



Być albo nie być

Podróże

gra symulacyjna

GraSzkoleniowa.pl

Krzysztof Szewczak



GraSzkoleniowa.pl

Copyrights © 2016 GrowinGame Sp. z o.o.

Wszystkie prawa zastrzeżone.

Gra symulacyjna 'Być albo nie być' rozpowszechniana jest przez GrowinGame wraz z licencją. Każdy nabywca gry zobowiązał się w chwili zakupu do przestrzegania jej warunków.

Opracowanie ani żadna jego część nie mogą być przedrukowywane, reprodukowane, ani odczytywane w środkach masowego przekazu bez indywidualnej i pisemnej zgody GrowinGame.

Prawa użytkownika gry do kopiowania jej lub jej części określone są w licencji udzielonej prawowitemu właścicielowi niniejszego opracowania. Rozpowszechniane jakkolwiek metodą poligraficzną lub elektroniczną jest zabronione.

Edycja 3

GrowinGame Sp. z o.o.
www.graszkoleniowa.pl
kontakt@graszkoleniowa.pl

Spis treści

Warunki licencji.....	4
O grze.....	7
Informacje wstępne.....	7
Materiały do gry.....	8
Przebieg standardowej rozgrywki.....	9
Instrukcje szczegółowe.....	9
Etap 1 – Wprowadzenie do gry i przygotowania.....	9
Etap 2 – Rozgrywka.....	10
Etap 3 – Omówienie rozgrywki.....	10
Przykładowe rozgrywki.....	12
Wydruki do gry.....	14
Instrukcja Klienta.....	15
Opis ofert.....	16
Budżety klientów.....	17
Instrukcja Sprzedawcy.....	18
Oferta.....	19
Potwierdzenia transakcji.....	20
Arkusz Obserwatora.....	21
Słownik kompetencji.....	22
Obsługa klienta i sprzedaż.....	23

Warunki licencji

na użytkowanie gry symulacyjnej „Być albo nie być”

Podstawowe definicje

Licencjodawca:

GrowinGame Sp. z o.o., 10-602 Olsztyn, ul. Wincentego Pstrowskiego 14B/4, NIP 739-388-69-25, REGON 364942639, KRS 0000628262, zwana dalej w niniejszej Licencji **GrowinGame**.

Licencjobiorca:

Prawowity nabywca gry symulacyjnej „Być albo nie być” zakupionej za pośrednictwem serwisu internetowego www.graszkoeniowa.pl, wymieniony w stopce niniejszego opracowania, zwany dalej w niniejszej Licencji **Użytkownikiem**.

Licencja

Niniejszy dokument i jego postanowienia.

Dokumentacja

Wszelkie materiały w formie instrukcji i objaśnień przydatnych lub niezbędnych w korzystaniu z przedmiotu Licencji, a do niego dołączone.

§1 Przedmiot Licencji

1. Przedmiotem Licencji, zwanym dalej **Produktem**, jest **gra symulacyjna "Być albo nie być"**. W skład Produktu objętego niniejszą Licencją wchodzi:
 - Dokumentacja - instrukcja użytkowania gry "Być albo nie być"
 - Instrukcje i materiały dla uczestników rozgrywki zapisane w formie elektronicznej.
2. Przedmiot Licencji korzysta z ochrony przewidzianej przepisami prawa autorskiego i oddany w używanie nie oznacza przeniesienia ich i wynikających z nich praw majątkowych na Użytkownika.
3. GrowinGame jest właścicielem majątkowych praw autorskich do Produktu. Jeśli prawa te lub ich części są w posiadaniu osób trzecich, to GrowinGame posiada odpowiednie prawa użytkowe.
4. GrowinGame zezwala Użytkownikowi na korzystanie z Produktu na warunkach niniejszej Licencji.
5. Zakup Produktu oznacza nieodwołalne przyjęcie niniejszej Licencji oraz powoduje, że warunki niniejszej umowy stają się prawnie wiążące.
6. GrowinGame nie upoważnia Użytkownika do udzielania dalszych sublicencji na Produkt.

