიჯი 7**

საიდუმლო მყიდველის მასწავლებელთა შეფასება (სამუშაო ფურცელი 7)

კოლეგას (ან თქვენ) შეუძლია ეწვიოს სტენდებს და ფარულად შეაფასოს მოსწავლეები. უკეთესი იქნება, თუ კოლეგას, რომელიც იცნობს შინაარსს, შეუძლია ამის გაკეთება, რადგან შეფასება უფრო ბუნებრივი იქნება. ეს შეფასება შეიძლება იყოს კონკურსზე შეფასების ძირითადი დოკუმენტი.

**ნაბიჯი 8**

შედეგების გაანგარიშება

სტუდენტები ითვლიან თავიანთ რეალურ ზარალს ან მოგებას სამუშაო ფურცლის მიხედვით 5. გარდა ამისა, გაანალიზდება და განიხილება მათი წარმოშობის ვარიაციები.



<p>ნაბიჯი 9</p>	<p>თვითშეფასება გაყიდვებზე (სამუშაო ფურცელი 8)</p> <p>გაყიდვების მომზადებისთვის არა მხოლოდ სამუშაო ფურცელი #8 შეიძლება იქნას გამოყენებული. ის ასევე შეიძლება იყოს გამოყენებული თვითშეფასების, თანატოლებისა და მასწავლებლის შეფასების დროს. მას შემდეგ რაც მოსწავლეები შეფასდებიან მასწავლებლის მიერ, მათ შეუძლიათ შეაფასონ საკუთარი თავი, ან სთხოვონ თანაკლასელებს თანატოლების შეფასება. შეიძლება დაგჭირდეთ მათი მხარდაჭერა და მაგალითების მიცემა, თუ მათ არ ესმით კატეგორიები. შეაგროვეთ თვითშეფასებები ბოლოს. ეს ასევე შეიძლება გამოყენებულ იქნას კლასში მნიშვნელოვანი დისკუსიისთვის, რომელიც ეხება სტუდენტის მუშაობასა და გაყიდვების უნარს!</p>
<p>ნაბიჯი 10</p>	<p>თვითშეფასების ერთეულის დასასრული (სამუშაო ფურცელი 9)</p> <p>ინდივიდუალურად გასაკეთებლად: მოსწავლეები აფასებენ საკუთარ თავს.</p> <p>წელა წაიკითხეთ თითოეული ატრიბუტი. მიეცით დრო მოსწავლეებს, რომ დაფიქრდნენ და შეაფასონ საკუთარი თავი შესაბამისი სმაილის შემოხაზვით. შეიძლება საჭირო გახდეს თითოეული ატრიბუტის შემდგომი გარკვევა სტუდენტებისთვის მაგალითის მიცემით (მაგ., შემოიღოთ გავანალიზო, გამოიმუშავეს თუ არა ჩემი იდეა მოგებას და ავუხსნა, როგორ დავაფინანსო ჩემი იდეა. გთხოვთ, კვლავ გააკეთოთ სამუშაო ფურცელი 5 და შეაფასოთ თქვენი მოგების და ზარალის გამოთვლა). დასრულების შემდეგ, შეგიძლიათ შეაგროვოთ ისინი ან გამოიყენოთ საკლასო დისკუსიისთვის.)</p>
<p>ნაბიჯი 11</p>	<p>თვითშეფასება - ასახვა (სამუშაო ფურცელი 10)</p> <p>უნდა გაკეთდეს ინდივიდუალურად ან წყვილებში. დარწმუნდით, რომ წაიკითხეთ თითოეული კითხვა კლასთან ერთად და მიეცით სტუდენტებს დრო, რომ დაწერონ თავიანთი პასუხები. გამოიყენეთ ეს სამუშაო ფურცელი საბოლოო დისკუსიისთვის! ეს სამუშაო ფურცელი შესანიშნავი გზაა მშობლებისთვის იმის საჩვენებლად, რაც მათმა შვილმა ისწავლა!</p>
<p>კონტექსტი ფარგლებში გამოწვევის პროგრამა</p>	<p>გამოწვევა შეიძლება გამოყენებულ იქნას ცალკე ან შეიძლება გაერთიანდეს შემდეგ გამოწვევებთან:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "ნარჩენის ღირებულების გამოწვევა"-ის შედეგად ობიექტის პრეზენტაცია ან გაყიდვა B1.</li> <li>• პოტენციური მომხმარებლების ან დაინტერესებული მხარეების ანალიზი „ემპათიის გამოწვევა“ B1 (ემპათიის რუკა).</li> <li>• (ბიზნესი) იდეის წარდგენა „იდეის გამოწვევის“ B1-ის შედეგის სახით სტენდზე.</li> <li>• პროდუქტების, სერვისებისა და იდეების წარდგენა არა მხოლოდ სტენდზე, არამედ დამატებით წადგენის სახით, შთამაგონებელი ისტორიით, როგორც „Storytelling Challenges“ შედეგი. გთხოვთ იხილოთ შემაჯამებელი PowerPoint პრეზენტაცია დანართში.</li> </ul>

