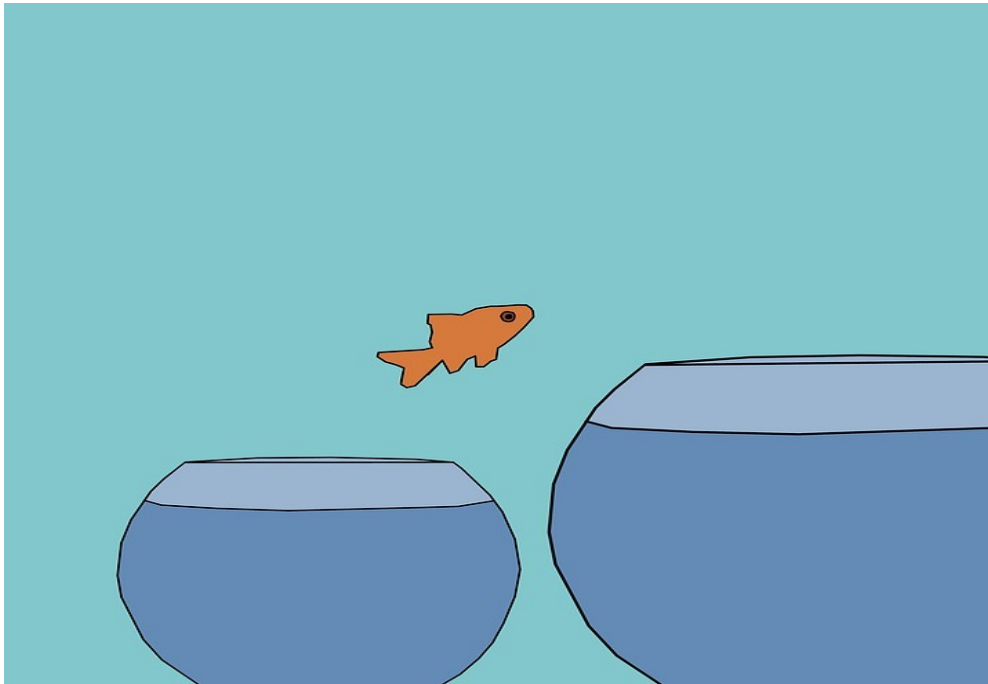


Herzlich willkommen zum 2. überbetrieblichen Kurs



Pixabay, Mohamed Hassan

Überbetrieblicher Kurs 2



Pixabay skeeze



Pixabay Werner Heibler



Pixabay, Adriano Gadini

- Produkte & Dienstleistungen
- Strategisches Management
- Absatz & Marketing
- Verkaufsprozess
- Beraten & Verkaufen (Informations- und Beratungsgespräch)
- Prozesseinheiten: Planung & Präsentationstechnik

Ziele

- **Branchenkunde:**
Wissen zu Produkten, Prozessen, Märkten und Kunden erarbeiten
- **Beraten & Verkaufen:**
Grundlagen erlernen, Gespräche führen
- **Prozesseinheiten PE:**
Arbeitsabläufe erkennen und dokumentieren
- **offene Fragen klären**



Pixabay kisistvan77

Programm Tag 1

- ▶ Inhalte, Ziele, Programm üK
- ▶ Einführung Memo
- ▶ Produkte & Dienstleistungen
- ▶ Strategisches Management
- ▶ Mittagspause
- ▶ Absatz & Marketing

Programm Tag 2

- ▶ Rückblick üK 1
- ▶ Verkaufsprozess
- ▶ Informations- und Beratungsgespräch

- ▶ **Mittagspause**

- ▶ Fachtest
- ▶ Prozesseinheiten PE
 - Planungsmethode IPERKA
 - Präsentationstechnik
- ▶ Statusübersicht - Lerndoku
- ▶ Ausblick und Feedback

Wertschöpfungskette



Funktionen des Handels

- ✓ Mengenausgleich
- ✓ Güteaussgleich
- ✓ Lager
- ✓ Transport
- ✓ Information
- ✓ Finanzierung
- ✓ Versorgung



Kursregeln: wie, was, wann?



Bild: Pixabay Gerd Altmann

Transfer- und Vorbereitungsaufträge

Transferaufträge

- Beschreibung Wertschöpfungskette
- Checkliste Arbeitsplatzgestaltung

Vorbereitungsaufträge:

- LLD, alle Lerndokumentationen mit Gesprächssituationen
- Statusübersicht oder Lernzielreport 5 Branchenkundentexte lesen, Fragen beantworten
- Produkt Lehrbetrieb, Produktdatenblatt ausgefüllt
- Kopien Offerte, Auftragsbestätigung, Lieferschein, Rechnung



Ich bin ...

Ich arbeite ...