§2 Prawa i obowiązki Użytkownika

1. Użytkownik ma prawo wielokrotnego i nieograniczonego w czasie używania Produktu dla własnych potrzeb zgodnie z jego funkcjami. Nie ma prawa płatnego rozpowszechniania powielonego Produktu i jego Dokumentacji.
2. Użytkownik nie ma prawa wypożyczenia lub najmu Produktu i jego Dokumentacji lub ich kopii, ani publicznego ich udostępniania.
3. Użytkownik ma prawo powielania wybranych części Produktu jedynie w celu przekazania ich uczestnikom, prowadzonych przez Licencjobiorcę stacjonarnych zajęć edukacyjnych. Prawo to dotyczy części Produktu wskazanych w Dokumentacji jako materiały do gry, do wydruku dla uczestników rozgrywki. Prawo to nie dotyczy szkoleń typu e-learning, ani innych zajęć edukacyjnych w formie zdalnej.
4. Użytkownik ma obowiązek ochrony swego egzemplarza Produktu i jego Dokumentacji przed wykonaniem kopii przez niepowołane osoby trzecie.

5. Produkt i każda jego część zawierają notatkę „Copyrights: GrowinGame Sp. z o.o.” oraz adnotację dotyczącą Licencji. Użytkownik jest zobowiązany, aby razem z każdą kopią przekazywaną uczestnikom jego zajęć przejąć i zamieścić ten zapis w niezmienionej formie. Użytkownik ma prawo umieścić na tych kopiach swój znak handlowy.
6. Niniejsza Licencja upoważnia do korzystania przez Użytkownika z nazwy handlowej "GrowinGame" w celach promowania jego zajęć edukacyjnych, podczas których wykorzystuje Produkt.
7. Jeśli GrowinGame uzna, że sposób, materiały lub środki promocyjne wykorzystane przez Użytkownika godzą w dobra GrowinGame, GrowinGame poinformuje Użytkownika o cofnięciu upoważnienia do używania nazwy handlowej. Użytkownik jest wówczas zobowiązany do niezwłocznego wycofania nazwy handlowej GrowinGame z wszelkich materiałów i środków promocyjnych oraz zaprzestania jej używania w przyszłości.
8. Niniejsza Licencja nie stanowi upoważnienia do korzystania ze znaków towarowych, znaków usługowych ani nazwy handlowej GrowinGame w zakresie innym niż przewidziany w §2 podpunktami 5, 6 i 7.
9. Użytkownik ma prawo dokonywania zmian w Produkcie jedynie na własny użytek, z wyjątkiem notatki, o której mowa w §2, podpunkcie 5. Ma prawo powielania zmienionego Produktu wyłącznie na takich samych zasadach, jak dla produktu dostarczanego przez GrowinGame i opisanych w niniejszej Licencji. Nie ma prawa płatnego rozpowszechniania zmienionego Produktu i jego Dokumentacji.
10. W przypadku dokonania w Produkcie zmian przewidzianych w §2 podpunktem nr 9 Użytkownik ma obowiązek naniesienia na kopie przewidziane w §2 podpunktem nr 3 wyraźnie widocznej adnotacji o dokonaniu modyfikacji własnej.
11. W przypadku zakupu Produktu z licencją Osobistą, w stopce każdej strony Produktu wymienione będzie imię i nazwisko prawowitego Użytkownika. Użytkownik nie ma prawa użyczenia i udostępniania Produktu osobom trzecim w celu wykorzystania go w imieniu Użytkownika.
12. W przypadku zakupu Produktu z licencją Firmową, w stopce każdej strony Produktu wymieniona będzie nazwa firmy, jako prawowitego Użytkownika. Użytkownik taki ma prawo nieodpłatnego użyczenia i udostępniania Produktu osobom trzecim, zwanym dalej Wykonawcą, w celu wykorzystania go w imieniu Użytkownika, jeżeli spełni łącznie wszystkie następujące warunki:
 - zachowana będzie na kopiach, przewidzianych w §2 podpunktem nr 3, nazwa Użytkownika potwierdzająca związek Wykonawcy z Użytkownikiem,
 - pomiędzy Użytkownikiem a Wykonawcą będzie podpisana umowa przewidziana przepisami kodeksu handlowego, cywilnego lub prawa pracy, potwierdzająca prawo Wykonawcy do prowadzenia zajęć edukacyjnych w imieniu Użytkownika,
 - Użytkownik upewni się, że Wykonawca zapoznał się z zasadami niniejszej Licencji, akceptuje i zobowiązuje się je przestrzegać.
13. Wykonawca nie jest tożsamy z Użytkownikiem, któremu udzielana jest Licencja i nie nabywa żadnych praw do Produktu prócz tych, przewidzianych w §2, podpunkcie nr 12.