# Lemonade Stand Challenge B1

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



სასარგებლო ზმულები	შემდგომი სასწავლო მასალები (ვიდეოების ჩათვლით): <a href="http://www.youthstart.eu">www.youthstart.eu</a>
მოხმარების პირობები	<p>Youth Start Entrepreneurial Challenge-ის ფარგლებში შემუშავებული ყველა მასალა მასწავლებლებისა და სტუდენტებისთვის ექვემდებარება Creative Commons ლიცენზიას. თქვენ შეგიძლიათ გააზიაროთ ან გაავრცელოთ მასალა ნებისმიერ ფორმატში ან მედიაში სწორი მიკუთვნების (კრედიტის) პირობით. თქვენ არ შეგიძლიათ გამოიყენოთ მასალა კომერციული მიზნებისთვის. თქვენ შეგიძლიათ დაარედაქტიროთ მასალა, მაგრამ შეგიძლიათ გაავრცელოთ იგი მხოლოდ იმავე ლიცენზიით, როგორც ორიგინალური მასალა. ლიცენზიის დეტალებისთვის იხილეთ <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/</a></p> <p>Youth Start Team სიამოვნებით მოისმენს თქვენგან: თუ გასურთ დაუკავშირდეთ ეროვნულ პარტნიორებს და გაიგოთ მეტი მათი შეთავაზებების შესახებ ან მხარი დაუჭიროთ პროექტის განხორციელებას, გთხოვთ, მოგვწეროთ <a href="mailto:office@ifte.at">office@ifte.at</a>.</p>
ავტორთა რედაქტორები	Susanne Spangl und Johannes Lindner (ავტორი), Chadwick V.R. Williams (Autor Assessment), ევა ჯამბორი (რედაქტორი), იოჰანეს ლინდნერი (რედაქტორი)
გრაფიკული დიზაინი	ვალენტინ მეიერჰოფერი (განლაგება), პიტერ სტრომბერგერი (ხატები), ჰელმუტ პოკორნიგი (ილუსტრაციები), სიუზან სპანგლი (Flipcharts)
თარგმანის რედაქცია	Elizabeta Kurshudian & Gvantsa Tabatadze (translation), Ani Kitiashvili (redaction)



# საინფორმაციო ფურცელი 1: Brainwriting (6/3/5)

**მიზანი:** დიდი რაოდენობით იდეების გენერირება.

**განაცხადი:** ჯგუფში იდეების შემუშავება შეზღუდულ დროსა და პოზიტიურ სტრესში

**დაჯგუფება:** ჯგუფში სულ მცირე 4/მაქსიმუმ 8 ადამიანი

**მასალა:** ერთი ფურცელი A4 ფორმატით თითო ადამიანზე წინასწარ შედგენილი ცხრილით (სამი სვეტით და სტრიქონით თითო ჯგუფის წევრზე)

**ხანგრძლივობა:**

მომზადება: A4 ქაღალდის ფურცელზე დაწერა ან დახატვა, შესაძლო შეფერხებების აღმოფხვრა (მაგ. ხმაური, მობილური ტელეფონები)

განხორციელება: 30-დან 45 წუთამდე

შეფასება: შემოქმედებითი პროცედურის შემდეგ ფაზაში!