Mein Lehrbetrieb handelt

Pixabay Brian Merrill

Ziele

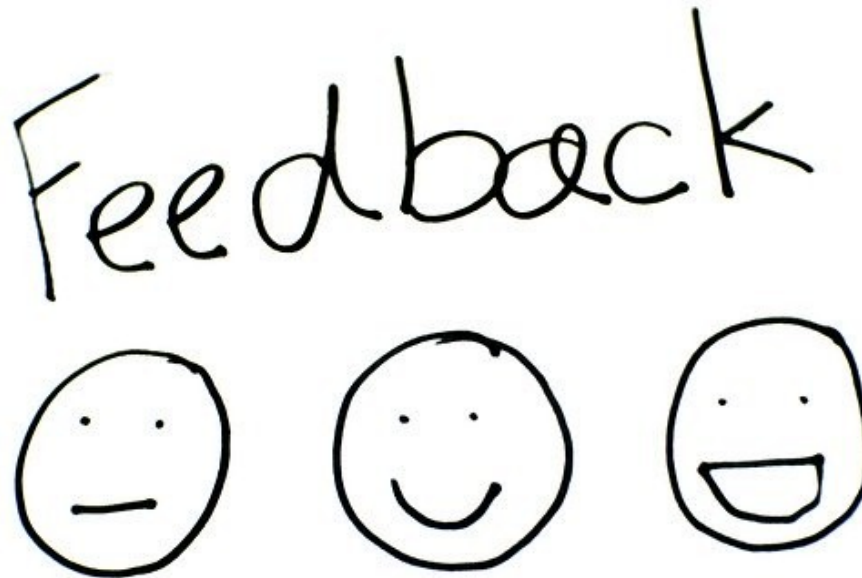
- **Branchenkunde:**
Wissen zu Produkten, Prozessen, Märkten und Kunden erarbeiten
- **Beraten & Verkaufen:**
Grundlagen erlernen, Gespräche führen
- **Prozesseinheiten PE:**
Arbeitsabläufe erkennen und dokumentieren
- **offene Fragen klären**



Pixabay kistvan77

Flashlight

- ▶ Was hat Ihnen heute besonders gut gefallen ?
- ▶ Was würden Sie anders machen ?



Pixabay Methawee Krasaeden

Produkte & Dienstleistungen



Ziele

- Produkte und Dienstleistungen unterscheiden
- Produkte und Dienstleistungen beschreiben
- Herstellungs- und Dienstleistungsprozesse erkennen und darstellen
- Normen
- Vorschriften und Normen unterscheiden



Güter unterscheiden

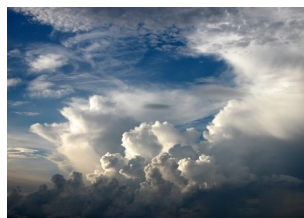
nach Verfügbarkeit

wirtschaftliche
Güter

freie
Güter



Pixabay Jerzy Górecki



Pixabay HarmonyCenter

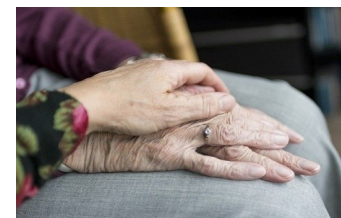
nach Sichtbarkeit

materielle
Güter

immaterielle
Güter



Pixabay openCliprt-Vectors



Pixabay Sabine van Erp

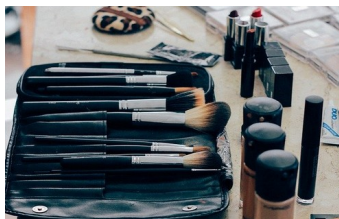
nach Verwendung

Produktions-
güter

Konsum-
güter



Pixabay Dimitris Vetsikas



Pixabay Free-Photos

nach Nutzungsdauer

Investitions-
güter

Gebrauchs-
güter

Verbrauchs-
güter



Pixabay Benas M.



Pixabay Michael Gaida



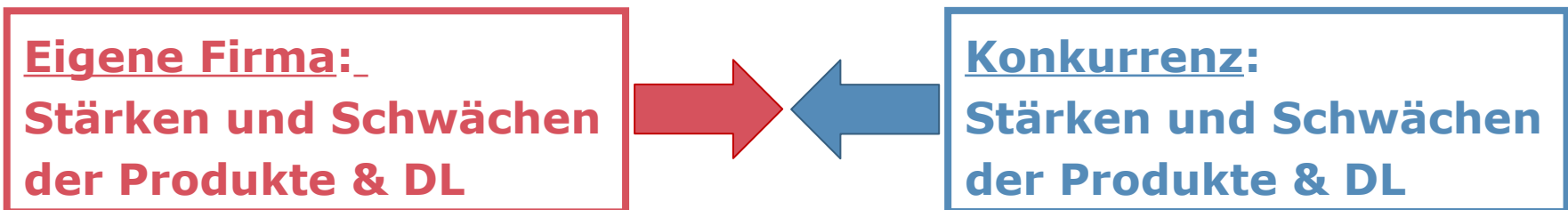
Pixabay kropekk pl

Zur Erinnerung



Produkte & Dienstleistungen beschreiben




Produkt oder Dienstleistung Lehrbetrieb:		Produkt oder Dienstleistung Konkurrenz:	
Merkmale, Besonderheiten, Zusatznutzen und Stärken des Produktes / der Dienstleistung	Schwächen des Produktes / der Dienstleistung	Merkmale, Besonderheiten, Zusatznutzen und Stärken des Produktes / der Dienstleistung	Schwächen des Produktes / der Dienstleistung



