



## Челлендж стойка с лимонадом B1

Я умею продавать.

Core Entrepreneurial Education



















### Умение продавать

От идеи через планирование закупки до выставления счета. В ходе этого челленджа школьники узнают на собственном опыте, что необходимо для успешной продажи продукта или услуги. При этом действует правило: максимальный успех при имеющемся бюджете.

## Материалы для учащихся

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

базируется на ТРИО-модели для предпринимательства – [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Core Entrepreneurial Education				Entrepreneurial Culture						Entrepreneurial Civic Education	
	Idea Challenge		Hero Challenge		Empathy Challenge		Storytelling Challenge		Buddy Challenge		My Community Challenge
	My Personal Challenge		Lemonade Stand Challenge		Perspectives Challenge		Trash Value Challenge		Open Door Challenge		Volunteer Challenge
	Real Market Challenge		Start Your Project Challenge		Extreme Challenge		Be A YES Challenge		Expert Challenge		Debate Challenge

ТРИО-модель – это целостное определение понятия предпринимательства, охватывающее три области:

**Core Entrepreneurial Education** означает базовые квалификации предпринимательского мышления и деятельности: развивать собственные инновационные идеи и применять их креативно и структурированно.

**Entrepreneurial Culture** относится к личностному развитию: быть инициативным, верить в себя, проявлять эмпатию и уметь работать в команде, а также подбадривать себя и других.

**Entrepreneurial Civic Education** означает усиление социальной компетенции как гражданина: принимать на себя ответственность за себя, других и окружающий мир.

Каждый челлендж относится к **челлендж-семье**, которая характеризуется пиктограммой и по цвету соотносится с одной из ТРИО-областей. Одна челлендж-семья охватывает несколько челленджей на разных уровнях компетенции. Обозначения, используемые в учебных материалах, относятся к следующим уровням:

A1 – начальная ступень ; A2 – средняя ступень I; B1 и B2 - средняя ступень II; C1 – переходная ступень между средней II и высшей. Каждый следующий уровень базируется на предыдущем.



## Рабочий лист 1: Анализ осуществимости

**Описание:** представленная ниже таблица поможет Вам выбрать объект, продажа или презентация которого будет успешной. Заполните таблицу для каждого объекта, который будет оцениваться и поставьте баллы (4 балла = очень хорошо, 3 балла = хорошо, 2 балла = удовлетворительно, 1 балл = скорее плохо, 0 баллов = очень плохо). Посчитайте в конце сумму баллов. Продукты, получившие хотя бы по одному пункту 0 баллов, должны быть изъяты из оценивания, если ничего не будет предпринято, чтобы исправить ситуацию.

Объект Nr. ...

Сфера	Вопрос	Обоснование	Баллы
Персонал	Достаточно ли человек в школе или вне школы для работы за стойкой и при подготовке?		
Деньги	Имеется ли достаточно средств и других ресурсов для работы?		
Время	Достаточно ли времени в распоряжении сотрудников, чтобы выполнить всю работу, связанную с продажей или презентацией?		
Ноу-хау	Есть ли в школе или вне школы люди, которые знают, как сделать объект для продажи или презентации?		
Стратегия	Соответствует ли объект школьной программе?		
Успех	Можно ли извлечь выгоду из продажи объекта?		
Сумма баллов			



## Рабочий лист 2: Планирование процесса

**Описание:** после того, как стало понятно, какой объект будет продаваться или будет представлен в рамках презентации, необходимо спланировать весь производственный процесс, (а также процесс сбыта). Прежде чем заполнить лист планирования, необходимо разработать **прототип**. Опишите и сделайте фотографии, максимально детально, что, в какой последовательности Вы делали, что вам для этого понадобилось. Чем более детально Вы опишете процесс, тем легче Вам будет в будущем описывать более сложные процессы. Если речь касается еды и напитков, то очень хорошо помогают рецепты из кулинарных книг. Внимание: процесс начинается с закупки необходимых вещей и заканчивается при полной готовности объекта, включая упаковку.

