



*The Best Seller*

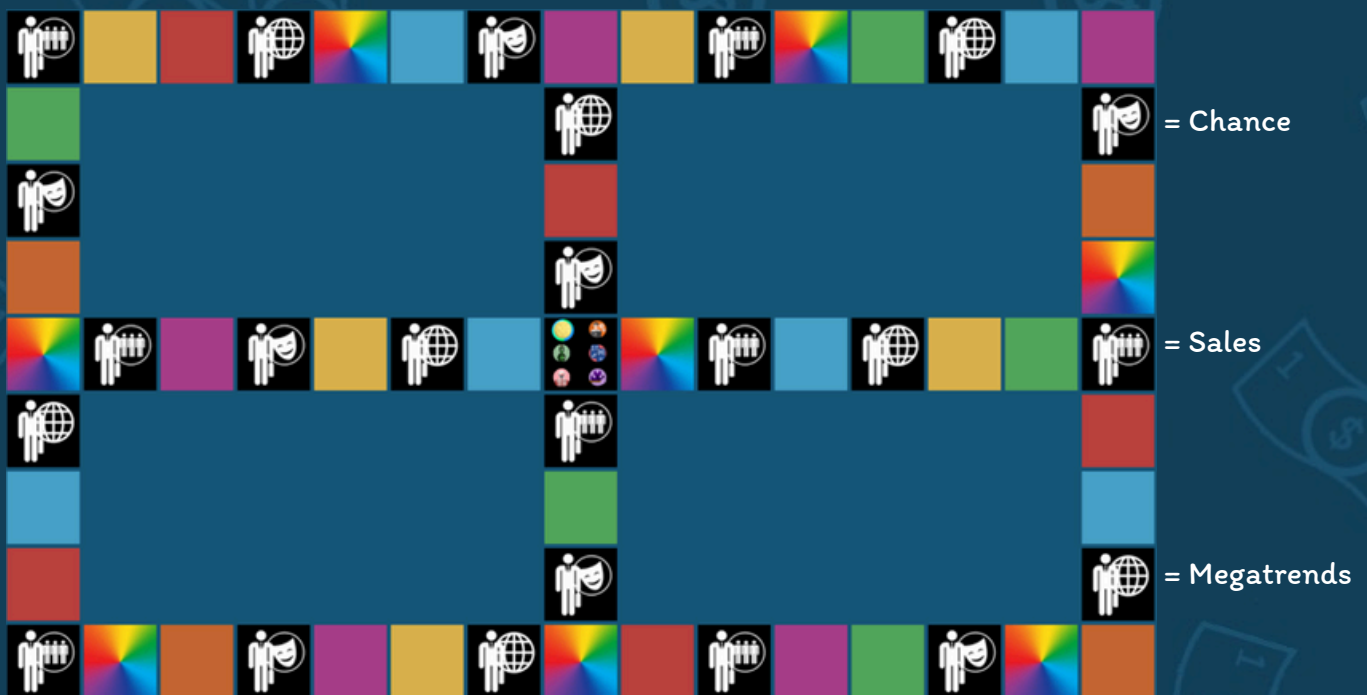
*ADSD Games, Inc.*

**HVORDAN MAN SPILLER**

# SPILLEREGLER (1/2)

## The Best Seller

"The Best Seller" er et brætspil, hvor op til 6 hold kan deltage, som hver vælger en forretningsstrategi med hver sin farve: **Lunar**, **Top of the World**, **Safeline**, **Domino House**, **JYSK Telepartner** eller **Klaphatten**. Derudover er der en moderator, som skaber spillet og overvåger spillet og kan give point. Hver strategi har spørgsmål, der vedrører den pågældende strategi. Af denne grund består spillepladen af disse 6 farver. Der er også 3 forskellige kategorispørgsmål (Megatrends, Sales og Chance) og en **regnbueboks**, hvor alle kan svare på et spørgsmål. Ved at svare rigtigt på spørgsmålet kan der optjenes point, som tildeles af moderatoren. Som spiller er målet at score flest point. Det gør du ved at spille taktisk og kun lande på din egen farve, regnbuerummet eller de sorte områder.



## Varighed

Spillet kan spilles i én omgang fx halvanden eller to timer. Aftal tiden på forhånd med alle teams. Varigheden af spillet er fleksibelt, og det kan ikke forventes at alle når igennem alle situationer og spørgsmål. Hvert spilleteam bestemmer selv hvor længe de vil være om at besvare et spørgsmål. Et team er færdig med spillet, når alle i teamet er færdige med deres "situations- og spørgsmålshæfter". Hvis et team bliver hurtigt færdigt, kan du evt. have en ekstra udfordring klar til dem.