**განხორციელება:**

- მეთოდის ახსნა: 6 ადამიანმა (ან სულ მცირე 4-დან 8-მდე ადამიანი) უნდა დაწეროს სამი იდეა 5 წუთის განმავლობაში ცხრილის პირველ რიგში და შემდეგ გადასცეს შემდეგ ადამიანს საათის ისრის მიმართულებით. ჯგუფის თითოეული წევრი კითხულობს იდეებს ფურცელზე და შემდეგ ამატებს დამატებით იდეებს ფურცელზე მომდევნო რიგში. ცხრილის ყველა ველის შევსება სავალდებულო არ არის. სიცილი რეკომენდირებულია, მაგრამ კატეგორიულად აკრძალულია ფურცელზე გამოსახულ იდეებზე კომენტარის გაკეთება (უარყოფითად და ხმამაღლა). რაც უფრო მხიარული და ექსცენტრიულია იდეები, მით უკეთესია შემოქმედებითი პროცესი.
- პრობლემის მოგვარება: მაგალითად, "რომელი პროდუქტი, მომსახურება ან იდეა გვსურს წარმოვადგინოთ ან გავყიდოთ სტენდზე?"
- მასწავლებელს ან ჯგუფის მოდერატორს დრო სჭირდება (5 წუთი ან ნაკლები რაუნდში) და ეუბნება ჯგუფის წევრებს, როდესაც მათ უნდა გადასცენ ქაღალდი შემდეგ პირს.
- პროცედურა დასრულებულია, როდესაც ჯგუფის ყველა წევრი კვლავ იღებს თავის თავდაპირველ ქაღალდს.

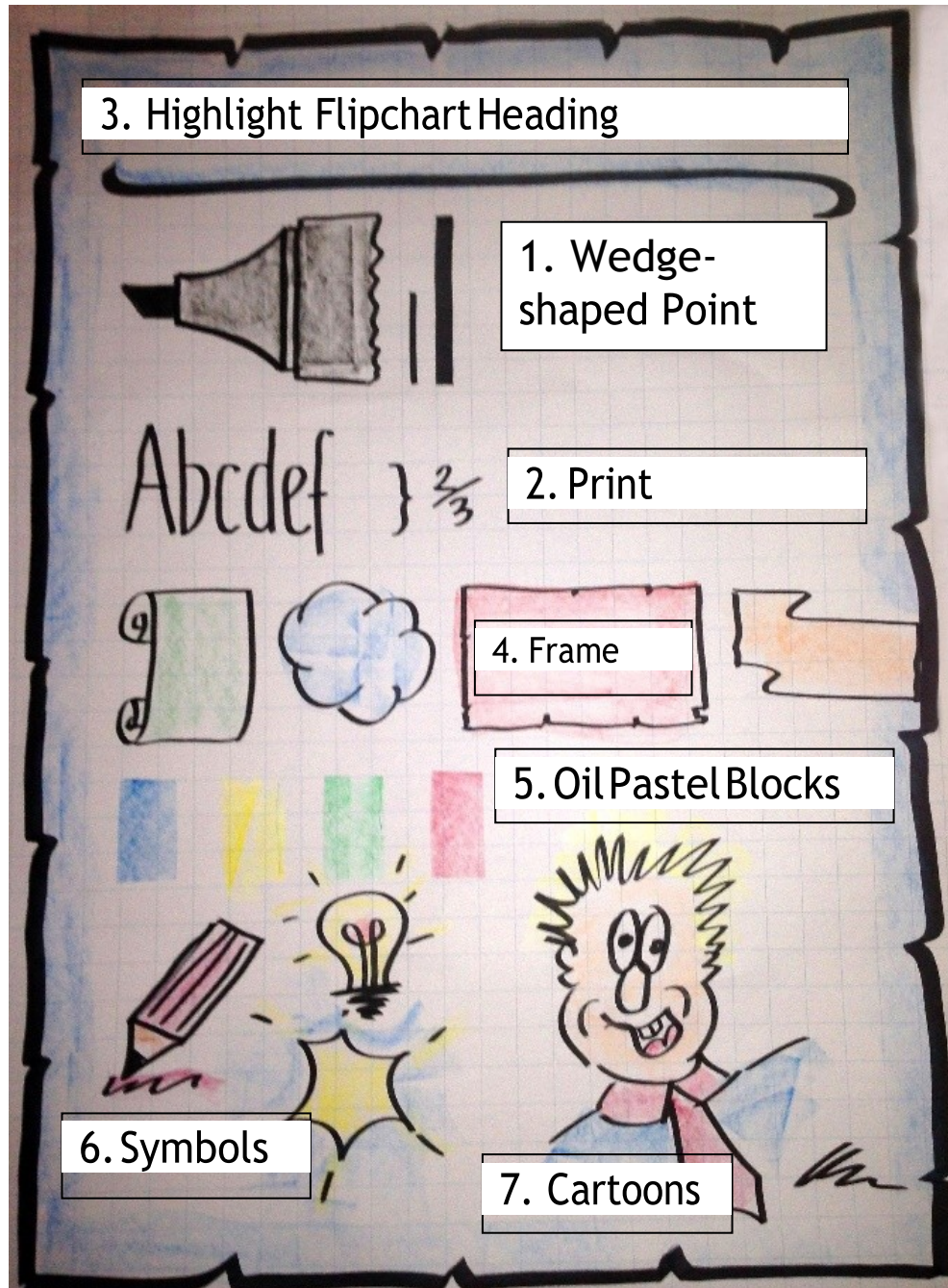
**გადატანა:** მონიშნეთ ძირითადი ტერმინები და გამოიყენეთ ისინი მოგვიანებით შეფასებისთვის

