

Project „digiskill-retail“

Development and Use of flexible and digital tools for increasing digital skills of vocational students and employees in retail trade.

Evaluation – interview 2

"Digital skills in the retail industry"

Estonia

Project duration: 01.09.2022 – 31.08.2024

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396

Evaluation interview "Digital skills in the retail industry"

INFORMATION AND DATA LITERACY

Products and services of the training company (AO - training regulations, §4 paragraph 2 number 1

Introduction: In order to advise customers according to their needs, prospective salespeople and retail clerks need in-depth knowledge of goods. This is one of the key qualifications in retail.

Knowledge of goods includes knowledge of:

- the production
- the product characteristics
- the advantages and benefits
- the application and use
- the care, storage and, if necessary, disposal of goods
- alternative offers and of course the price of the goods

1. Millist rolli mängivad teie asutuses digitaalsed teabeallikad kaubandusteadmiste

vahendamisel? Nad teevad rühmatööd toote/kaupade info otsimisel avatud allikatest nagu Google. Samuti õpetatakse õpilastele, kuidas kriitiliselt hinnata allikaid ja leida usaldusväärseid allikaid.

2. Kuidas arendate oma õppurite/töötajate andmeanalüüsioskusi? Koosloomeharjutuste abil Excelis. Näiteks peavad õpilased tegema ühises Excelis erinevaid ülesandeid ning analüüsima ja hindama ka teiste õpilaste loodud andmeid ja tulemusi (kas arvutused ja tulemused on loogilised ja õiged). Suurte statistikatabelite allalaadimine ja analüüsimine (tabelid selliste teemadega nt tööplaanid, tarneahelad, tarneplaneerimine jms). Õppuritel on juurdepääs vahenditele ja allikatele, mida nad oma õpinguteks vajavad.

3. Kuidas õpetate oma õpilastele/töötajatele teabe leidmist, et paremini nõustada kliente asjakohase tooteinfo osas? Õppurid teevad erinevaid harjutusi asjakohase tooteinfo leidmiseks veebiotsingutest ja erinevatelt veebisaitidelt. Samuti teevad nad harjutusi selle kohta, kuidas kasutada erinevaid märksõnu ja kuidas erinevad märksõnad annavad erinevaid tulemusi. Samuti õpivad ja analüüsivad nad, kuidas üks ja sama teave on eri riikide veebilehtedel erinevalt esitatud. Samuti vaatavad nad, kuidas vaadata, et teave on tegelikult asjakohane (millal see avaldati, kas see on ikka veel õige (näiteks õigusaktide puhul jne). Teabe saamiseks kasutatakse avatud allikaid nagu Google, riiklikud/ELi õigusaktid/aktid/määrused.

Eelistatud on praktilised harjutused, mis on seotud veebiotsingutega ja erinevate märksõnade kasutamisega. Oluline on, et õpilased tunneksid, et õpitud on neile tegelikult vaja ja nad saavad neid oskusi tulevikus kasutada, mitte et nad teevad seda ainult hinde saamiseks.

4. Kuidas õpetate oma õpilasi leidma teavet toodete ringlussevõtu/taaskasutamise/käitlemise kohta? Taaskasutuse ja keskkonnateemad muutuvad üha olulisemaks. Hiljuti töötati välja uus kaubanduse eriala õppekava ja seal on kõik need teemad hõlmatud. Neid teemasid ei õpetata eraldi moodulina, vaid need on põimitud teiste asjakohaste moodulitega.

Õpetamisel on oluline kuulata õpilaste tagasisidet ja vastavalt sellele muuta teemasid ja lähenemist. Pakendite ja jäätmete taaskasutamine ja korduvkasutamine on kindlasti väga olulised teemad.

Teabeallikateks on põhiliselt õigusaktid/juhendid/määrused. Palju tähelepanu pööratakse erinevatele pakendimärgistele, õpilased peavad teadma, mida erinevad märgised tähendavad. Õpe baseerub suures osas avatud allikatel. Samuti on aluseks materjalid, mida õpetajad ise on loonud.

COMMUNICATION

Presentation of goods and advertising measures (AO - training regulations, §4 paragraph 2 number 2)

Introduction: Advertising is part of a company's communication policy. Customers need to know what services the trading company can offer them. Advertising is the communication with the customer to inform, maintain one's own image, create purchase incentives and build trust.

1. Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutate ettevõttes/õppeasutuses, et valmistada õpilasi ette klientide teavitamiseks reklaamikampaaniatest? Digitaalsetest kanalitest õpetatakse Facebooki ja Instagrami, analoogkanaleid väga ei õpetata. Andsid märku, et turundust õpetab põhjalikumalt teine õpetaja, nii et neil ei olnud väga konkreetseid vastuseid kanaleid puudutavatele küsimustele.

2. Milliseid meetodeid kasutate, et võimaldada õppuritel/töötajatel neid kanaleid kasutada? (Õppemeetodid) Enamasti simulatsioon ja harjutusi reaalse kliendisituatsioonide kohta. Näiteks tehakse harjutusi selle kohta, kuidas olla kliendiga suhtlemisel rahulik ja viisakas, kuidas käsitleda kliendi pretensioone, kuidas tutvustada end digitaalsete kanalite kaudu ja kuidas lõpetada kirjalik vastus. Samuti analüüsitakse seda, kuidas turundada ja reklaamida tooteid erinevates kanalites, kes neid kanaleid kasutavad, milliseid aspekte tuleks arvestada.

3. Kuidas õpetate oma õpilasi/töötajaid valima õigeid kanaleid klientidega suhtlemiseks? Traditsioonilised kommunikatsiooni- ja reklaamivahendid ei ole enam nii asjakohased. Rohkem keskendutakse digitaalsetele kommunikatsioonivahenditele. Õpilastele õpetatakse digitaalset suhtluse põhitõdesid ja etiketti, oma postkasti seadistamist jne.

COLLABORATION

Information and communication (AO - training regulations, §4 paragraph 4 number 3)

Introduction: In order to exchange ideas with colleagues or customers, digital media are increasingly being used today in addition to personal conversations.

1. Milliseid digitaaltehnoloogiaid/meediume kasutate asutusesiseseks teabevahetuseks või suhtlemiseks? Enamasti kasutatakse sisemist õppesüsteemi Tahvel ja Moodle'it. Samuti e-posti ja Teams'i. See, milliseid tehnoloogiaid ja kanaleid eelistatakse sõltub olukorrast ja vajadustest. Materjalid on tavaliselt Moodle'is. Mõned õpetajad eelistavad suhtlemiseks kasutada Teams'i. Tahvel on tähtsate teadete jaoks, kuid seda ei kasutata igapäevaseks suhtlemiseks. Kui õpilastel on vaja suhelda ja teha rühmatööd, kasutavad nad peamiselt sotsiaalmeediat, näiteks Facebooki gruppe ja messengeri. Üldiselt suuri probleeme ei ole digitaalset suhtluse oskustega.

2. Milliseid asutusesiseseid suhtluskanaleid kasutate oma töötajate/õpilastega? Populaarsed on sotsiaalmeediakanalid (Facebooki rühmad, Whatsapp), samuti Facebook messenger.

3. Milliseid vahendeid, platvorme ja muid meetodeid kasutate oma praktikantide ühisloomise ja loovuse/ideede vahetamise arendamiseks? Vahenditest saab välja tuua nt Moodle'i, mentimeter'i, kahoot'i, crosswordlabs'i, Teams whiteboard'i. Kasutatavate vahendite osas ei ole konkreetseid eelistusi, kõiki nimetatud vahendeid kasutatakse vastavalt teemale või ülesandele ja kõik on head, kui neid kasutatakse õigesti ja kontekstis.

Taoliste digitaalsete vahendite kasutamine oli kindlasti kõige asjakohasem covid-19 ja kaugõppe ajal. Õpilastelt on tulnud ka tagasisidet, et paljude erinevate vahendite ja tehnoloogiate kasutamine on segadusttekitav ja õpetajad peaksid jääma samade vahendite juurde.

INFORMATION

Consulting of customers (AO – training regulations, §5 paragraph 3 sentence 1 number 2)

Introduction: In retail, customers today expect individual, needs-based advice and solutions to their problems as well as a clearly tailored benefit-related presentation. In order to advise customers according to their needs, sellers and retail merchant (KiE) must be able to recognize and analyse the latest trends in retail.