**Пример, изготовление лимонада:**

Необходимо: мытые лимоны с маркировкой био; шаг работы: выжать лимоны; (промежуточный) результат: сок; ответственные: Сузи; время в мин.: 1 минута на лимон

**Совет:** из колонки „Необходимо“ можно легко составить список покупок.

Листок планирования – производственные и рабочие процессы				
Необходимо	Шаг работы	(Промежуточный) результат	Ответственные	Время в мин.



## Рабочий лист 3: планирование целей, время и распределение ответственности

**Описание:** используйте данный контрольный список, чтобы понять, что ничего не забыли. Вы можете внести дополнения в этот список и вычеркнуть то, что не имеет отношения к Вашему объекту. Поставьте галочку, если выполнено (✓). Проконтролируйте перед продажей на стенде (V) и после окончания (A), при этом контроль должен проводиться другим лицом (принцип четырёх глаз).

Контрольный список		✓	V	A
<b>Цели</b>	Есть хотя бы одна сформулированная цель (например: „ 1 апреля 20.. мы продали 350 стаканов с лимонадом и мин. 90 % наших клиентов лимонад очень понравился.“ Или: „ 1 апреля 20.. 80 % или 100% наших посетителей нашли нашу идею классной.“)			
<b>Время</b>	Есть лист с заданиями, содержащий графы деятельность, продолжительность в минутах и ответственные.			
<b>Задачи</b>	Перечень заданий содержит следующее:			
	Планирование организации стенда			
	Всё необходимое для стенда/стойки, например, скатерть			
	Как будет выглядеть стенд/стойка (эскиз)			
	Установка стенда/стойки			
	Поддержание чистоты			
	Уборка мусора			
	Разделение мусора			
	Вывоз мусора			
	Разборка стенда			
	Планирование рекламной акции			
	Оформление рекламы			
	Проведение рекламы			
	Калькуляция стоимости			
	Особенности продажи			
	Изучение потребительских потребностей			
	Проведение тестирования продукции			
	Планирование производства и сбыта			
	Закупка необходимых ресурсов			
	Изготовление продукта			
	Транспортировка к стенду			
	Планирование упаковки			
	Приобретение материалов для упаковки			
	Упаковка			
	Формуляры счетов			
	Презентация и продажа на стойке/стенде			
	Выписывание счетов			
	Записи о ходе продажи (проданный продукт, использованные ресурсы)			
	Подсчёт расходов и выручки			
	Использование полученных денег по договорённости (общая касса класса, пожертвование)			
	Фотографии, показывающие процесс работы			
	Написание отчёта (например, для страницы школы в интернете или для страницы в фейсбук)			



## Рабочий лист 4

### оформление стойки

Оформление стойки/стенда зависит в первую очередь от предлагаемого объекта. Стойка является „большим трёхмерным рекламным плакатом“, который мотивирует покупателя, чтобы он подошёл, посмотрел и купил. В зависимости от размеров и концепции, следующие вещи могут быть полезными. Предлагаемый внизу список не является полным, он лишь предлагает исходную базу для работы.

Используйте предлагаемый список, чтобы определить, что Вы не забыли ничего важного. Вы можете вычеркнуть то, что не относится к Вашему объекту и дополнить, что необходимо.

Поставьте галочку, что выполнено (✓). Проведите контрольный осмотр перед продажей и презентацией (V), а также после окончания (A), при этом контроль проводится другим лицом (принцип четырёх глаз).

