



SKIVRE Обучителен модул 4:

Как автентично да продаваме манастирски продукти?

Автор/и:

**Сабрина Рота
Матиас Вагнер
Карин Дрда-Кюн**

Институция:

**Манастир Бронбах,
Германия**

**media k GmbH,
Germany**



Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не представлява одобрение на нейното съдържание, което отразява единствено възгледите на авторите. Комисията не носи отговорност за каквото и да било използване на информацията, която се съдържа в настоящата публикация. Проект № 2018-1-DE02-KA202-005023

Декларация за авторско право:



Тази разработка се разпространява под лиценз *Криейтив Комънс Признание - Некомерсиално - Споделяне на споделеното 4.0. Международен лиценз*

Можете свободно:

- да споделяте — да копирате и разпространявате материала на произволен носител и в произволен формат
- да адаптирате (да създавате производни материали) — да редактирате, видоизменяте и да създавате нов материал, опирайки се на настоящия

при следните условия:

- Признание — вие трябва дадете съответните указания, свързани с авторството, да дадете линк към лиценза и да посочите всички направени промени, ако има такива. Можете да направите това както сметнете за целесъобразно, но не и по начин, който би означавал, че лицензодателят одобрява вас или вашия начин на използване на произведението.
- Некомерсиално — вие нямате право да използвате този материал за търговски цели.
- Споделяне на споделеното (при същите условия) — ако редактирате, видоизменяте и да създавате нов материал, опирайки се на стария, вие сте длъжни да разпространявате преправените от вас части при условията на лиценза, под който се разпространява оригинала.



Проверете знанията си

Упражнения

Упражнение 4.1. Мотивацията на манастира

Каква е мотивацията ви за управлението на вашия манастирски магазин? Кои са факторите? Моля, отделете време и помислете внимателно за целите си относно манастирския магазин и продажбата на манастирски продукти. Избройте мотивите си и целите.

Отговори:

Упражнение 4.2. Клиентски очаквания при закупуването на манастирски продукти

Каква е мотивацията на клиента да купува манастирски продукти от манастирския магазин?

Моля, още веднъж отделете време и се опитайте да се поставите в позицията на вашите клиенти. Въз основа на дефиницията на целевата група, определете вашите целеви групи и вземайки предвид целия си опит, помислете какви очаквания имат те.

Можете ли все още да разширите целевите групи за вашия манастирски магазин?

Избройте целите.

Отговори:

Упражнение 4.3. Съвместимост на различните цели

Моля вземете в предвид:

| | |
|---|--|
| <p>1. Манастирският магазин отговаря ли на вашите цели?</p> | |
| <p>2. Какви са мотивите на вашите клиенти при закупуването на манастирски продукти? Какви са техните очаквания?</p> | |
| <p>3. Вашето предложение (продукти и обслужване) отговаря ли на очакванията на целевите групи по отношение на асортимента на манастирския магазин и манастирските продукти?</p> | |
| <p>Въпрос № 3 трябва да бъде отговорен за всички целеви групи</p> | |

Отделете време и внимателно прегледайте всичко. Възможно е също така очакванията на определени целеви групи да не са изпълнени (все още). Вашите съображения ще ви помогнат да идентифицирате такива „пропуски“.

Упражнение 4.4. Историите на вашите манастирски продукти

Много от вашите манастирски продукти със сигурност имат история в традициите на манастира - опитайте се да я заснемете - в писмена или устна форма.

| Вашият манастирски продукт | Историята на продукта в традициите на манастира |
|----------------------------|---|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Сега помислете - за предпочитане в екипна работа с колеги - дали и как тези истории могат да бъдат представени: Като текст на лист? Видео? Статия на началната ви страница, страницата ви във Facebook? Може би на манастирско събитие, където разказвате тези истории? Може би дори са подходящи теми при организиране на работилница или публикация? Вдъхновете се от многото добри примери, събрани в платформата за учене SKIVRE! Създайте истории за различните си целеви групи.