

Bilaga: Utbildningens innehåll

Kompetenskriterier utbildningens innehåll delas in i en **generell del** och en **handelsspecifik del**. Kriterierna utgår från den kompetensprofil som tagits fram till handelns valideringsmodell för butikssäljare (markerade med *). Dessa har kompletterats med ett antal ytterligare områden som framkommit i kontakter med utbildningsanordnare och företag.

Generella kompetenser

Samarbetskompetens*	<p>Den som har samarbetskompetens deltar i gruppens arbete och sätter gruppens behov före sina egna. Samarbetskompetensen används i kontakterna både internt och externt. Genom att ge och ta feedback, ta del av andras kunskaper och dela med sig av sina egna visar personen på samarbetskompetens.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Har fokus på arbetsplatsens/arbetslagets gemensamma mål - Är engagerad i arbetsgruppens arbete, en lagspelare - Ser till gruppens behov - Samarbetar med företagets olika intressenter - Ger och tar emot feedback - Delar och tar del av kunskaper och idéer 	<p>Samarbetskompetens handlar om att fungera med andra människor och i en grupp, att vara smidig, lyssna, kommunicera och löser konflikter på ett konstruktivt sätt. Ofta handlar det om samarbete med arbetskamrater, men samarbetsförmågan är också en viktig del av interaktionen med exempelvis kunder och leverantörer.</p> <p>”Försäljning och service förutsätter kontakter och kommunikation mellan människor i olika sammanhang och genom olika kanaler. Utbildningen ska därför utveckla elevernas förmåga att möta och kommunicera med människor i affärs- och medarbetarrelationer såväl inom landet som internationellt.” (examensmål)</p>
Kommunikationskompetens*	<p>Den som har kommunikationskompetens anpassar sitt språk och uttryck till mottagaren, hanterar information på ett lämpligt sätt beroende på situation. Personer med kommunikationskompetens använder sitt kroppsspråk i syfte att stärka interaktionen med andra.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Använder ett vardat språk - Förstår och gör sig förstådd - Anpassar kommunikationen till mottagaren - Anpassar sitt kroppsspråk till olika situationer och människor - Värderar innehåll i information - Söker rätt information utifrån situation - Lämnar information på lämpligt sätt utifrån mottagare 	<p>Med en kommunikationskompetens menas att kunna formulera, dela och ta till sig information. Under utbildningen ska eleverna tränas i att kommunicera muntligt, skriftligt och med hjälp av andra medel. Kommunikationen sker med olika typer av målgrupper på svenska och engelska.</p> <p>”Eleverna ska få möjlighet att formulera och kommunicera synpunkter och budskap både muntligt och skriftligt samt med hjälp av olika medier.” (examensmål)</p>