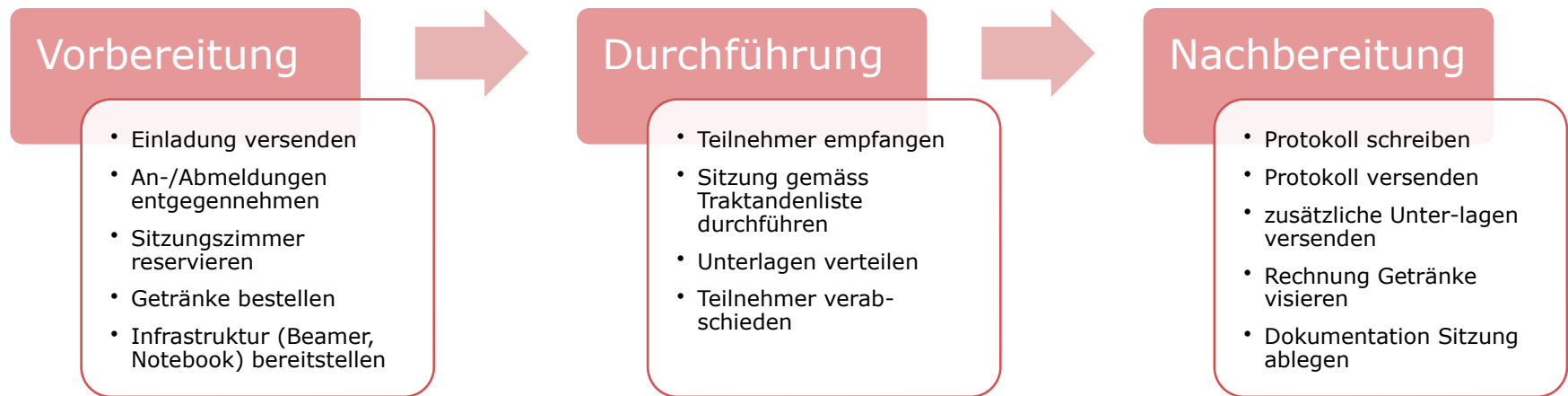
Herstellungsprozess (materiell)- T-Shirt



Herstellungsprozess (materiell) - T-Shirt

	<u>Arbeitsschritt</u>	<u>Anfallende Kosten</u>	<u>in</u>
 <p>Pixabay Anna Ventura</p>	<u>Konfektion</u> Zuschneiden Nähen Verpacken	Lohnkosten Konfektionierungskosten	China, Europa, Türkei, Indien
	↓		
 <p>Pixabay Stefano Ferrario</p>	<u>Verkauf</u> Verkauf an Kunden Gebrauch	Transportkosten Werbekosten Personalkosten	Europa
	↓		
 <p>Pixabay Manfred Antranias</p>	<u>Entsorgung</u> Weitergabe an Second-Hand-Shop, in Kleider-sammlung / Müll, Weiterverwendung als Putzfäden	Transportkosten Entsorgungskosten	Europa Afrika

Dienstleistungsprozess (immateriell)



Normen

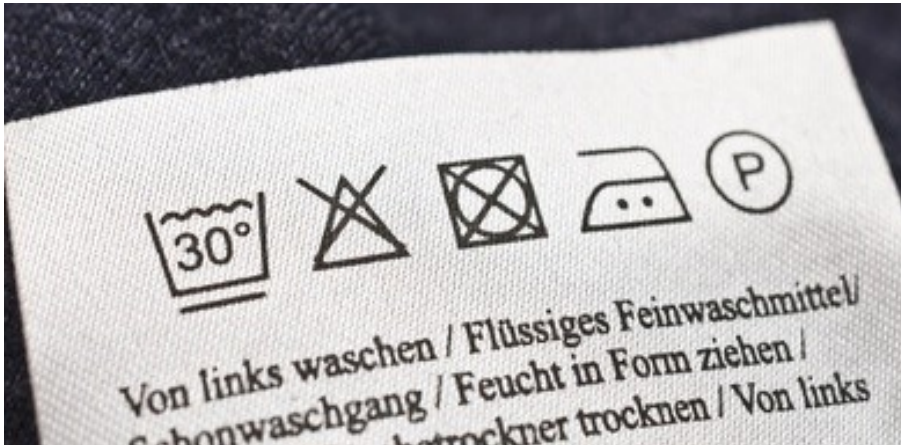


Pixabay Bruno Germany



Pixabay Clker-Free-Vector-Images

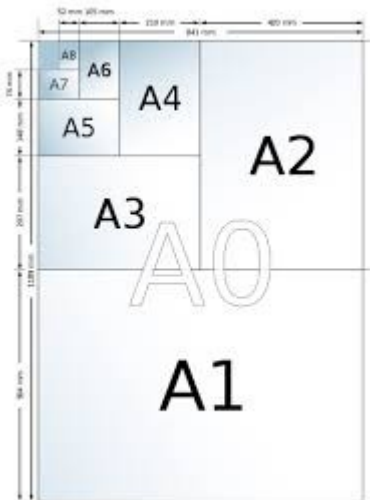
Normen: Beispiele



Rw-textilservice.de



Pixabay Pexels



Wikipedia.org



Otho-team.ch

Normen: Definitionen

Normung ist die planmässige, durch die interessierten Kreise (Industrie, Handel, Konsumenten, Gewerkschaften) gemeinschaftlich durchgeführte Vereinheitlichung von Gegenständen (und Verfahren) zum Nutzen der Allgemeinheit.

