



Del 2 Grundläggande affärsförståelse

Introduktion för Läraren

Välkommen till kursdelen om Grundläggande Affärsförståelse. I denna del kommer vi att fokusera på Affärskartan - ett verktyg designat för att ge en övergripande bild av en affärs många aspekter. Genom en serie av lektioner kommer vi att utforska varje del av Affärskartan för att förstå hur de bidrar till framgångsrik affärsplanering och strategiskt beslutsfattande. Varje lektion är utformad för att vara interaktiv och att uppmuntra eleverna till kritiskt tänkande och tillämpning av teoretiska koncept på praktiska situationer.

Lektionsöversikt

Lektion 1: Introduktion till Affärskartan

- **Fokus:** Syftet och strukturen av Affärskartan.
- **Förberedande Läsning:** Introduktionen till Affärskartan .
- **Diskussionsinstruktioner:** Diskutera varför Affärskartan är ett viktigt verktyg för företag och säljare. Hur kan det hjälpa i den snabbt föränderliga marknaden?

Lektion 2: Affären

- **Fokus:** Vad menas med en affär? Hur påverkas affären av kundernas beteenden och köpmönster?
- **Förberedande Läsning:** Del 3.1 om Affären
- **Diskussionsinstruktioner:** Grupperna ska diskutera och presentera vad som utgör kärnan i en affär och hur man kan sätta affären i centrum i stället för produkten eller kunden.

Lektion 3: Säljaren

- **Fokus:** Rollen och betydelsen av säljaren i affärsprocessen.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.2 om Säljaren.
- **Diskussionsinstruktioner:** Reflektera över säljarens roll och hur en balans mellan fysisk och digital försäljning kan se ut.

Lektion 4: Kunden

- **Fokus:** Kunden - förståelse, segment och beteende.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.3 om Kunden.
- **Diskussionsinstruktioner:** Diskutera hur kundens förändrade beteenden och köpmönster påverkar affären.



Lektion 5: Produkten

- **Fokus:** Produkten - definition, överföring av rättigheter och betalmodeller.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.4 om Produkten .
- **Diskussionsinstruktioner:** Grupperna ska diskutera olika betalmodeller för produkter och tjänster och reflektera över trenden med tjänstefiering.

Lektion 6: Behovet

- **Fokus:** Kundbehov och hur företag kan tillgodose dessa.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.5 om Behov .
- **Diskussionsinstruktioner:** Utforska olika typer av kundbehov (rationella och emotionella) och hur dessa kan identifieras och tillgodoses.

Lektion 7: Kanaler

- **Fokus:** Försäljnings- och distributionskanaler.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.6 om Kanaler .
- **Diskussionsinstruktioner:** Diskutera olika typer av försäljningskanaler och hur de påverkar räckvidden till kunden.

Lektion 8: Konkurrenterna

- **Fokus:** Analys av konkurrenterna och deras inverkan på affären.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.7 om Konkurrenter .
- **Diskussionsinstruktioner:** Grupperna ska analysera en specifik konkurrent och diskutera hur konkurrensen påverkar affärsstrategier.

Lektion 9: Relationer

- **Fokus:** Bygga och underhålla affärsrelationer.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.8 om Relationer .
- **Diskussionsinstruktioner:** Utforska vikten av starka affärsrelationer och hur dessa kan utvecklas och underhållas över tid.

Lektion 10: Kommunikation

- **Fokus:** Kommunikationens roll i affären.
- **Förberedande Läsning:** Del 3.9 om Kommunikation .
- **Diskussionsinstruktioner:** Diskutera strategier för effektiv kommunikation (etos, patos, logos) med kunder och inom säljteamet.



Lektion 1: Introduktion Affärskartan

Tid: 90 minuter

Förberedande Läsuppgift:

- Läs artikelns introduktion och avsnittet om Affärskartans modell och dess 9 delar för en övergripande förståelse av dess syfte och användningsområden.

Lektionsinnehåll:

1. Introduktion (10 minuter)

- Kort presentation om Affärskartan och dess syfte.
- Diskussion kring den snabbt föränderliga marknaden och behovet av verktyg som Affärskartan.

2. Fördjupning i Affärskartans Modell (15 minuter)

- Genomgång av de 9 delarna i Affärskartan: Affären, Säljaren, Kunden, Produkten, Behovet, Kanaler, Konkurrenter, Relationer och Kommunikation.

3. Gruppdiskussioner (20 minuter)

- Eleverna delas in i grupper och diskuterar hur Affärskartan kan tillämpas på ett företag eller en affärsidé som de väljer.