Контрольный список для оформления стойки/стенда		✓	V	A
Следование основным правилам	Стенд/стойка хорошо узнаваемы издали.			
	Вызывает любопытство.			
	В презентации говорится о пользе объекта.			
	Беседы с клиентами проводятся хорошо.			
	Продукт хорошо представлен перед продажей.			
	У стенда/стойки хороший дизайн.			
	Дизайн приятен для клиентов.			
	Сотрудники хорошо работают у стенда (продажа, упаковка и чеки).			
	Соблюдение правил пожарной безопасности и других правил.			
Оформление	Плакаты			
	Фото			
	Скатерть			
	Вывески и надписи (например, козырёк)			
	Накладки, крыша			
	Аромат, ароматическая лампа			
	Другие материалы:			
Объекты	Продукты/образцы для презентации			
	Представление идеи			
	Посуда			
	Всё необходимое для сервировки			
	Средства гигиены (например, перчатки)			
	Упаковка			
	Прайслист			
	Описание продукта (внимание, что может вызвать аллергию)			
	Иные материалы:			

# Lemonade Stand Challenge B1

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



		✓	V	A
Для рекламы	Листовки			
	Наклейки			
	Рекламный ролик			
	Рекламный слоган			
	Пробники			
	Иные материалы для рекламы:			
Обустройство стенда	Возможности, чтобы сидеть			
	Стол			
	Витрины и полки			
	Холодильник			
	Сбор мусора			
	Освещение			
	Музыка: музыкальная установка			
	Компьютер, планшет (принтер, ...)			
	Кладовка (полки, ящики, которые можно закрыть, бар)			
	Проектор (ноутбук, планшет, ....)			
Канцелярия	Другие предметы:			
	Для письма			
	Материалы: карандаши, ручки, стирательные резинки			
	Калькулятор			
	Бланки счетов			
	Бейджи			
	Степлер			
	Ножницы			
	Дырокол			
	Скрепки			
	Клей и скотч			
	Линейки			
	Штамп			
	Папки			
	Другие материалы:			
Прочее	Для уборки			
	Сетевой фильтр			
	Аптечка			
	Нитки и иголки			
	Инструменты			
	Другие материалы:			



# Рабочий лист 5:

## Планирование расходов и прибыли

**Описание:** результаты листов 2 - 4 ведут к планированию расходов и прибыли. Учитываются только реальные расходы (например, стоимость материалов для оформления и производства). Рабочая сила (Ваша производительность труда не учитывается), так как все работают на успех предприятия. Не учитываются также расходы, затраты, которые Вы не несёте (например, можно бесплатно пользоваться холодильником, чтобы получить кубики льда).

Вы можете провести подсчёт по варианту минимум, по стандартному варианту и по максимуму.

Внесите расходы согласно выбранному варианту в таблицу или файл Excel. Колонки и строки могут быть расширены, как это необходимо.

Оцените объём продукции, который Вы намереваетесь продать. Подумайте, сколько человек подойдёт к Вашему стенду, сколько сделают покупки. Сумма покрытия покажет Вам, сколько остаётся при выбранной цене при продаже продукта, чтобы покрыть оставшиеся расходы и получить выгоду.

### Вариант-минимум

Расходы согласно списку закупок	Цена	Кол-во	Всего
Сумма расходов			

Прибыль	
Продажная стоимость за шт.	
Проданное кол-во	
Прибыль	
Успех	



## Lemonade Stand Challenge B1

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



### Стандартный вариант

Переменные затраты на	Цена	Кол-во	Всего
Переменные затраты за шт.			
Продажная стоимость за шт.			
Переменные затраты на проданную единицу			
Сумма покрытия за шт.			

### Вариант максимум

Материал	Стои- мость	Под- счёт	Стои- мость	Под- счёт	Стои- мость	Под- счёт
Фактурная цена						
– рабат:						
Цена со скидкой						
+ Фактурные издержки (транспорт, упаковка)						
Фактурная сумма (цена срочной сделки)						
– сконто						
Биржевой курс по кассовым сделкам						
+ Собственные транспортные расходы						
Закупочная цена за количество упаковок						
Необходимое количество						
Закупочная цена за штуку (200 ml стакан/бокал)						

Цена реализации за штуку	
Расходы на материалы за штуку	
<b>Сумма покрытия за штуку</b>	

Проданное количество	
Прибыль	
– Расходы на материалы	
– Иные производственные расходы	
– Расходы за простой	
– Убытки (например, сломанный или испорченный материал)	
<b>Итог</b>	



## Рабочий лист 6

# Информация об объекте

**Описание:** подготовьте в рамках подготовки для беседы, касающейся продажи, точное описание Вашего объекта (продукт, услуга или идея), используйте таблицу.