§3 Zbycie praw do Licencji

1. Licencjodawca nie uzyskuje prawa do odsprzedaży praw do licencji innemu podmiotowi.

§4 Naruszenie warunków Licencji

1. Naruszenie przez Użytkownika warunków Licencji powoduje unieważnienie Licencji i daje GrowinGame prawo żądania:
 - zaprzestania dalszego używania Produktu,
 - zniszczenia lub zwrócenia wszystkich kopii Produktu i jego Dokumentacji bez zwrotu kosztu ich zakupu,
 - odszkodowania finansowego w wysokości uzależnionej od wyceny strat, wykonanej przez GrowinGame.

2. Jeśli wyrok sądowy lub jakakolwiek inna przyczyna, czy siła wyższa narzuca Użytkownikowi działania niezgodne z zasadami niniejszej Licencji, Użytkownik zobowiązany jest zaprzestać używania Produktu.

§5 Wyłącznie odpowiedzialności

1. GrowinGame nie ponosi odpowiedzialności materialnej za jakiegokolwiek szkody lub straty Użytkownika związane z użytkowaniem Produktu objętego Licencją.
2. GrowinGame ponosi odpowiedzialność zgodnie z ustawowymi przepisami regulującymi kwestie odpowiedzialności za Produkt w zakresie, w jakim te przepisy znajdują zastosowanie wobec Produktu.

§6 Pozostałe postanowienia

1. Jeżeli jakiegokolwiek postanowienie niniejszej Licencji okaże się nieważne lub niewykonalne na gruncie obowiązującego prawa, pozostanie to bez względu na ważność lub wykonalność pozostałych postanowień i Licencji jako całości.
2. W zakresie nieuregulowanym warunkami Licencji mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego i Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
3. Wszelkie spory sądowe związane z interpretacją niniejszej Licencji, wynikłe między GrowinGame a Użytkownikiem lub Wykonawcą podlegają wyłącznej jurysdykcji sądu właściwego dla siedziby prowadzenia przez GrowinGame działalności gospodarczej.

O grze

„Być albo nie być” to gra symulacyjna, w której uczestnicy zmierzają się z wyzwaniami sprzedaży różnego rodzaju produktów. To gra, w której każdy może zostać idealnym sprzedawcą, ale i każdy klient może wybrać sobie sprzedawcę.

„Być albo nie być” jest doświadczeniem, w którym handel zamienia się w wyzwania prowadzące do wypracowania najlepszych praktyk i standardów w obsłudze klienta.

Informacje wstępne

Cele:

- Uświadomienie, że standardy obsługi i sprzedaży są ważne i warto je tworzyć.
- Uświadomienie, jakie kompetencje są ważne w sprzedaży oraz obsłudze klienta i mogą być przedmiotem rozwoju.

Liczba uczestników:

Minimalna: 8

Maksymalna: 20

Optymalna: 12-16

Orientacyjny czas gry z omówieniem:

1,5 - 2 godz. w zależności od liczby uczestników.

Materiały do gry

Do przeprowadzenia gry będą potrzebne następujące wydruki:

Instrukcja Klienta

Instrukcja wprowadzająca uczestników w rolę Klienta (po 1 na każdą osobę z rolą Klienta).