Hållbarhetskompetens*	<p>Den som har hållbarhetskompetens agerar lojalt med omdöme utifrån arbetsplatsens värdegrund och regler. Personen agerar långsiktigt på ett miljö- och resursmässigt hållbart sätt, för såväl organisation som samhälle.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agerar ärligt, lojalt och med respekt för andra - Använder ett gott omdöme i arbetet - Visar intresse för gemensamma samhälls- och miljöfrågor - Minimerar utsläpp och resursförbrukning - Följer arbetsplatsens värdegrund, regler och rutiner - Är delaktig i arbetsmiljöarbetet på arbetsplatsen - Representerar arbetsplatsen i och utanför företaget 	<p>Under utbildningen ska eleverna få en god uppfattning om de lagar och regler som gäller, samt vad som anses vara rätt och orätt. Utbildningen ska bidra till att eleverna uppfattas som pålitliga medarbetare med god arbetsmoral och hög integritet.</p> <p>”Utbildningen ska utveckla elevernas förmåga att agera på ett etiskt sätt i sin kommande yrkesroll samt att ta ett eget ansvar och agera med omdöme”</p> <p>“Utbildningen ska ge kunskaper om arbetsrätt, arbetsmiljö och diskrimineringsfrågor i arbetslivet.” (examensmål)</p>
Initiativkompetens*	<p>Den som har Initiativkompetens arbetar proaktivt, självständigt under eget ansvar och omsätter idéer till praktisk handling. Personer med initiativkompetens löser de problem som uppkommer i arbetet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tar egna initiativ och handlar spontant - Omsätter idéer till praktisk handling - Agerar utan direktiv - Agerar proaktivt 	<p>Initiativkompetens innebär att ta egna initiativ och kunna omsätta planer i praktisk handling. För detta krävs en stark drivkraft. Under utbildningen får eleverna träna på att planera och hantera hinder under genomförandet av egna aktiviteter.</p> <p>”Den ska också utveckla deras färdigheter i att utföra arbetsuppgifter inom yrkesområden som försäljning, inköp och varuflöden, kommunikation och marknadsföring, kundservice samt affärsutveckling. Utbildningen ska vidare utveckla elevernas kunskaper om entreprenörskap och eget företagande och förbereda eleverna för karriärutveckling inom handelsbranschen” (examensmål)</p>
Organisationskompetens*	<p>Den som har organisationskompetens strukturerar, planerar och följer upp sitt och arbetsplatsens arbete. Personen arbetar på ett ordnat sätt från detalj till helhet och nyttjar tid och resurser effektivt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbetar strukturerat - Planerar vad, när och hur - Ser helheten i arbetet 	<p>Utbildningen ska innehålla moment där eleven får möjlighet att identifiera och hålla ordning på de resurser som krävs för att kunna hantera olika typer av uppgifter.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektmetodik och hur man driver egna projekt inom försäljningsområdet. (ENTENR0) (FÖSPER01)

	<ul style="list-style-type: none"> - Organiserar sitt eget och arbetsplatsens arbete - Håller ordning och reda - Avslutar och följer upp arbetsuppgifter - Rapportera till chef 	<ul style="list-style-type: none"> - Grundläggande mötesteknik, sammanträdesdokument och annan dokumentation. (ENTENR0) - Schemaläggning, varumottagning och organisation av det dagliga arbetet i en butik. (HANAFR0) - Planering, organisering och genomförande av säljarbete. (FÖSPER02) - Vanliga program för kommunikation, informationssökning, text- och bildbehandling, kalkylering och layout. (INFINF01)
Utvecklingskompetens*	<p>Den som har utvecklingskompetens vill utveckla sig själv, sitt arbete och arbetsplatsen. Personen är nyfiken, vill prova och lära nytt. Håller sig uppdaterad, tänker framåt och kan diskutera samhälls- och branschfrågor.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visar nyfikenhet för nya saker - Håller sig uppdaterad kring samhälls- och branschfrågor - Ser framåt, tänker, provar och lär nytt - Utvecklar sig själv, arbetet och arbetsplatsen 	<p>Utvecklingskompetens handlar om att identifiera möjligheter och göra något av dem. Under utbildningen ska eleverna ges möjlighet att lära sig hur de kan skapa och värdera, samt förverkliga och vidareutveckla eller överge idéer inom sitt eget verksamhetsområde.</p> <p>Utvecklingskompetens handlar om individuell utvecklingen. Utbildningen ska göra eleverna medvetna om sina egna inlärningsprocesser och inlärningsbehov så att de kan bygga vidare på befintliga kunskaper och tidigare erfarenheter för att utveckla sin professionella kompetens i ett livslånga lärande.</p> <p>”Eleverna ska vidare utveckla förmågan att diskutera och reflektera över sitt eget lärande utifrån olika arbetsuppgifter och metoder och därigenom förbereda sig för fortsatt lärande i yrkeslivet och få en förståelse av verksamheten och yrkesrollen.” (examensmål)</p>