Normung ist der Ausdruck des Willens nach Vereinheitlichung und Auslese.

Normung ist die einmalige Lösung eines sich wiederholenden technischen oder organisatorischen Vorganges.

Ziele der Normung



Pixabay, cocoparisienne



Pixabay, Nicola Giordano

<http://www.hsm-service-mueller.de>

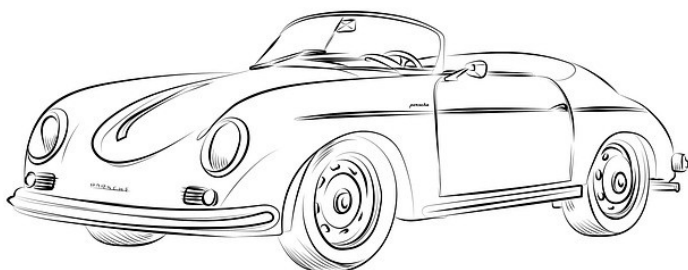


Pixabay, Alexas Fotos



Pixabay Gerhard Gellinger

Vorschriften - Normen



Pixabay, Sabrina B



Pixabay, Psaul Brennan



Pixabay, Michael Schwarzenberger



www.exlibris.ch

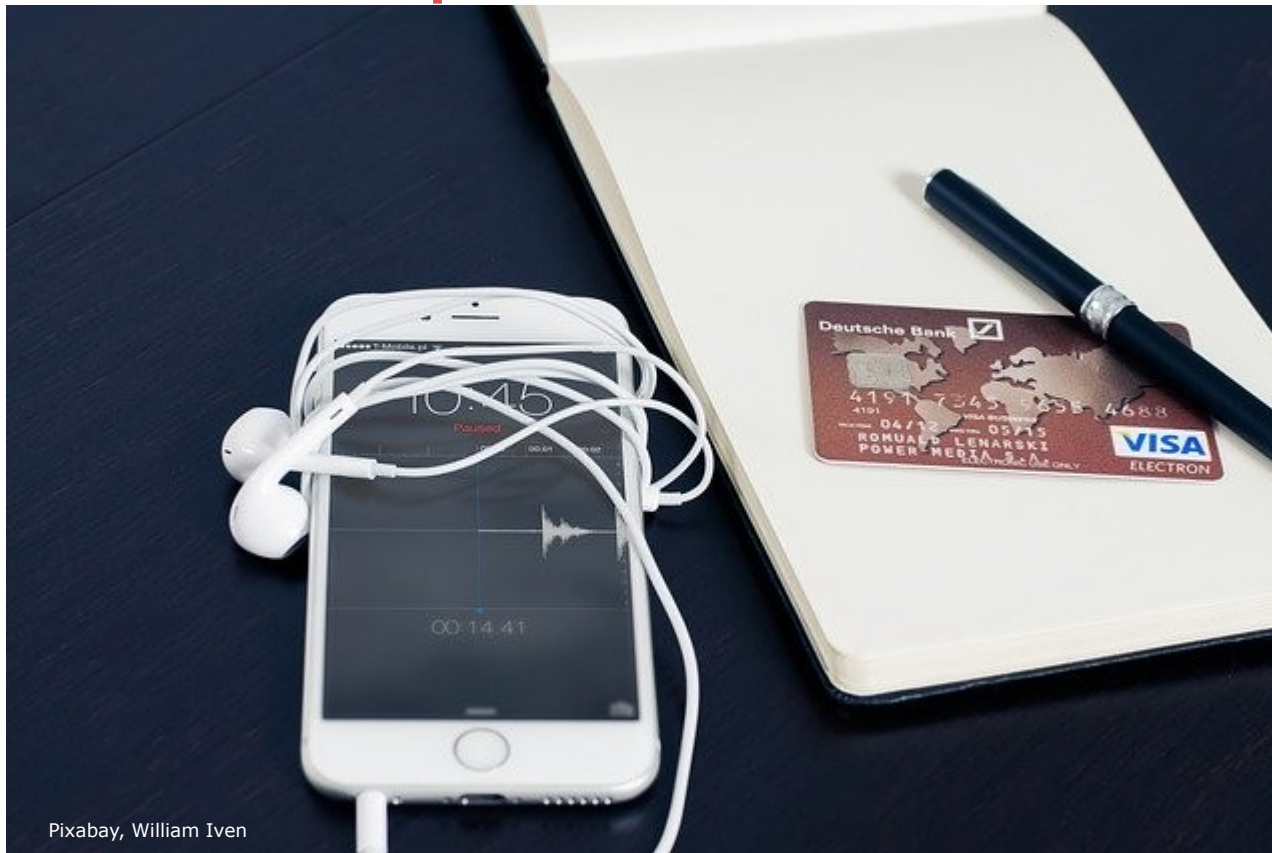


Pixabay, OpenClipart-Vectors

Nationale und internationale Normen



Verkaufsprozess



Ziele

- Sie können die Verkaufsprozesse in Ihrem Lehrbetrieb beschreiben.
- Sie kennen die in Verkaufsprozessen verwendeten Dokumente und deren Inhalte.