Opis ofert

Krótki opis ofert dostępnych na rynku i podstawowe informacje na ich temat dostępne dla Klientów (po 1 na każdą osobę z rolą Klienta).

Budżety klientów

Karty do losowania przez klientów budżetu przeznaczonego na wykupienie podróży (1 kopia, do rozcięcia).

Instrukcja Sprzedawcy

Instrukcja wprowadzająca uczestników w rolę Sprzedawcy (po 1 na każdą osobę z rolą Sprzedawcy).

Oferta

Oferta dostępnych podróży oraz dodatkowych opcji do nich. Dysponują nią Sprzedawcy (po 1 na każdą osobę z rolą Sprzedawcy).

Potwierdzenia transakcji

Formularz wypełniany na potwierdzenie dokonania zakupu. Pomocny w wyłonieniu zwycięzców (po 1 komplecie – kopia Klienta + kopia Sprzedawcy - na każdą osobę z rolą Sprzedawcy, do rozcięcia).

Arkusze Obserwatora

Krótki formularz możliwy do wykorzystania w grze (patrz [Przykładowe Rozgrywki](#)). Warto przygotować kilka kopii na wszelki wypadek.

Słownik kompetencji

Opis kompetencji Sprzedawcy wspieranych przez grę (ewentualnie 1 kopia dla osoby prowadzącej grę).

Przebieg standardowej rozgrywki

Gra symulacyjna „Być albo nie być” została zaprojektowana i przetestowana w wersji przedstawionej w niniejszej dokumentacji. W przypadku braku doświadczenia w projektowaniu gier symulacyjnych, zalecam powstrzymanie się od dokonywania samodzielnych modyfikacji. Wszelkie zmiany w grze dokonywane są na własną odpowiedzialność.

W szczególności dotyczy to wszystkich danych liczbowych i szczegółów zawartych w materiałach drukowanych. Zostały one tak połączone, że zmiana którychkolwiek z nich może powodować znaczące błędy w logice i mechanice gry - a tym samym powodować komplikacje w trakcie rozgrywki, z utratą sensu gry łącznie.

Instrukcje szczegółowe

Niniejsze opracowanie nie obejmuje etapu integracji uczestników. Zakładam, że zadbasz o to we własnym zakresie. Pamiętaj - poziom zintegrowania uczestników oraz ich wzajemnego zaufania jest szczególnie ważny z punktu widzenia jakości rozgrywki i wypracowywanych wniosków. Nie zalecam stosowania gry (tej i jakichkolwiek innych) bez wcześniejszego zapoznania się uczestników oraz przeprowadzenia modułu integracyjnego.

Etap 1 - Wprowadzenie do gry i przygotowania

(około 15-20 minut)

Zaproś uczestników do gry i przekaz im następujące informacje wprowadzające, np.:

„Sytuacja biur podróży w ostatnich czasach uległa poważnym zmianom. Nowa, zagraniczna firma weszła z wielkim kapitałem dominując rynek, niemal całkowicie wypierając inne. Dodatkowo oferta dotychczasowych firm jest niemal identyczna.

Walczące o przetrwanie biura podróży prześcigają się między sobą na wszystkie sposoby, aby podnieść sprzedaż i pozostać w grze. Jest to ich „Być albo nie być”.

Dla klientów to dobry czas na zakup wycieczek. Dla sprzedawców natomiast świetny moment aby wybić się wśród innych sprzedawców.

Za chwilę wcielicie się w sprzedawców i klientów.”

Wymieszaj Instrukcje Klienta i Instrukcje Sprzedawcy w ilości odpowiadającej liczbie uczestników. W przypadku nieparzystej liczby uczestników podziel ich tak, aby Sprzedawców było więcej niż Klientów.

Poproś uczestników o wylosowanie jednej z instrukcji, a tym samym swojej roli w grze. Zaznacz, aby od tej pory, w trakcie omówienia, uczestnicy nie pokazywali sobie nawzajem otrzymanych kart.