Instruktioner till Eleverna för Gruppdiskussion:

- Välj ett företag att applicera Affärskartan på.
- Diskutera och identifiera hur varje del av Affärskartan påverkar ert valda företag eller affärsidé.
- Förbered en kort presentation av er analys för att dela med klassen.



Lektion 2: Affär

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Se avsnittet om "Affären" i er kurslitteratur.

Lektionsinnehåll:

1. **Diskussion:** Introduktion till affärens grundläggande koncept. (15 min)
2. **Grupparbete:** Utforska olika typer av affärer (B2C, B2B, B2P, C2C, P2P) och deras unika utmaningar. (20 min)
3. **Presentation:** Grupperna presenterar sina analyser. (20 min)
4. **Reflektion:** Klassdiskussion om affärens roll i ekonomin. (5 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppdiskussion:

- Utforska och diskutera det specifika affärsområdet ni tilldelats.
- Fokusera på att identifiera nyckelfaktorer som bidrar till framgång inom denna affärstyp.
- Varje grupp presenterar sina slutsatser och ger exempel på företag som lyckats inom sitt område.

Lektion 3: Säljare

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Säljaren".

Lektionsinnehåll:

1. **Inledning:** Rollen och vikten av säljaren i affärsprocessen. (10 min)
2. **Individuell Uppgift:** Reflektera över egenskaper som gör en säljare framgångsrik. (15 min)
3. **Gruppsaktivitet:** Diskutera hur säljare kan anpassa sig till digital försäljning och online-marknadsföring. (20 min)
4. **Sammanfattning:** Grupperna delar sina tankar och lärdomar. (15 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppdiskussion:

- Identifiera och diskutera vilka egenskaper och färdigheter som är viktiga för en säljare idag.
- Betrakta hur den digitala eran har förändrat rollen som säljare och hur säljare kan anpassa sig för att vara effektiva.



Lektion 4: Kund

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Kunden".

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Kundens roll i affärsvärlden och olika kundsegment. (10 min)
2. **Gruppdiskussion:** Identifiera och analysera olika kundbehov och hur företag kan möta dessa. (20 min)
3. **Rollspel:** Simulera en kundinteraktion baserad på ett specifikt behov eller scenario. (20 min)
4. **Utvärdering:** Diskussion om vad som lärdes från rollspelen och hur teori kan tillämpas praktiskt. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppdiskussion:

- Tänk på ett företag du känner till och dess huvudkundsegment.
- Diskutera hur företaget identifierar och tillgodoser behoven hos detta segment.
- Förbered ett kort scenario för rollspel som illustrerar denna interaktion.

Lektion 5: Produkt

Tid: 90 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Produkten".

Lektionsinnehåll:

1. **Introduktion:** Olika typer av produkter - varor, tjänster och tillgångar. (10 min)
2. **Grupparbete:** Diskutera innovation inom produktutveckling och dess påverkan på marknaden. (20 min)
1. **Case Study Ecobottle:** Analys av ett framgångsrikt produktlanseringsfall. (50 min)
Denna case study kan användas för att stimulera diskussioner kring produktdesign, hållbarhet, marknadsföringsstrategier och utmaningarna med att lansera nya produkter. Eleverna kan uppmanas att analysera EcoBottles strategier, föreslå förbättringar och tänka kritiskt kring hur produkter kan utformas och marknadsföras för att möta både affärsmål och hållbarhetskrav. Skapa förståelse för Stream Tech för att applicera samma "tänk" på för elevenens grupparbete.
3. **Reflektion:** Hur kan företag fortsätta att innovera och uppfylla kundbehov? (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Grupparbete:

- Välj en produktkategori och diskutera hur innovation inom denna kategori har förändrat marknaden.
- Analysera en framgångsrik produktlansering och vilka faktorer som bidrog till dess framgång.



Lektion 6: Behov

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Behovet".

Lektionsinnehåll:

1. **Diskussion:** Vad är kundbehov och hur identifieras de? (15 min)
2. **Individuell uppgift:** Analysera ett företag och dess sätt att identifiera och tillgodose kundbehov. (20 min)
3. **Presentation:** Dela individuella analysresultat och diskutera gemensamma teman. (20 min)
4. **Sammanfattning:** Vikten av att förstå och möta kundbehov för företagets framgång. (5 min)

Instruktioner till Eleverna för Individuell Uppgift:

- Välj ett företag och undersök hur de identifierar sina kunders behov.
- Reflektera över hur effektivt företaget tillgodoser dessa behov och vilka metoder de använder.

Lektion 7: Kanaler

Tid: 90 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Kanaler".

