

**SUS**

**Uddannelsesudvalget for Rengøring og Service**

**Inspirationsmateriale til arbejdsmarkedsuddannelsen**

**Nr. 22037**

**Tilbudsgivning ved vinduespudsning**

**Uddannelsesmål:**

Efter endt uddannelse kan deltageren

**I forbindelse med tilbudsgivning ved vinduespudsning**

* identificere og vurdere forhold inden afgivelse af tilbud
* vurdere udbudsgrundlaget mht. prisfastsættelse ud fra viden om omkostninger forbundet med opgaven
* opstille tilbud med flg. detaljer og forbehold:

- detaljeret beskrivelse af tilbuddet, herunder detaljer om antal vinduer, størrelse på vinduer, typer af vinduer samt eventuelle særlige behandlinger eller tekniker til udførelsen af den konkrete opgave

- fastsættelse af pris, herunder overvejelser om prisen er per vindue, per time eller som fast pris for opgaven, herunder rabatter og tilbud

- fastsættelse af tidsramme, herunder hvornår opgaven udføres

- forsikring og garantier

- referencer og erfaringer

- betalingsbetingelser

- kontaktoplysninger

- eventuelle muligheder for tilpasninger og fleksibilitet ift. kundens ønsker og behov

- fremhæve unikke aspekter af sin service som adskiller sig fra konkurrenterne

* anvende kalkulationsværktøjer til tilbudsgivningen, herunder digitale kalkulationsværktøjer.

Varighed: 1 dag

Udarbejdet af

Lonnie Eickworth og Maria Veha

TEC

Januar 2024

**Baggrund for uddannelsen:**

Der findes ingen officiel uddannelse eller officielle kurser til vinduespudsere og branchen er præget af ufaglært arbejdskraft. Det er nemt enten at starte op som selvstændig vinduespudser eller at blive ansat i en allerede etableret vinduespudservirksomhed helt uden uddannelse og med meget lille investering i udstyr. Da vinduespudsere er ufaglærte kan der opstå et behov for mere kendskab til, hvorledes man samarbejder og indgår i et professionelt kunde-leverandørforhold.

**Målgruppe for uddannelsen:**

Arbejdsmarkedsuddannelsen er rette mod allerede fungerende vinduespudsere, kommende vinduespudsere samt rengøringsassistenter, der ønsker at udbygge deres kompetencer med vinduespudsning.

**Deltagerforudsætninger:**

Der kræves ingen deltagerforudsætninger forud for kurset.

**Tilrettelæggelse af uddannelsen:**

Uddannelsen tilrettelægges med vægt på praksisnære opgaver, der tages udgangspunkt i oplæg fra underviser samt eventuelle erfaringer fra deltagerne. Herudover bør der også inviteres gæsteundervisere ind som arbejder professionelt med vinduespudsning og eventuelt salg og tilbudsgivning

**Temaer for undervisningsindholdet:**

Tema 1: Salgsstrategi og processen. Herunder kundekontakt og de 13 salgsregler

Tema 2: Kendskab til udbud og tilbud og særlige hensyn i forhold til at afgive tilbud

Tema 3: TEC udbud / tilbud jf. vinduespolering. Herunder forslag til tilbuds­skabelon

Tema 4: Hvordan kan du bruge dine personlige referencer til at styrke dit tilbud?

**Udstyr:**

* + TEC udbud/tilbud ved vinduespolering
	+ Forslag til tilbuds-skabelon
	+ Relevante film YouTube

**Litteratur:**

Der findes intet relevant litteratur på området, men der henvises til hjemmesider, der har noget

rigtigt godt og opdateret indhold.

**Her kan hentes yderligere information og udstyr**

[**https://huma.dk/rengoringsudstyr/vinduespudserudstyr**](https://huma.dk/rengoringsudstyr/vinduespudserudstyr)

[**Kursus: Tilbudsloven - regler og rettigheder ved licitationer - Dansk Håndværk (dhv.dk)**](https://dhv.dk/kurser-arrangementer/kurser/kursus-tilbudsloven-regler-og-rettigheder-ved-licitationer/)

**Forslag til opgaver til tema 1 og 2:**

**1 A:**

Kundekontakt og aflæsning af kunden.

Gruppe opgave

Deltagerne stiller sig i en rundkreds med front mod hinanden.

Hver kursist får til opgave at vise med kroppen forskellige ” Typer ” af kunder som de møder i deres daglige arbejde. ​F.eks. en arbejdes situation eller mødet med en kunde ” Vise med krops sprog ” hvordan han/hun agere når I møder vedkommende ​

Deltagerene skiftes til at gætte og komme med et bud på hvordan man tager kontakt og kommunikere med vedkommende. Vises ved at gå hen til personen og tage kontakt. ​

Hvordan kan vi blive bedre til at aflæse den vi skal kommunikere med? ​

Varighed i alt: Ca. 20 minutter

**2.A:**

*Refleksionsopgave (Udleveres: TEC udbud/tilbud vinduespolering)*

Hvordan bør tilbuddet præsenteres for at sikre en professionel tilbudsgivning?

Kursisterne udstyres TEC udbud/tilbud jf. vinduespolering. De skal nu læse udbud og tilbud og efterfølgende fortælle om deres refleksioner.

Herunder, om de kan genkende aftale- og kravsspecifikationer og om hvordan det påvirker dem i deres vinduespudsningsarbejdet.

Varighed i alt: Ca. 2-3 lektioner

*Underviseren gennemgår i plenum, hvilke fokuspunkter de skal være opmærksomme på i forhold til udbud og tilbud. Krav til aftalen*

**Forslag til opgaver til tema 3 og 4:**

**3.A:**

Hver gruppe skal skrive/udarbejde et tilbud til en fiktiv kunde, hvor i de beskriver hvorfor kunden skal vælge dem. Dette for at identificere styrker og svagheder.

**Opgave:**

1. Vælg en virksomhed, som du gerne vil byde VP opgave for.
2. Identificer de opgaver, som virksomheden har brug for at få løst.
3. Lav en liste over dine erfaringer og kompetencer, som er relevante for de opgaver, som virksomheden har brug for at få løst.
4. Identificer personlige referencer, som kan styrke dit tilbud. Disse referencer kan være tidligere kunder, samarbejdspartnere eller kolleger, som kan bekræfte dine kompetencer og erfaringer.
5. Skriv et tilbud, som tager afsæt i dine erfaringer og kompetencer og som samtidig inddrager dine personlige referencer.

Hvordan kommunikeres de vigtigste salgsbudskaber i forhold til de forskellige typer af **kunder i ift. private hjem og ift. virksomheder, offentlige bygninger mm.**

Varighed i alt: Ca. 2-3 lektioner

**4.A.**

Udarbejd og udlever et skema med spørgsmål til afklaring i forhold til en kommende tilbudsgivning

1. Hvad er produktets eller tjenestens unikke salgsargumenter?
2. Hvem er målgruppen for produktet eller tjenesten? Private, store virksomheder eller ......
3. Hvordan adskiller produktet eller tjenesten sig fra konkurrenternes?
4. Hvilke salgskanaler vil du bruge til at nå ud til kunderne
5. Hvordan vil du håndtere kundehenvendelser og klager?
6. Hvordan vil du måle succesen af din salgsindsats?

Varighed i alt: Ca. 1-2 lektioner