**რჩევები და ხრიკები:** ფრთხილად შეაფასეთ იდეები შემოქმედებითი პროცესის შემდეგ, რადგან "ექსცენტრიუმა" ან "არაპრაქტიკულმა" იდეებმა შეიძლება შთააგონოს სხვებს იდეების ჩამოწერა.





## საინფორმაციო ფურცელი 2: შემოქმედებითი ფლიპჩარტის დიზაინი



# Lemonade Stand Challenge B1

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



**მიზანი:** დამაჯერებელი, შემოქმედებითი და გამორჩეული საპრეზენტაციო მასალის შექმნა

**განაცხადი:** ფლიპჩარტი, პლაკატი, თეთრი მუყაოს ყუთები, მსუბუქი დასაბეჭდი დაფები, ...

**ჯგუფი:** სასწავლო მიზნებისთვის – ინდივიდუალური სამუშაო, დიზაინის მიზნებისთვის – ინდივიდუალური, წყვილში ან ჯგუფური მუშაობა

## მასალა:

საპრეზენტაციო მასალა (მაგ. ერთიდან სამ პოსტერზე თითო ჯგუფში),  
ფლიპჩარტის მარკერები (მინიმუმ ერთი შავი მარკერი თითო ადამიანზე),  
ზეთის პასტელი ბლოკები (თითო ნაკრები თითო ჯგუფში),  
ტექნიკის შესასწავლად თითო ადამიანზე ორიდან სამი A3 ქაღალდის ფურცელი

## ხანგრძლივობა:

ტექნიკის სწავლა: 15-დან 30 წუთამდე

საპრეზენტაციო მედიის შექმნა: დამოკიდებულია ნომერზე და შინაარსზე

## პროცესი:

### ისწავლეთ როგორ შეადგინოთ ფლიპჩარტი:

მასწავლებელი ეტაპობრივად უჩვენებს მოსწავლეებს, თუ როგორ უნდა შეიმუშაონ ფლიპჩარტი და აჩვენოს დიზაინის საჭირო ელემენტები ფლიპჩარტზე;

ა) გამოიყენეთ ფლიპჩარტის მარკერები (წყალზე დაფუძნებული, დამუხტვადი) ასოებისთვის 6 მმ-იანი მაჩვენებლით (საბოლოოდ მარკერები 12 მმ-იანი სოლის ფორმის სათაურისთვის) სქელი (დამაჯერებელი!) და სწორი ხაზებისთვის. ხაზები A3 ქაღალდზე პრაქტიკისთვის. ვარჯიშის დროს მარკერი ოდნავ დახრილად დაიჭირეთ.