Treść dostępna w pełnej wersji gry

Etap 2 - Rozgrywka

(do 45 minut)

Treść dostępna w pełnej wersji gry

Etap 3 - Omówienie rozgrywki

Emocje, które wywołuje gra mogą utrudnić przeprowadzenie omówienia. Dlatego zanim do niego przystąpisz koniecznym może się okazać wcześniejsze wyprowadzenie uczestników z ról przyjętych w rozgrywce. Dlatego tak ważne jest, aby uczestnicy mieli czas na wypowiedzenie swoich wrażeń. Później możesz skorzystać z przykładowych pytań:

*Na ile ta gra jest podobna do tego, z czym spotykacie się na co dzień w pracy?
Jakie podobne aspekty handlu możecie spotkać na co dzień?*

W celu usystematyzowania omówienia rozgrywki możesz zadać uczestnikom pytania wybrane z poniższego zestawu. Możesz także sformułować własne pytania, adekwatne do przeprowadzonej rozgrywki, na podstawie dostępnych opisów kompetencji i własnych obserwacji.

Wstępne:

- Jakie macie wrażenia po rozgrywce?

Kierowane do Sprzedawców:

- *Co sprawiało Wam trudność podczas sprzedaży?*
- *Co pomagało Wam sprzedawać?*
- *Jakie zachowania klientów odebraliście pozytywnie, a jakie negatywnie?*

Kierowane do Klientów:

- *Jakie trudności napotykaliście podczas zakupów?*
- *Jakie zachowania sprzedawców odebraliście pozytywnie, a jakie warto zmienić?*
- *Dlaczego kupiliście od sprzedawców, od których kupiliście? Co wpłynęło na Wasze decyzje?*
- *Jaki wpływ na Waszą decyzję miała nazwa danego produktu?*

Uogólniające:

- *Jakie wnioski z dzisiejszej gry można by było zastosować w praktyce w handlu?*
- *Od czego Waszym zdaniem zależy skuteczna sprzedaż?*
- *Czego się dzisiaj nauczyliście? W czym się utwierdziliście? W czym zmieniliście zdanie?*
- *Co z dzisiejszej gry, jakie wnioski, możecie przenieść do swojej pracy lub życia osobistego?*

Grę warto podsumować również ogólnym odniesieniem do standardów obsługi klienta. Możesz wykorzystać w tym celu poniższe sformułowanie:

„Zwróćcie uwagę, że osoby, które były Klientami zauważyły różne zachowania Sprzedawców, które ułatwiały sprzedaż (czy też zakup), ale także takie, które zniechęcały do zakupu, czy też nawet rozmowy ze Sprzedawcą. Omawiając grę stworzyliśmy więc pewien zbiór zachowań pożądanych i niepożądanych w pracy Sprzedawcy - mówiąc inaczej skutecznych i nieskutecznych. Warto więc wypracować taki standard obsługi Klienta, do którego będziecie mogli sięgać w Waszej pracy.”

Gra oraz takie podsumowanie jest idealnym punktem wyjścia do opracowania standardu obsługi klienta dopasowanego do danej grupy uczestników lub firmy.

Przykładowe rozgrywki

Wielu sprzedawców może samodzielnie aranżować sobie przestrzeń robiąc kolorowe plansze, rysując na ofercie przykłady. Wielu, w przypadku dostępnego na sali cateringu, częstuje klientów kawą i herbatą na początku rozmowy, albo umila w ten sposób oczekiwanie klientów w kolejce do nich.

Przygotuj się na takie sytuacje i pozwalaj uczestnikom na ich inwencję. Efekty bywają czasami naprawdę zaskakujące i idealnie nadają się do omówienia po rozgrywce. Dobrym rozwiązaniem jest zaopatrzenie się w dodatkowe czyste kartki i kolorowe mazaki, do wykorzystania przez uczestników gry.

Wielu sprzedawców wybija się swoją kreatywnością oferując do sprzedawanych produktów fikcyjne dodatki.