Verkaufsprozess im Handel (Bsp: B2B)

Offerte (Angebotserstellung)



Bestellung (Auftragserteilung)



Bereitstellung (Auftragsausführung)



Versand (Auslieferung)



Rechnung (Auftragsabschluss)

Verkaufsprozess im Handel (Bsp: Onlineshop)

Shopping Window 24h



Mobile Payment



Bestätigung per E-Mail



Versand



Kundenbefragung-bewertungen

Dokumente im klassischen Verkaufsprozess

Offertanfrage

Rechnung

Offerte

Lieferschein

Bestellung

Auftragsbestätigung


Auftrag Dokumente beschreiben

Auftrag	Sie erhalten von Ihrer üK-Leitung einen Flip-Chart mit Stichworten zu einem Dokument des Verkaufsprozesses. Tragen Sie zu diesem Dokument mit Hilfe der mitgebrachten Muster möglichst viele Informationen zusammen.
Sozialform	Gruppenarbeit 3-4 Teilnehmende
Hilfsmittel	Branchenkundentext, mitgebrachte Dokumente
Zeit	15 Minuten
Plenum	Präsentation der Dokumentbeschreibungen Fragen klären


Offerte

- Adresse des Offert Empfängers
- Adresse des Offert Erstellers
- Warenbeschreibung: Bezeichnung, Menge
- Preis
- Liefertermin, Lieferbedingungen
- Zahlungsbedingungen
- zeitliche Gültigkeit der Offerte
- Ort, Datum, Unterschrift
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
inkl. Gerichtsstand
- Beispiel Offerte: ⇔ [Offerte Vorlage.pdf](#)

Auftragsbestätigung

- Kunde (juristische Adresse, Rechnungs- und Lieferadresse, Referenznummern)
- Lieferant
- Auftragsnummer
- Datum Bestellung, Datum Bestätigung
- Umfang der Warenlieferung, Preis
Termine und Lieferort
- Kosten, Konditionen, Zahlungsabwicklung
Verweis auf Zusatzdokumente
- Beispiel:  [Vorlage Auftragsbestätigung.pdf](#)

Lieferschein

- Kunde (juristische Adresse, Rechnungs- und Lieferadresse, Referenznummern)
- Lieferant
- Auftragsnummer
- Umfang der Warenlieferung, Mengen
- Versandart, Spediteur
- Termine und Lieferort
- Beispiel:  [Lieferschein Vorlage.pdf](#)

Rechnung

- Empfänger und Absender
- Rechnungsdatum
- Lieferumfang: gelieferte Produkte, Mengen
- Preise, Rechnungsbetrag
- Zahlungsbedingungen
- UID-Nummer mit Zusatz MWST (7.7%)

Seit 2022 gibt es nur noch QR Rechnungen oder eBill.

- Beispiel QR-Rechnung:  [Beispiel QR-Rechnung](#)

Rechnung mit Zahlteil

Zahlteil QR-Rechnung

Unterstützt
Überweisung



Währung	Betrag
CHF	3 949.75

Konto

CH58 0079 1123 0008 8901 2

Zahlungsempfänger

Robert Schneider AG

Rue du Lac 1268

CH-2501 Biel

Zusätzliche Informationen

Rechnung Nr. 3139 für Gartenarbeiten und
Entsorgung Schnittmaterial.

Zahlungspflichtiger

Pia Rutschmann

Marktgasse 28

CH-9400 Rorschach

Zahlbar bis

31.10.2019

Strategisches Management



Von der Vision zur Strategie

- Die **Vision** ist der Wegweiser:

«Wer sind wir?»

«Was tun wir?»

«Wohin wollen wir?»



Pixabay, gino Crescoli

- Die Vision wird im schriftlichen **Leitbild** festgehalten.
- Das Leitbild wird allen Mitarbeitenden zugänglich gemacht und verleiht der Unternehmung eine Identität.

Von der Vision zur Strategie

- Umfeld Handelsbetrieb
 - Anforderungen Stakeholder
(Kunden, Mitarbeitende, Lieferanten, Kapitalgeber usw.)
 - Abhängigkeiten
(Verfügbarkeit von Ressourcen, gut ausgebildetes Personal, technologische Entwicklung)
- ▶ In der **Strategie** wird festgehalten, wie der Handelsbetrieb **langfristig** mit diesen Themen umgehen will.
- ▶ Im Rahmen der Strategie-Entwicklung wird eine sogenannte **SWOT-Analyse** gemacht.

SWOT-Analyse

Innen-Sicht, direkt beeinflussbar

Wo sind wir stark, wo sind wir schwach?

Stärken (**S**trengths)

eigene Patente

Wissen der Mitarbeitenden

Schwächen (**W**eaknesses)

Abhängigkeit von einz. Lieferanten

fehlende Prozessbeschreibungen

Aussensicht, nicht beeinflussbar

Wie können wir Chancen nutzen oder Gefahren abwenden?