ბ) ბეჭდვა: ასოების ზომა დაახლოებით ათჯერ აღემატება ხაზს. აღმავალი და დაღმავალი ასოს ზომის 1/3-ს შეადგენს. ასოები უნდა დაიწეროს რაც შეიძლება ვიწრო, ხოლო სიტყვები ზუსტად უნდა გაიმიჯნოს. ასოების დაწერის ეს მეთოდი ეხმარება ტვინს მნიშვნელობის უფრო სწრაფად ამოცნობაში, მაგრამ საჭიროა გარკვეული ვარჯიში, სანამ ის ნამდვილად კარგად იმუშავებს. მოსწავლეები ვარჯიშობენ, თავიანთ სახელს, გვარს ან სხვა სიტყვას წერენ, სანამ არ დაწერენ ასოებს სათანადოდ.

გ) თითოეულ ფლიპჩარტს აქვს სათაური, რომელიც ხაზგასმულია ან უფრო დიდი ასოებითა და უფრო სქელი მარკერით არის დაწერილი.

დ) ფლიპჩარტი იღებს ჩარჩოს ტექსტის დასრულების შემდეგ, რითაც უფრო მეტ ყურადღებას იპყრობს.

ე) გამოიყენეთ ზეთის პასტელის ბლოკები, რომ სწრაფად გააფერადოთ ფლიპჩარტი, მაგალითად, ჩარჩოს და სათაურის შეღებვა. ასოები იწყებენ ბზინვარებას, როდესაც მათ გარშემო მხოლოდ ქაღალდს აფერადებთ.



## Lemonade Stand Challenge B1

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



ვ) სიმბოლოები საპრეზენტაციო საშუალებაზე უფრო მეტ შთაბეჭდილებას ახდენს, რადგან ტვინი სურათებს უფრო სწრაფად აღიქვამს, ვიდრე სიტყვებს. ყურადღება გამახვილებულია გაცნობიერებაზე; არ არის აუცილებელი ლამაზად დახატვა. თქვენ შეგიძლიათ დახაზოთ იდეის სიმბოლო, ნათურა, ძალიან სწრაფად, თუ დაიწყებთ ხრახნიანი ფუძით, რასაც მოჰყვება მიწოდების მავთულები და ბოლოში ნათურა რამდენიმე სხივით. თქვენ შეგიძლიათ მოაწყოთ შეჯიბრი კლასში და უთხარით მოსწავლეებს, რომ მათ უნდა დახატონ ნათურა, რაც შეიძლება სწრაფად და შემდეგ შედეგი აჩვენონ ხელის აწევით. კონკურსში გამარჯვებულია სტუდენტი, რომელიც პირველად დაასრულებს ნათურას.

- a) მარტივი მულტფილმები ფლიპჩატს უფრო ცოცხალს ხდის. თქვენ იწყებთ თვალებისა და ცხვირისთვის სამი წრის დახატვას ქაღალდზე, შემდეგ დაამატეთ პირი ქვემოთ. ყურები ჰგავს ნომერ სამს. შემდეგ თქვენ დაამატებთ თმას, დანარჩენი სახეს და ტანსაცმლის ნაწილს.

**პლაკატების დიზაინი:** სტუდენტებს ახლა შეუძლიათ დაიწყონ თავიანთი პლაკატების შექმნა სტენდისთვის. ჩამოკიდეთ თქვენი ფლიპჩარტი დიზაინის წესების დაცვით, როგორც თვალსაჩინო მაგალითი სტუდენტებისთვის.

**რჩევები და ხრიკები:** ფლიპჩარტი უნდა იყოს შექმნილი სწრაფად, რადგან ყურადღება გამახვილებულია აღიარებაზე და არა სილამაზეზე. ძალიან ეფექტურია ფლიპჩარტის გაერთიანება PowerPoint პრეზენტაციასთან. გთხოვთ, ლიტერატურაში იპოვოთ დამატებითი მინიშნებები და რჩევები.



# საინფორმაციო ფურცელი 3: გაყიდვების განხილვა

ეს საინფორმაციო ფურცელი შეიცავს გაყიდვების განხილვის მნიშვნელოვანი მინიშნებების შეჯამებას; ის მიჰყვება გაყიდვების განხილვის ძირითად საფეხურებს და ამდენად ტიპურ პროცესს. დამატებით დეტალურ ინფორმაციას ნახავთ გაყიდვების შესახებ განხილვის ლიტერატურაში.