Handelsspecifika kompetenser

Säljkompetens*	<p>Den som har säljkompetens uppträder engagerat och påverkar andra människor. Personen anpassar arbetstempot utifrån uppkomna situationer. Med energi och drivkraft skapar personen resultat i arbetet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Driver och har energi. - Påverkar andra - Är resultatorienterad - Visar engagemang i det personliga mötet - Anpassar arbetstempo utifrån situation 	<p>Säljkompetens handlar om att vilja påverka andra människor. Under utbildningen får eleverna träna sin förmåga att hantera olika typer av människor och anpassa sitt säljbeteende så att det passar den aktuella kunden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktisk säljkommunikation, till exempel hur produkt demonstrationer kan utföras. (FÖSPER01) - Interaktion och kommunikation i olika kund- och servicesituationer. (FÖSPER01) - ...att formulera mål, planera, prioritera och hantera stress samt strategier för att skapa motivation och drivkraft hos sig själv och andra. (HANAFR0) - Säljpsykologi och kundpsykologi. (FÖSPER01) - Strategier för kundorienterat, målinriktat och framgångsrikt försäljningsarbete. (FÖSPER01) - Hur attityder, värderingar och förhållningssätt kan påverka försäljningssituationer. (FÖSPER01)
Servicekompetens*	<p>Den som har servicekompetens är intresserad av människor och drivs av att vilja hjälpa till. En person med servicekompetens är i kontakten med andra smidig och empatisk. Med denna kompetens har personer lätt att bygga relationer och hitta tillfredsställande lösningar utifrån ett behov.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visar intresse för andra människor - Visar engagemang - Sätter sig in i andras situationer - Ser andras behov och gör behovsanalys - Finns tillhands och hjälper till - Identifierar problem och hittar lösningar - Ställer frågor och bygger relationer 	<p>Servicekompetens innefattar att möta människor av olika slag, ha intresset av att sätta sig in i deras situation och finna lösningar på deras behov och problem. Under utbildningen får eleverna träna sin förmåga att identifiera kunders behov och hjälpa dem till en smidig lösning för att tillfredsställa dessa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kännetecken för målinriktad och kundanpassad service samt hur målinriktad och kundanpassad service kan planeras och genomföras. (FÖSSEV0) - Hur kundbemötande kan anpassas till olika kundtypers förväntningar på bemötande och service vid olika typer av kundmöten samt i olika försäljningskanaler, däribland digitala plattformar. (FÖSSEV0)

Handlarkompetens	<p>Även om de första arbetsuppgifter som eleverna kommer i kontakt med är på en grundläggande nivå, är det viktigt att tidigt börja så frön till ett mer strategiskt tänkande. Utöver konkreta arbetsuppgifter, är det därför viktigt att utbildningen även ger eleverna en övergripande förståelse för hur ett handelsföretag fungerar och skapar affärer.</p> <p>Under utbildningen ska eleverna lära sig att:</p> <ul style="list-style-type: none"> - studera företags omvärld, konsumtionstrender, och kundernas upplevelser, - utforma en affärsmodell och omsätta denna i en marknads- och säljplan, samt - utföra vanligt förekommande detaljhandelsekonomiska beräkningar. 	<p>Efter genomgången utbildning ska eleverna:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kunna göra en enkel omvärldsanalys, se konsumtionstrender och resonera med kunder kring dessa. - kunna fånga kunders uppfattningar och upplevelser genom enklare marknads- och kundundersökningar. - kunna översiktligt beskriva ett företags affärsmodell och/eller servicekoncept. - kunna resonera kring ett handelsföretags profil, målgrupp och sortiment. - känna till olika betalningssystem, betalningssystem och betalningsformer. - kunna göra en enkel marknads- och säljplan i vilken det finns förlag på positionering och hur kontakt med målgruppen sker via olika försäljningskanaler. - kunna använda vanligt förekommande metoder för prissättnings- och lönsamhetskalkyler samt göra enklare riskbedömningar. - kunna beräkna beställningspunkt, omräkningstal, marginal och pålägg, samt andra vanligt förekommande nyckeltal.
Digital kompetens	<p>En allt större del av handeln digitaliseras. Näthandelns andel av den totala handeln ökar. Även i den traditionella handeln används datorer och olika typer av informationsteknologi i allt större utsträckning.</p> <p>Utbildningen ska ge eleverna:</p> <ul style="list-style-type: none"> - färdigheter i att använda IT på ett ”situations-anpassat sätt”. 	<p>Efter genomgången utbildning ska eleverna kunna:</p> <ul style="list-style-type: none"> - använda standardprogram för informationssökning, kommunikation, text- och bildbehandling, registerhantering, kalkylering och layout, - beskriva översiktligt hur ett butiksdatasystem fungerar, - beskriva hur näthandel kan komplettera och ersätta butiker och varuhus, - använda datorstöd i exponerings-, service-, och säljarbetet, och - använda internet och sociala medier i marknadsföringssyfte.