Продукт	Описание	Ответы, касающиеся проданного или представленного продукта
Производитель	Кто принимал участие в изготовлении?	
Состав	Из чего состоит объект? Есть ли опасные компоненты (например, вызывающие аллергию)?	
Польза	Какая потребность клиентов удовлетворяется?	
Цена	Сколько стоит объект? Это фиксированная цена или может поменяться? Требования со стороны конкурентов?	
Dos	Что можно с этим делать?	
Don'ts	Что с этим делать нельзя?	



# Рабочий лист 7: подготовка к Mystery Shopper (мнимый покупатель)

**Описание:** „Госпожа Муха была здесь“ - можно было бы сказать о Вашей стойке (госпожа Муха издатель из Австрии, которая проверяет, тестирует качество сервиса предлагаемых услуг.). Ознакомьтесь с таблицей оценивания и подготовьтесь к визиту возможных мнимых покупателей.

## Лист оценки для Mystery Shopper

Оценка: 😞 1 = плохо, 😐 2 = удовлетворительно, 😊 3 = на тройку, 😄 4 = очень хорошо, 🌟 5 = отлично

Критерии	Работа выполняется плохо или удовлетворительно	Оцен-ка	Работа выполняется на отлично
<b>1. Оформление стенда</b>			
Профессионализм	Когда проходишь мимо, не видно информации, которая есть на стенде Всё расположено хаотично, без выбора места		Стенд оформлен гармонично, есть идея оформления Corporate Design хорошо узнаваем, тексты и надписи хорошо видны, демонстрационные объекты выставлены как полагается
Творческий подход и реклама	На стенд не обращаешь внимания или он производит неприятное впечатление, рекламный посыл/или USP (Unique Selling Proposition) не понятны или не видны		Стенд отличается с положительной точки зрения от стендов конкурентов Рекламный посыл хорошо понятен
Организация	Хаос и суета (вещи приходится искать, мусор не убирается ...)		Чисто, функционально, хорошо организовано
<b>2. Консультация продавца о преимуществе товара</b>			
Отношение к клиенту	Персоналу на стенде покупатели не интересны, к посетителям не самое приветливое отношение  Посетителей обслуживают как на конвейере  Персонал выглядит неопрятно		Вежливый персонал, приветствие каждого, кто посещает стенд  Персонал отвечает на вопросы посетителей, старается удовлетворить потребности и пожелания посетителей, персонал выглядит опрятно
Знание о товаре, продукте	Персонал не может дать ответы на вопросы, касающиеся продукта, не знает о поставщиках и способах оплаты		Команда может дать полный развернутый ответ на все вопросы, касающиеся продукта (компетентны по вопросам поставок, гарантии, способах оплаты)
Умение вести переговоры	Команда немногословных интровертов		Умение вести переговоры, владеют техникой постановки вопросов, покупатель в курсе цены и качества товара
<b>3. Экономический аспект</b>			
Фактурирование	Счета заполняются неправильно или неполностью Невозможно фактурирование в национальной валюте		Документы (счета) оформляются правильно (для бухгалтерии и налоговой), фактурирование возможно в национальной валюте
Оформление и оплата	Отсутствие знаний о том, как проводится оплата		Полное информирование клиента о способах оплаты. Вся информация есть в чеке или в квитанции
<b>4. Работа с чеками, квитанциями</b>			
Качество документа, прилагаемого к расчётному чеку	Неправильно оформлены документы, клиенты вынуждены долго ждать		Без долгого ожидания клиенты получают правильно оформленные документы



## Рабочий лист 8: самооценка

Оцените себя после проведения консультации о преимуществах товара, поставив подходящий с Вашей точки зрения смайлик!