გამყიდველის ენა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. გამყიდველებს უნდა ჰქონდეთ მდიდარი ლექსიკა და აწარმოონ მოლაპარაკებები მარტივად, მოკლედ და თავისუფლად (ანუ გასაგებად). ისინი უნდა მოერგონ მომხმარებლის ენას და გამოხატონ საკუთარი თავი მომხმარებლის თვალსაზრისით (მაგ. „... როგორც შეამჩნევთ...“). გამყიდველებმა თავი უნდა აარიდონ გადაჭარბებულ შეფასებას, ნეგატიურ ასოციაციებსა და შიშის გამომწვევ ფრაზებს (მაგ. სიცოცხლისთვის საშიშროებას). მათ ასევე უარი უნდა თქვან არაარსებით ტექნიკურ ტერმინებზე, უცხო სიტყვებზე, სიტყვების გამეორებასა და ექსტრემალურ დიალექტზე.

გაყიდვების განხილვის ფაზა	მინიშნე ბები
მისაღება და ურთიერთობის დამყარება	<ul style="list-style-type: none"> <li>• მომხმარებელს მიმართ დაუყოვნებლივ, თავაზიანად, ხმამაღლა და მკაფიოდ მისაღება, თვალის კონტაქტის შენარჩუნება და მომხმარებლისკენ მიბრუნება, როგორც პირველი შთაბეჭდილება, მნიშვნელოვანია.</li> <li>• მომხმარებლის მოკითხვა, როცა ემსახურება სხვა ადამიანს.</li> <li>• გამყიდველს შეუძლია მხარი დაუჭიროს პერსონალურ კავშირს, როდესაც ის მეგობრულად რეაგირებს და უახლოვდება მომხმარებელს მისი სახელით. ასევე მნიშვნელოვანია კარგი გარეგნობა (მაგ. ტანსაცმელი, პირადი ჰიგიენა), დამშვიდებული რეაქციები, არავერბალური კონტაქტი (თვალებით კონტაქტი, თავისუფალი პოზა) და აქტიური მოსმენა (მაგ. საუბრის მნიშვნელოვანი შინაარსის გამეორება სიტყვებით).</li> </ul>



<p>მომხმარებელთა საჭიროებების აღიარება</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• გაყიდვების დასაწყისში ისაუბრეთ კითხვების დასმის შესაბამისი ტექნიკის გამოყენებით (მაგ. ღია კითხვები, როგორიცაა როგორ, ვინ, რა, როდის, რატომ, ...) ხელს უწყობს მომხმარებლის მოთხოვნებისა და საჭიროებების, იდეების, პრობლემებისა და მიზნების იდენტიფიცირებას. აქტიური მოსმენა ხელს უწყობს ინფორმაციის სწორად აღქმას.</li> <li>• მომხმარებლები ყურადღებით უნდა დააკვირდნენ ამ ფაზაში (სხეულის ენა). ყველა ინფორმაცია უნდა იყოს განმარტებული და მოქმედებდეს მომხმარებლის საჭიროებების შესაბამისად.</li> </ul>
<p>უფრო დეტალური გამყიდველი:</p> <p>ა) საქონლის დემონსტრირება; ა;</p>	<p>საქონლის დემონსტრირება: გამყიდველებმა უნდა გამოიჩინონ პოზიტიური დამოკიდებულება ობიექტის მიმართ (მოექცნენ მას არა მხოლოდ ფრთხილად, არამედ სიყვარულით). მათ უნდა წარმოადგინონ ის გასაგებად და ჩართონ მომხმარებელი (გადასცემენ ობიექტს შესამოწმებლად, პალპაციით და საცდელად). უფრო მეტიც, მომხმარებელმა უნდა დაადასტუროს (კომპლიმენტი, მაგრამ არა ზედმეტად შექება) და წინააღმდეგობები დადებითად უნდა იქნას განხილული, როგორც ინტერესის ნიშნები.</p>