	<ul style="list-style-type: none"> - förståelse för handelns digitala transformation och de utmaningar och möjligheter som är förknippade med den, samt förmågan att formulera ett företags affärsstrategi där hänsyn tagits till digitaliseringens möjligheter och utmaningar. - förståelse för olika kunders beteende och kundresa i det digitala handelslandskapet och kunna använda kunskapen i sitt kundbemötande. - förmåga att bemöta och ge service till kunder på ett medvetet och individanpassat sätt. - förmåga att utveckla en digital marknadsföringsstrategi, göra medvetna kanalval och skapa relevant content i olika sociala medier. 	<ul style="list-style-type: none"> - beskriver huvudsakliga digitala trender som påverkar handeln. - ger exempel på utmaningar och möjligheter som följer av handelns digitala transformation. - beskriver olika försäljningskanaler samt förklara innebörden av begrepp som omnikanaler och plattformar. - ger exempel på utmaningar förknippade med att gå från fysisk till digital handel. - förklarar innebörden av begreppet "kundresa" och ger exempel på digitala "touchpoints"/kontaktytor som kan ingå i kundresan. - ställer relevanta frågor till kunder för att få en bättre förståelse för deras kundresa och ger exempel på hur kundbemötandet kan anpassas till olika kundtyper. - beskriver hur digitaliseringen påverkat kunders krav på service och bemötande. - ger exempel på vad service kan innebära för olika typer av olika kunder. - ger exempel på vilka nya möjligheter till kundbemötande digitaliseringen medfört. - analyserar förväntningarna på bemötande och service hos typkunder i verksamheten. - anpassar kundmöten utifrån en förståelse för olika kunders förväntningar på service och bemötande. - beskriver hur digital marknadsföring skiljer sig från traditionell marknadsföring - redogör för vanligt förekommande kanaler för digital marknadsföring. - beskriver innebörden av sökmotoroptimering.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> - redogöra för olika typer av marknadsföring i sociala medier. - ger exempel på hur marknadsföring i sociala medier kan se ut. - skapar text, bilder och enklare filmer anpassade för sociala medier.
Arbetsmiljö och säkerhet	<p>Det finns en rad frågor som berör arbetsmiljö och säkerhet för kunder, personal och företag inom handels- och tjänstesektorn. Det handlar om ergonomi och arbetsplatsens utformning samt andra fysiska och psykosociala arbetsmiljöfrågor. Vidare behöver eleverna få en inblick i säkerhet och risker i handeln samt hur dessa kan förebyggas genom ett arbete för god inre och yttre säkerhet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Säkerhet och risker i handeln. Förebyggande arbete för att skapa en god arbetsmiljö och inre och yttre säkerhet. (HANAFR0) - Ergonomiska och miljömedvetna arbetssätt i samband med försäljningsarbete. (FÖSPER01) (FÖSPER02)