Chancen (**O**pportunities)

neue Absatzwege

Einsatz neuer Technologien

Gefahren (**T**hreats)

Entwicklung der Finanzmärkte

Verfügbarkeit von Rohmaterialien

Von der Strategie in die Organisation

- Neben der Unternehmens-Strategie können davon abgeleitet auch für die einzelnen Abteilungen oder Bereiche Strategien entwickelt werden.

- Beispiele

- ✓ Beschaffungs-Strategie
- ✓ **Marketing-Strategie**
- ✓ Logistik-Strategie
- ✓ ...



Pixabay, StartupStockPhotos

strategisch oder operativ?

■ strategisch

- ✓ langfristige Sicht (2-3 Jahre)
- ✓ durch Geschäftsleitung
- ✓ Intervall: jährlich

■ Tätigkeiten am Beispiel des Marketings:

- Budget festlegen
- Angebot definieren
- Festlegen der Zielgruppen

■ operativ

- ✓ kurzfristige Sicht
- ✓ durch Mitarbeitende
- ✓ Intervall: täglich
«Tagesgeschäft»

■ Tätigkeiten am Beispiel des Marketings:

- Aktionen organisieren
- Sortimentspflege
- Kunden beraten

Umsetzung der Strategie



Eine Strategie kann nur dann erfolgreich sein, wenn diese Reihenfolge konsequent eingehalten und jede Ebene von der darüberliegenden Ebene abgeleitet wird.

Strategisches Management

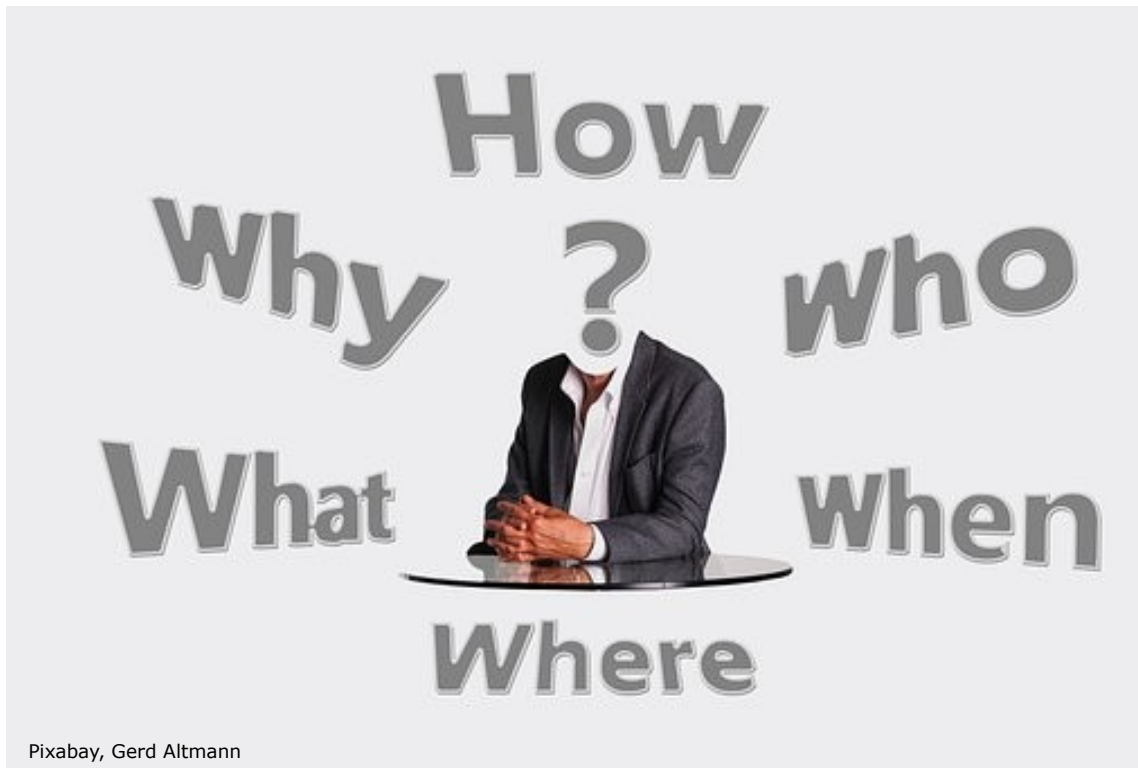
- Bilden Sie 2er Gruppen
- Erklären Sie einander gegenseitig und in eigenen Worten, was strategisches Management bedeutet.
- Greifen Sie dabei auf die Begriffe zurück, welche zu Beginn von der üK-Leitung auf Flipchart notiert wurden.
- Stellen Sie anschliessend im Plenum Verständnisfragen.
- Zeit: 5-10 Minuten



Pixabay, Gerd Altmann

Beraten & Verkaufen

Informations- und Beratungsgespräche



Ziele

- Sie kennen verschiedene Aspekte einer professionellen Gesprächsführung und wenden diese an.
- Sie können Gespräche vorbereiten, durchführen und nachbereiten.
- Sie führen ein Informations- und Beratungsgespräch durch.