☹️ 1 = плохо, 😐 2 = удовлетворительно, 😊 3 = не очень хорошо, 😄 4 = очень хорошо, 😊 5 =отлично

Критерии	Работа выполняется плохо или удовлетворительно	Оценка ☹️ 😐 😊 😄 😊					Работа выполняется отлично	Оценка	
<b>1. Язык:</b>							<b>10 %</b>		
Простота	Использовано слишком много узкоспециальных и непонятных слов						Просто и доступно сформулировано		
Краткость и ясность	Длинные формулировки						Кратко и чётко		
Организация	Отсутствие структуры беседы						Логично построенная беседа		
Формальный язык	Неформальные формулировки						По форме		
Аргументация	Негативно и скучно, не слушают						Интересно, слушают		
<b>2. Приветствие</b>							<b>5 %</b>		
Тон	Неприветливый						Приветливый		
Формирование отношения	Только приветствие						Обращение по имени, личный контакт		
<b>3. Выявление спроса</b>							<b>10 %</b>		
6 - открытые вопросы, с вопросительным словом	Не используются						Используются		
Потребности покупателей	Не интересуют						Интересуют		
Потребности покупателей	Не спрашивают, не учитывают						Спрашивают, учитывают		
<b>4. Беседа о преимуществах товара в узком понимании</b>									
<b>4.1 Демонстрация товара</b>							<b>15 %</b>		
Побуждает покупателя	Не смотреть товар						Смотреть товар		
Позитивное отношение к товару	Не убедительно						Убедительно		
<b>4.2 Описание товара</b>							<b>20 %</b>		
Производитель или марка	Не описано						Описано		
Характеристики	Не озвучены						Озвучены		
Использование, Dos und Don'ts	Отсутствие объяснения						Объяснено		
<b>4.3 Аргументация</b>							<b>15 %</b>		
Аргументация	Носит поучительный характер, монолог						В диалоге с покупателем		
Ознакомление с ценой	Озвучивается в конце или начале беседы						Озвучивается в середине беседы		
Аргументация по вопросам цены	Не используется						Используется		
<b>4.4 Возражения клиентов</b>							<b>15 %</b>		
На возражение клиента	Без внимания						Учитываются		
<b>5. Окончание</b>							<b>5 %</b>		
Сигнал, говорящий о покупке	Не реагируют						Реагируют		
<b>6. Прощание</b>							<b>5 %</b>		
Тон	Неприветливый						Приветливый		
Комплимент, похвала покупателю:	Отсутствие						Да, обязательно		
<b>Общее впечатление, общая оценка</b>							<b>100 %</b>		



## а Рабочий лист 9

# Самооценка в конце

**Оцените себя сами! Обведите то количество смайликов, которое считаете нужным.**

1. Мне нравится брать на себя ответственность за выполнение того или иного задания.			
2. При выполнении работы я готов столкнуться с конкуренцией.			
3. Я могу предлагать взвешенные идеи и приводить аргументы в пользу их реализации.			
4. Я вижу шансы и могу их оценить, при этом я не забываю о рисках.			
5. Я могу планировать цели при реализации проекта.			
6. Я могу, умею разрабатывать идеи эффективного маркетинга.			
7. Мои идеи направлены на будущее, они учитывают социальные, экологические и экономические аспекты.			
8. Я могу проанализировать, принесёт ли моя идея прибыль, могу объяснить, каким образом финансировать мою идею.			
9. Я могу рассказать о возможностях экономии, как выбрать самое подходящее.			
10. Я знаю, как при минимальных ресурсах получить максимум.			



# Рабочий лист 10

## Самооценка – рефлексия

Ответьте для себя на эти вопросы, чтобы завершить челлендж.

1. Какие цели Вы перед собой поставили? Вы добились того, что хотели? Почему да или нет?

---

---

2. Назовите три вещи, которым Вы научились в рамках данного челленджа.

---

---

3. Как Вы считаете, после этого челленджа Вы стали лучше продавать? Почему?

---

---

4. Если Вас попросят дать три совета продавцу в магазине одежды, что за советы это будут?

---

---

5. Какие три вещи являются с Вашей точки зрения наиболее важными, когда ведёшь дело?

---

---