Lektionsinnehåll:

2. **Inledning:** Förståelse för olika distributions- och försäljningskanaler. (10 min)
3. **Grupparbete:** Utforska fördelar och nackdelar med olika kanaler baserat på företagstyp. (20 min)
4. **Case Study Stream Tech :** Analys av ett företags val av försäljningskanal och dess effektivitet. (50 min) Case study är utformat för att belysa vikten av att anpassa försäljningskanaler efter konsumenternas förändrade beteenden och preferenser. Genom att diskutera Stream Techs tillvägagångssätt, kan eleverna utforska hur företag kan använda innovativa och kundcentrerade strategier för att förbättra sin räckvidd och försäljning. Skapa förståelse för Stream Tech för att applicera samma "tänk" på för elevenens grupparbete.
5. **Diskussion:** Hur teknologiska framsteg påverkar valet av kanaler. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Grupparbete:

- Välj ett företag och dess huvudkanaler för distribution.
- Diskutera hur dessa kanaler bidrar till företagets övergripande försäljningsstrategi och kundtillfredsställelse.



Lektion 8: Konkurrenter

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Konkurrenter".

Lektionsinnehåll:

1. **Introduktion:** Konkurrensanalysens roll i affärsstrategin. (10 min)
2. **Gruppaktivitet:** Utför en enkel SWOT-analys för att identifiera konkurrenters styrkor och svagheter. (20 min)
3. **Presentation:** Dela resultaten från SWOT-analysen och diskutera strategier för att hantera konkurrens. (20 min)
4. **Reflektion:** Vikten av att förstå konkurrenter för att skapa unika värdeerbjudanden. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppaktivitet:

- Välj en bransch och identifiera två huvudkonkurrenter inom den branschen.
- Genomför en enkel SWOT-analys för dessa företag och diskutera hur detta påverkar deras position på marknaden.

Lektion 9: Relation

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Relationer".

Lektionsinnehåll:

1. **Diskussion:** Olika typer av affärsrelationer och deras betydelse. (10 min)
2. **Grupparbete:** Diskutera aktiviteter ett företag behöver agera på för att stärka sina affärsrelationer. (20 min)
3. **Gruppdiskussion:** Erfarenheter och lärdomar från grupparbetet. (20 min)
4. **Sammanfattning:** Hur man bygger och upprätthåller långsiktiga relationer med kunder och partners. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Rollspel:

- I era grupper, välj ett företag och beskriv vilka affärsrelationer företaget har, reflektera över fler relationer som kan skapas.
- Redovisa befintliga affärsrelationer och eventuella affärsrelationer som kan adderas för att stärka relationerna mellan företaget och kunderna.



Lektion 10: Kommunikation genom Storytelling- Etos, Patos och Logos

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om "Kommunikation", med särskilt fokus på storytelling och dess komponenter etos, patos och logos.

Lektionsinnehåll:

- 1. Föreläsning: Användning av Etos, Patos och Logos i Storytelling (10 minuter)**
 - Introduktion till de tre retoriska appellformerna etos (trovärdighet), patos (känslor) och logos (logik) och deras betydelse i effektiv storytelling inom affärskommunikation.
- 2. Individuell Uppgift: Skapa en Storytelling-baserad Kommunikationsplan (20 minuter)**
 - Eleverna väljer ett affärsscenario där storytelling kan användas för att lösa ett problem eller förbättra en relation. De utarbetar en plan som inkluderar etos, patos och logos för att engagera målgruppen effektivt.
- 3. Parövning: Utbyte och Feedback på Kommunikationsplaner (20 minuter)**
 - I par utbyter eleverna sina kommunikationsplaner, ger konstruktiv feedback och diskuterar hur väl etos, patos och logos har integrerats för att skapa en övertygande berättelse.
- 4. Klassdiskussion: Effekten av Storytelling i Affärskommunikation (10 minuter)**
 - Diskussion om hur storytelling, när den stöds av etos, patos och logos, kan övervinna utmaningar och förstärka budskapet i affärskommunikation. Exempel på framgångsrik storytelling i verkliga företag tas upp.

Instruktioner till Eleverna för Individuell Uppgift:

- **Välj ett Scenario:** Det kan vara lanseringen av en ny produkt, en förändringshanteringsprocess, eller att förbättra företagets image. Tänk på en situation där en välstrukturerad berättelse kan göra skillnad.
- **Utveckla Kommunikationsplanen:** Använd etos för att bygga förtroende och trovärdighet (t.ex. genom att dela företagets framgångar eller expertis). Integrera patos för att engagera känslomässigt (t.ex. genom kundberättelser eller visionen bakom projektet). Använd logos för att stärka argumentationen med logik och fakta (t.ex. statistik, forskningsresultat).