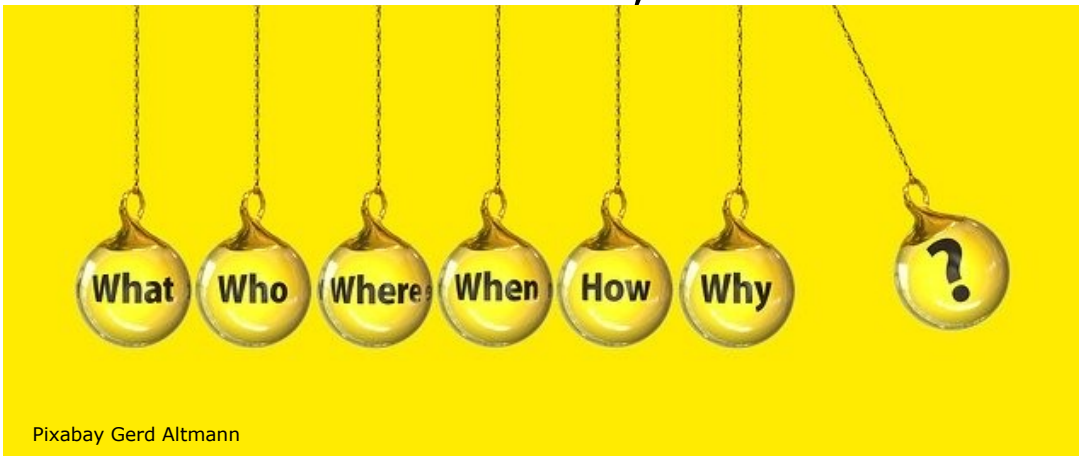
Bild: Pixabay kistvan77

Auftrag Analyse eigene Gespräche

Auftrag	Sie beschreiben in Ihren Lerndokumentationen Gespräche. Analysieren Sie eines dieser Gespräche anhand des verteilten Formulars. Was ist Ihnen gut gelungen? Was können Sie noch verbessern? Was für Erkenntnisse ziehen Sie aus diesem Gespräch für weitere Gespräche?
Sozialform	Einzelarbeit
Hilfsmittel	Formular Gesprächsanalyse, Text
Zeit	15 Minuten
Auswertung	Formulieren Sie im Plenum eine für Sie wichtige Erkenntnis aus Ihrer Analyse.

Informations- und Beratungsgespräche

- Was möchte mein Gegenüber wissen?
- Was weiss mein Gesprächspartner bereits?
- Welche Informationen möchte / muss ich weitergeben?
- Was muss ich wissen, um das Anliegen zu bearbeiten
- Wer kann mir helfen, wenn ich Hilfe brauche



Auftrag Informations- und Beratungsgespräche

Auftrag	<p>Sie bereiten je ein gutes und ein schlechtes Informations- und Beratungsgespräch vor und erstellen je ein Video davon.</p> <p>Dabei achten Sie auf die Gesprächsphasen und eine gute verbale und nonverbale Kommunikation.</p>
Sozialform	Gruppen à 3 Teilnehmer/innen
Hilfsmittel	Auftrag, Branchenkundetext, Smartphone
Zeit	siehe Auftrag
Auswertung	Filmvorführung, Erkenntnisse besprechen, Fragen klären

Gespräche

Kaufleute sind Fachleute für mündliche Kommunikation.
Gespräche werden geführt mit

- Kunden
- Lieferanten
- Dienstleistungserbringern
- Mitarbeitenden der eigenen oder einer anderen Abteilung
- Vorgesetzten
- staatlichen Stellen



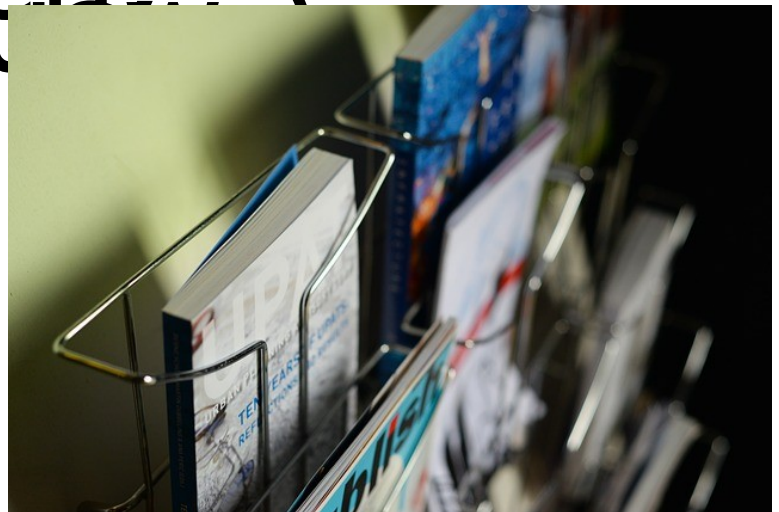
Pixabay, Ibrahim Adabara

Gesprächsinhalte

Gespräche werden geführt über

- gewünschte Informationen und Auskünfte
- Mitarbeiterbarkeit von Abläufen, Dokumenten, (Berechnungen, ...)
- Bestellterminen
- Produkte, M
- Lieferungen
- Rechnungen

?