Ważnym elementem jest wymyślanie przez uczestników nazw sprzedawanych produktów, nazw swoich biur. Mogą one być przeniesione z realnego rynku. Dzięki temu możesz omówić wpływ nazwy i jej znajomości na wybór Klienta.

Wielu sprzedawców pozwala na ustawianie się do nich kolejek. Aranżują wtedy „poczekalnie” i próbują zadowolić kilku klientów naraz - nie zawsze z pozytywnym skutkiem.

Bardzo kreatywni Sprzedawcy mogą próbować sprzedawać produkt łącznie ze wszystkimi dodatkami jako wersję podstawową. Dopiero po wątpliwościach klienta na temat ceny schodzą z niej wykreślając poszczególne dodatki.

W trakcie rozgrywki może się zdarzyć, że któryś z Klientów dokona kupna przed końcem czasu. Biorąc pod uwagę, że nie może dokonać kolejnego zakupu, może pozostać z boku bez żadnego celu. W takim przypadku poproś go o obserwację dalszej części rozgrywki i notowanie spostrzeżeń w [Arkuszu Obserwatora](#).

Przykładowe wnioski i wypowiedzi - na podstawie gry „Być albo nie być” w wersji „Auta”

Przykładowe wypowiedzi uczestników po grze oraz wnioski:

- Kiedyś myślałam, że brak wiedzy o produkcie można nadrobić umiejętnościami, ale teraz wiem, że wiedza merytoryczna o produkcie jest niezwykle ważna. Daje zapas pewności siebie.
- W sprzedaży kluczowa jest elastyczność i szybkość reakcji sprzedawcy na zachowanie klienta.
- Wiedza o produkcie pozwala zadać kluczowe pytania, jest więc kluczem do dalszej rozmowy z Klientem.
- Sytuacja kupna-sprzedaży jest dla mnie wyzwaniem.
- Kupujący musi mieć wiedzę na temat produktów, aby nie dać się oszukać.
- Każdy klient jest inny.
- Trudno jest być sprzedawcą.
- Wiedza o produkcie ułatwia dostosowanie oferty do potrzeb klienta.
- Przy skutecznej sprzedaży ważna jest marka produktu.
- Potrzeby Klienta mogą zmieniać się w trakcie rozmowy. Dobry sprzedawca potrafi uświadomić ważne dla Klienta aspekty produktu, o których wcześniej nie myślał.
- Rozmawiając ze Sprzedawcą zastanawiałam się czy nie kłamie.
- Sprzedawca jest ograniczony ceną, ofertą i polityką firmy, dlatego musi umiejętnie dobrać możliwą ofertę do potrzeb Klienta.
- Cena produktu jest istotna, ale o sprzedaży decydują umiejętności Sprzedawcy.
- Trzeba skupić się na relacji z Klientem.

- Ważna jest wiarygodność Sprzedawcy.
- W kontakcie z Klientem trzeba mieć cel i trzymać się go przy negocjacjach. Nie warto ulegać presji Klienta.
- Często Sprzedawca jest traktowany jako “gorszy” przez klienta, ale czasami także sam o sobie tak myśli. Nie należy koncentrować na tym, że trzeba sprzedać, tylko należy traktować siebie jako osobę z wiedzą, świadczącą usługę. Handel to sprzedaż informacji - jesteśmy doradcami. Nie każdy Klient to sprzedaż.
- Kupiłam od tego Sprzedawcy bo miałam przekonanie, że dał mi najlepszą ofertę.
- Często o dokonaniu sprzedaży decyduje chemia między Sprzedawcą a Klientem.

Przykładowe zachowania Sprzedawców ocenione pozytywnie przez Kupujących:

- Pokazywanie oferty (nie ukrywanie cen).
- Demonstrowanie produktu.
- Utrzymywanie kontaktu wzrokowego.
- Uściśnięcie dłoni.
- Analizowanie potrzeb Klienta.
- Zrozumienie potrzeb Klienta.
- Pokazywanie korzyści z oferty.
- Dopytywanie.
- Pozostawianie wyboru.
- Wykazywanie się wiedzą fachową.
- Porównywanie produktów i przedstawianie własnych opinii.
- Odwoływanie się do wcześniej określonych potrzeb Klienta.
- Utwierdzanie w słuszności wyboru.
- Przyjazna i otwarta postawa oraz budowanie takiej atmosfery.