## Points

Point tjenes ved at deltagerne give gode og reflekterende svar. Dt vindende team er dem med flest point. Overvej om det vindende team skal have en præmie, det øger ofte motivationen.

# SPILLEREGLER (2/2)

## Pointmaster

Hjælp gerne Pointmasterne ved hvert bord, så de foretager fair point vurderinger. Pointmasterens rolle er at sikre sig goede svar, så teamet kan få de point, der hører til besvarelsen. Pointmaster skal sidde med SVAR & PINT GUIDE.

## Ved tvivlsspørgsmål

IDet er dig som facilitator, der har det afgørende ord ved evt. tvivlsspørgsmål.

## Afslutning

I spilletidens sidste del, tælles point sammen og spillets vindende team findes.

## Gamification

Gamification vil sige at man anvender spilelementer i forbindelse med læring. "The Best Seller" er et læringsspil der er bygget op omkring gamification, og indeholder klassiske spilelementer så som regler, fremdrift, belønning, tid og historiefortælling. En meget vigtig del af spillet er det sociale element. Dvs. at folk samarbejder i teams og er i konkurrence mod andre teams. Det øger folks engagement og indlæring. Der er vigtigt at "konkurrencen" ikke overskygger det faglige, og det kan du som facilitator skrue op og ned på. Grupper kan reagere meget forskelligt, alt afhængig af sammensætning og profil. Du bestemmer derfor selv, hvor meget vægt du vil lægge på pointgivning, tidsstyring, kåring af vinder, indkøb af præmie, konsekvens ved snyd osv.

## Variation i spillet

For at skabe variation i spillet, kan du "afbryde" spillet og give alle teams en hurtig opgave de skal løse sammen i deres spilleteams. Efterfølgende kan de frelægge svar/resultat for hinanden. Du kan "afbryde" spillet én eller flere gange. Fortæl dem ikke på forhånd at du vil afbryde dem. Du uddeler f. Eks. 20 point til bedste svar. Når spillet er færdigt, kan du give alle teams 10 min. til at reflektere over dagens/spillets 3 vigtigste pointer, som efterfølgendes fremlægges i plenum.

## Forslag til program

Intro af spil – 10 min

Spil – 45 min

Afbrydelse/hurtig opgave – fra 10-40 min

Kort fremlæggelse fra hvert team i plenum – 2 min til hvert team

3 vigtigste pointer – 10 min

RHusk at holde pauser indimellem.



# STRATEGIER

## Lunar

- Elgrossist
- Internationalt marked.
- +3000 ansatte, regionsopdelt.
- Samme CEO i 10 år.
- Kultur: Standardisering og fokus på at kunderne køber online.
- Udfordring: Kunderne vil have flere services. Sælgere udfordres på faglighed.

## Safeline

- Producerer sikkerhedsudstyr.
- Europæisk marked.
- 70 ansatte.
- CEO i 22 år.
- Kultur: Eksekverer med stor kraft. Sælger via tillid og relationer. Har fokus på kvalitet. Fører meget detaljerede forhandlinger.
- Udfordring: Prisen. Konkurrenter udvikler hurtigt nye produkter med kort holdbarhed.

## Jysk Telepartner

- Laver tele- og softwareløsninger til kundeserviceafdelinger.
- Dansk marked
- 50 ansatte, Odense.
- Helt ny CEO, kommer udefra.
- Kultur: Fokus på markedsdifferentiering. Fejl er lig med læring. Har ofte ramt plet med nye produkter og services.
- Udfordring: Lav risikovillighed hos kunderne. At tjene på nye produkter, før konkurrenter kopierer.

## Top of the World

- Pick-up producent – til pladespillere
- High end kunder + DJ's.
- Primært det lokale marked.
- 10 ansatte, i hovedstaden.
- CEO i 2 år.
- Kultur: Passer på pengene.
- Udfordring: Pris ikke væsentlig. Men krav til nyudvikling og lav samlet omkostning.

## Domino House

- Dansk familieejet entreprenørfirma.
- Sælger mest på Sjælland, men har kunder over hele landet.
- 270 ansatte, København.
- Helt ny CEO, kommer udefra.
- Kultur: Grundighed og nulfejlskultur. Alt skal dokumenteres. Lange, detaljerede forhandlinger.
- Udfordring: Familiebestyrelse, bl.a. tidligere CEO, som kun har oplevet fremgang med ham ved roret.

## Klaphatten

- Merchandise butik.
- Dansk marked.
- 25 ansatte, Kolding.
- Ejerleder og sælger i alle 10 år.
- Kultur: Salg via relationer og anbefalinger. Næsten ingen online reklame. Sælger på pris og lynlevering.
- Udfordring: Procedure og strategi drives af entusiasme og hurtige tilbud. Kæmper mod Kina / onlinesalg.