1. Milliseid teabeallikaid kasutate (kaubandus)protsesside jälgimiseks, äratundmiseks ja analüüsimiseks? Selliseid teemasid käivad enamasti õpetamas külalislektorid, kes on klienditeeninduse ja kaubanduse valdkonna eksperdid ja professionaalid. Nad on kutsutud rääkima konkreetsetest ja asjakohastest teemadest, protsessidest, trendidest jne kaubandussektoris. Selle eesmärk on pakkuda praktilist lähenemist. Kasutatavad vahendid ja meetodid on väga mitmekesised ning raske on välja tuua vaid mõned. Vahenditest ja allikatest olulisemad on nende teadmised ja kogemused.

2. Milliseid vahendeid ja muid võimalusi õpetate töötajatele/õpilastele digitaalse klienditeeninduse oskuste arendamiseks - nt chatbot, ettevõtte/kaupluse rakendus, tellimused jne. ? Õpetatakse näiteks kliendisuhtlust e-kirja teel, iseteeninduskassasid, ettevõtte veebilehti. Mõnedest harjutustest saab välja tuua näiteks ettevõtte veebilehtede analüüsi ja võrdluse, kliendisituatsioonide simulatsioonid ja kliendisuhtluse.

DIGITAL CONTENT CREATION

Online trading (AO – training regulations, § 5 paragraph 4 sentence 1 no. 6)

Introduction: More and more retail companies set up their own online shop in order to be present for their customers on various channels.

1. Kas te integreerite oma õppesse valikaine "e-kaubandus" sisu? Kaubanduse õppekavades ei ole eraldi e-kaubanduse moodulit, kuna see teema on üsna spetsiifiline ja veel mitte väga üldine. Seda teemat käsitletakse lühidalt erinevate teemade sees, kuid praegu ei pöörata sellele suurt rõhku. Tõenäoliselt suureneb selle teema tähtsus tulevikus ja e-kaubandusega seotud teemasid hakatakse põhjalikumalt õpetama.

2. Millised digitaalse sisu loomise oskused on teie arvates eriti olulised töötajatele nende igapäevatöös? Digitaalse sisu loomine on tavaliselt õpilastel tugev, samuti nutitelefoni ja sotsiaalmeedia kasutamine. Nõrkustest saab välja tuua näiteks veebiallikate kriitilise hindamise, küberturvalisuse (sh viirusetõrje põhitõed). Paljudel noortel on tänapäeval raskusi lauaarvuti kasutamisega, kuna nad on nii harjunud kasutama telefone ja tahvelarvuteid. Samuti ei meeldi noortele traditsioonilised kontoriprogrammid (nt Word ja Excel). Digioskuste puhul mängib rolli ka vanus - nooremad õppurid võtavad digitehnoloogiad (uued vahendid, programmid) palju kiiremini omaks kui vanemad inimesed. Vanematel õppijatel on tavaliselt vähem digioskusi ja nad õpivad aeglasemalt. Vanemaid inimesi tuleb uute digitaaltehnoogiatega omaks võtmiseks rohkem survestada, kuid lõpuks saavad nad siiski hakkama. Vanematel inimestel võib olla raskusi ka asjakohase teabe leidmisega digitaalsete allikate abil. Kuid mitte ainult vanus ei ole tegur, vaid ka varasem töökogemus. Kui inimene ei ole oma töös varem pidanud kasutama digivahendeid ja -tehnoologiaid, siis on ta tavaliselt palju nõrgem. See, kas digioskuste puudujääke saab katta e-õppega sõltub inimesest ja tema motivatsioonist. Mõned inimesed leiavad, et digitaalsete oskuste õppimine on raske ja annavad kergesti alla, mistõttu neil tõenäoliselt puuduks motivatsioon iseseisvaks õppimiseks, kuid teised inimesed on motiveeritumad ja pingutavad, et asju õppida. Õpiampsud võiksid olla väga kasulikud juhul, kui õpetaja näeb, et õpilasel on mingis valdkonnas puudujääke digioskustes, ja võiks suunata teda nendes teemades õpiampse läbima. Üks probleem vabatahtlike õpiampsudega on ka see, et paljud õpilased teevad ainult nii palju, kui on vaja hinde saamiseks, ja täiendavad vabatahtlik juurde õppimine ei ole populaarne. Sellisel juhul peaksid õpiampsud olema osa hinnatavast tööst.