Przykładowe zachowania Sprzedawców ocenione negatywnie przez Kupujących:

- Nie znalezienie czasu na obsługę Klienta.
- Ukrywanie oferty.
- Wykazywanie się brakiem wiedzy o produktach.
- Namawianie do drogiego produktu (klient nie dysponował odpowiednią kwotą).
- Zagadywanie.

Wydruki do gry

Instrukcja Klienta

Sytuacja Biur podróży w ostatnich czasach uległa poważnym zmianom. Nowa, zagraniczna firma weszła z wielkim kapitałem dominując rynek, niemal całkowicie wypierając inne. Dodatkowo oferta dotychczasowych firm jest niemal identyczna.

Walczące o przetrwanie Biura podróży prześcigają się między sobą na wszystkie sposoby, aby podnieść sprzedaż i pozostać w grze. To świetny moment na wyjazd. Już od dawna myślałeś(aś) o urlopie.

Za chwilę będziesz mieć okazję porozmawiania ze sprzedawcami. Możesz kupić wyjazd w dowolnym momencie, w czasie trwania rozgrywki, od któregośkolwiek z nich. Nie masz jednak na to zbyt wiele czasu. Pamiętaj więc, że w trakcie gry możesz porozmawiać jedynie z 3 wybranymi przez Ciebie sprzedawcami!

Przygotuj się do transakcji i wybierz poniżej maksymalnie 3 cechy wycieczki, na których najbardziej Ci zależy.

Treść dostępna w pełnej wersji gry

Opis ofert

Treść dostępna w pełnej wersji gry



Budżety klientów

Treść dostępna w pełnej wersji gry

Instrukcja Sprzedawcy

Sytuacja Biur podróży w ostatnich czasach uległa poważnym zmianom. Nowa, zagraniczna firma weszła z wielkim kapitałem dominując rynek, niemal całkowicie wypierając inne. Dodatkowo oferta dotychczasowych firm jest niemal identyczna.

Walczące o przetrwanie Biura podróży prześcigają się między sobą na wszystkie sposoby, aby podnieść sprzedaż i pozostać w grze. Rekrutują najlepszych handlowców z różnych branż. Ty także trafisz do nowej firmy właśnie w ten sposób. To świetny moment, aby wybić się wśród innych sprzedawców.

Za chwilę będziesz mieć okazję porozmawiania z klientami. Mogą oni kupić wycieczkę w dowolnym momencie, w czasie trwania rozgrywki, od któregośkolwiek z Was - Sprzedawców. Możesz więc sprzedać wiele wyjazdów, ale różnym klientom (każdy klient może kupić tylko 1). Przygotuj się do ewentualnych transakcji i zapoznaj się z dostępnymi produktami.

Twoim zadaniem jest sprzedaż wycieczek w taki sposób, aby podnieść udział firmy w rynku, zyski, no i oczywiście swoją prowizję.

Cel : Uzyskaj jak najwyższą łączną marżę ze sprzedanych wycieczek.

Treść dostępna w pełnej wersji gry

Oferta

Treść dostępna w pełnej wersji gry



Potwierdzenia transakcji

Potwierdzenie transakcji		Kopia Sprzedawcy	
Produkt		Cena bazowa	1
		Cena przed rabatami	
-			
-			
-			



Potwierdzenie transakcji		Kopia Klienta	
Produkt		-	-
		-	-
-		-	-
		-	-
-		-	-
		-	-
-		-	-
		-	-

Arkusze Obserwatora

Jakie zachowania Sprzedawców przybliżają ich do sprzedaży?

Jakie zachowanie? Czyje? W jakiej sytuacji?