ბ) საქონლის აღწერა;	<b>საქონლის აღწერა:</b> სამუშაო ფურცელი 6 იძლევა მიმოხილვას, თუ როგორ უნდა მიიღოთ პროფესიული კომპეტენცია.
გ) არგუმენტაცია;	არგუმენტაცია: დადებითად წარმოადგინეთ გაყიდვის ობიექტის უპირატესობები. საუბარია არა მხოლოდ შესაბამისი არგუმენტების მოძიებაზე (განცხადებები უნდა იყოს დასამტკიცებელი (მაგ. პროფესიული სტატიებით), რამდენიმე კარგად დასაბუთებული არგუმენტი უფრო ღირებულია, ვიდრე ბევრი ზედაპირული), არამედ შთაგონებაზე (საუბარი გრძნობებზე - მაგ. მეგობრები აღფრთოვანდებიან თქვენით, როდესაც შარვლის ტარება) და რაციონალიზაცია (მომხმარებელს შეუძლია გაამართლოს თავისი არჩევანი თავის წინააღმდეგ ან მისი მეგობრების წინააღმდეგ - მაგ.: „ლიმონათის გაყიდვის მოგების ნაწილი შემოწირულია“ ან „ლიმონათის ფასი გონივრულია.“). თქვენ შეგიძლიათ გაიმეოროთ მნიშვნელოვანი არგუმენტები გაყიდვების საუბრის დროს სამჯერ. ფუნდამენტურია, რომ თქვენ თქვით ფასი საჭირო დროს - საქონლის სარგებლის კონტექსტში გარემოცული - ისე, რომ მომხმარებელმა არ განიცადოს შოკი ფასის შესახებ. გთხოვთ, დამაჯერებლად მიუთითოთ ფასი და ნუ ეცდებით მის გამართლებას. მომხმარებელი უფრო მეტს ხარჯავს საქონელზე, რომელსაც ის აფასებს. მოერიდეთ ტერმინებს „ძვირი“ და „იაფი“. ფასების არგუმენტაციის შესახებ უფრო დეტალურ ინფორმაციას ნახავთ ეკონომიკურ ლიტერატურაში.
დ) მომხმარებელთა პროტესტი;	მომხმარებელთა წინააღმდეგობის დაძლევა: არსებობს უამრავი სხვადასხვა მეთოდი, რომელიც ეხმარება გამყიდველს, დააბალანსოს მომხმარებელთა წინააღმდეგობები, გადააქციოს ისინი უპირატესობებად ან შეამსუბუქოს ისინი. ამიტომ, თქვენ უნდა იფიქროთ იმაზე, თუ რომელი მომხმარებლის წინააღმდეგი შეიძლება იყოს და როგორ უპასუხოთ მათ სწორად. თქვენ იხილავთ უფრო დეტალურ ინფორმაციას მომხმარებელთა წინააღმდეგობების დამუშავების შესახებ ეკონომიკურ ლიტერატურაში.
გაყიდვების განხილვის დასკვნა	გაყიდვების საუბრის დასასრულს, მომხმარებელს შეიძლება გაუადვილოთ დასკვნის გაკეთება, მაგალითად, ალტერნატივების უკუგდება ან განსაკუთრებით ხელსაყრელი ვერსიების ხაზგასმა, მაგრამ არ უნდა ტოვებდეს ბიძგის/იძილების შთაბეჭდილებას. გამყიდველმა შეიძლება შემოგთავაზოთ დამატებითი და შესაფერისი საქონელი (მაგ. სათანადო ფეხსაცმლის მოვლის პროდუქტი).
გაძლიერება გადაწყვეტილება აბონენტი და დამშვიდობება	დახურვისთვის რეკომენდირებულია არა მხოლოდ აუცილებელი ფორმალობების დასრულება (მაგ. ფულადი ქვითრების გამომუშავება და მიღება გადახდა) არამედ ბოლოს და ბოლოს კლიენტისთვის კომპლიმენტის თქმა მეგობრულად და მისი გაცილება გასასვლელთან. მნიშვნელოვანია მომხმარებლის დახმარება საქონლის შეფუთვასა და შენახვაში იმის უზრუნველსაყოფად, რომ ის ტოვებს გაყიდვების ადგილს პოზიტიური გრძნობით.