Jakie zachowania Sprzedawców oddalają ich od sprzedaży?

Jakie zachowanie? Czyje? W jakiej sytuacji?

Inne obserwacje

Jakie zachowanie? Czyje? W jakiej sytuacji?

Słownik kompetencji

Poziomy oceny kompetencji:

G	Gotowy - Kompetencja przyswojona w stopniu podstawowym, wymagająca dalszego wsparcia w jej rozwoju.
R	Rokujący - Kompetencja przyswojona w stopniu dobrym, wymagająca wsparcia w sytuacjach nowych lub niestandardowych.
O	Opiniotwórczy - Kompetencja przyswojona w stopniu bardzo dobrym, pozwalającym na w pełni samodzielne działanie oraz uczenie innych w tym obszarze.
W	Wybitny - Kompetencja przyswojona w stopniu ponadprzeciętnym, umożliwiającym kreatywne z niej korzystanie i rozwijanie dziedziny, której dotyczy.

Obsługa klienta i sprzedaż

Komunikowanie się z Klientem w celu rozpoznania jego potrzeb zakupowych, prezentacji oferty, radzenia sobie z obiekcjami i dokonania transakcji, a także utrzymania Klienta po dokonanym zakupie.

G	<ul style="list-style-type: none">• Słucha Klienta nie przerywając jego wypowiedzi.• Jasno przekazuje proste informacje.• Odpowiada na pytania klienta.• Zadaje pytania na temat potrzeb klienta określone przez klucz lub schemat.• Prezentuje pełną, aktualnie dostępną ofertę.• Przedstawia wszystkie szczegóły produktu lub usługi.• Słucha cierpliwie obiekcji Klienta i nawiązuje do nich w rozmowie.• Pobiera dane niezbędne do dokonania sprzedaży.
R	<ul style="list-style-type: none">• Sprawdza swoje zrozumienie wypowiedzi Klienta prosząc o potwierdzenie lub parafrazując.• Potwierdza opinie konkretnymi danymi i faktami.• Dobiera styl wypowiedzi adekwatnie do rozmówcy.• Monitoruje satysfakcję klienta z udzielanych informacji.• Przedstawia fachową wiedzę o produkcie lub usłudze.• Prezentując produkt lub usługę podkreśla korzyści Klienta związane z zakupem.• Zachęca Klienta do zgłaszania obiekcji, traktując je jako oznakę zainteresowania.• Utwierdza Klienta w jego decyzji zakupu.• Utrzymuje kontakt z klientem także po zakupie.
O	<ul style="list-style-type: none">• Wygłasza własne opinie o sytuacji lub produkcie/usłudze.• Uwzględnia wiele perspektyw zagadnienia przy omawianiu go.• Przewiduje potrzeby klienta i adekwatnie dostosowuje zadawane pytania.• Prezentuje Klientowi oferty przygotowane na podstawie jego potrzeb.• Prezentując Klientowi produkt lub usługę omawia ich cechy oraz wynikające z nich korzyści.• Wykazuje zrozumienie dla obiekcji Klienta, dając do zrozumienia, że są dla niego ważne.• Podsumowuje korzyści Klienta wynikające z zakupu.• Okresowo sprawdza zadowolenie klienta z produktu lub usługi.
W	<ul style="list-style-type: none">• Dostosowuje przekazywane informacje uwzględniając wiele czynników sytuacyjnych (np. czas, miejsce, problem).• Łączy informacje uzyskane od Klienta uświadamiając mu jego przyszłe potrzeby związane z produktem lub usługą.• Omawia z Klientem ofertę odpowiadającą jego wymaganiom jednocześnie wzbudzając zainteresowanie dodatkowymi propozycjami.• Rozróżnia różne typy obiekcji, wyjaśnia je lub równoważy potencjalnym zyskiem.• Korzysta z technik sprzedaży w celu sfinalizowania transakcji na korzystnych dla obu stron warunkach.• Przewiduje przyszłe potrzeby klienta i proponuje mu na tej podstawie nowe rozwiązania.