Pixabay, Rudy and Peter Skitterians

Professionelle Gesprächsabwicklung

Gesprächsvorbereitung



Gesprächsdurchführung



Gesprächsnachbereitung

Gespräche vorbereiten

- Inhaltliche Vorbereitung (W-Fragen)
- Informationen beschaffen (wo?)
- Hilfsmittel benutzen (welche?)
- Umgebung und mich selbst vorbereiten (wie?)



Pixabay, Gerd Altmann

4 Gesprächsphasen

- Gesprächseröffnung
- Bedarfserfassung
- Angebot, Problemlösung
- Vereinbarung, Abschluss



Pixabay, TeroVesalainen

Aktiv zuhören, Kundenorientierung

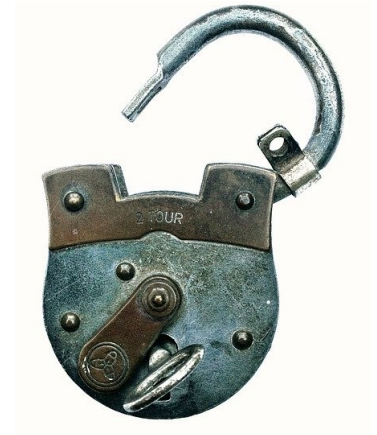
- Mimik, Gestik: Blickkontakt, Lächeln, Kopfnicken
- Gegenüber mit Namen ansprechen
- aufmerksam sein, Interesse zeigen (auch in der Haltung und den Bewegungen)
- Notizen machen
- Rückfragen stellen



Pixabay, Gerd Altmann

Fragetechnik

- offene Fragen:
 - W-Fragen: Wer ...? Wo ...?
Wie lange ...? ... bis wann ...?
 - öffnen das Gespräch
 - Gegenüber kann von sich erzählen,
ich lerne Gegenüber besser kennen
- geschlossene Fragen:
 - können mit Ja oder Nein beantwortet werden
 - führen Entscheidungen herbei
 - dienen zur Verständniskontrolle



Pixabay, LoboStudioHamburg

Gespräche nachbereiten

- sofort Gesprächsnotiz erstellen
- Vorgesetzte / andere Mitarbeitende informieren
- vereinbarte Massnahmen einleiten:
 - Rückruf erledigen
 - Offerte senden
 - Prospekte, Muster, Unterlagen zustellen
- überprüfen, ob das Gesprächsziel erreicht wurde



Pixabay, nile

Reden wir über das *nicht Sprechen*

- Verbal: Sprache (Worte)
- Paraverbal: Stimme (Tonalität)
- Nonverbal:
 - Haltung
 - Nähe und Distanz
 - Mimik
 - Blick
 - Gestik



Rhetorik-lernen.net

Absatz & Marketing



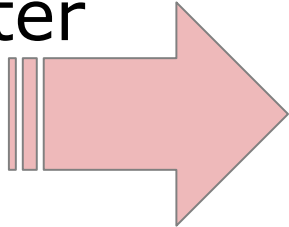
Ziele

- Sie wissen, was Marketing ist und kennen die heutigen Herausforderungen, denen sich das Marketing stellen muss.
- Sie wenden den Marketing-Mix auf ein bestimmtes Produkt an.



Pixabay kisistvan77

Wissenstransfer Berufsfachschule - üK

- Berufsfachschule
 - Basiswissen Marketing-Mix
 - W+G 1. Semester
- 
- üK
 - praktische Anwendung am konkreten Produkt
 - unter Einbezug des Wissens aus Schule und Lehrbetrieb

Was ist Marketing?

Wortherkunft:

to market = Handel treiben

Mar·ke·ting

Substantiv, Neutrum [das]

WIRTSCHAFT

Alle Aktivitäten eines Unternehmens, die den Absatz fördern durch:

- Betreuung der Kunden
- Werbung
- Beobachtung und Lenkung des Marktes
- Steuerung der eigenen Produktion

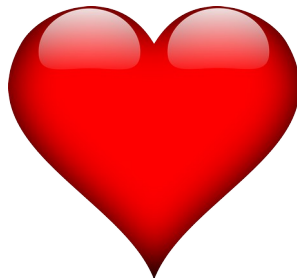
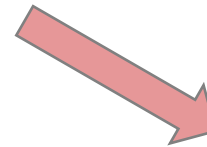


Pixabay, Phil Schreyer

Was ist Marketing? - Mehr als nur Werbung!



Pixabay, Gerd Altmann



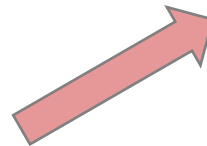
Pixabay, OpenClipart-Vectors



Pixabay, Roy Burri



Pixabay, silviarita



Marketing goes digital

Als die Marketing-Welt noch in Ordnung war:



Pixabay, srgd.ch

Die ganze Schweiz versammelt sich pünktlich um 19.30h vor dem Fernseher.

MARKETING-ELDORADO!

Doch dann kam Steve Jobs:

2007



Pixabay, TeroVesalainen

2007 lanciert Apple das erste iPhone und revolutioniert die Art des Einkaufens und Kommunizierens.

DISRUPTIVE TECHNOLOGIE!

Folgen für Marketing und Handel



De.cleanpng.comch

Bewertungen



Wählen Sie unten eine Reihe aus, um Bewertungen zu filtern.

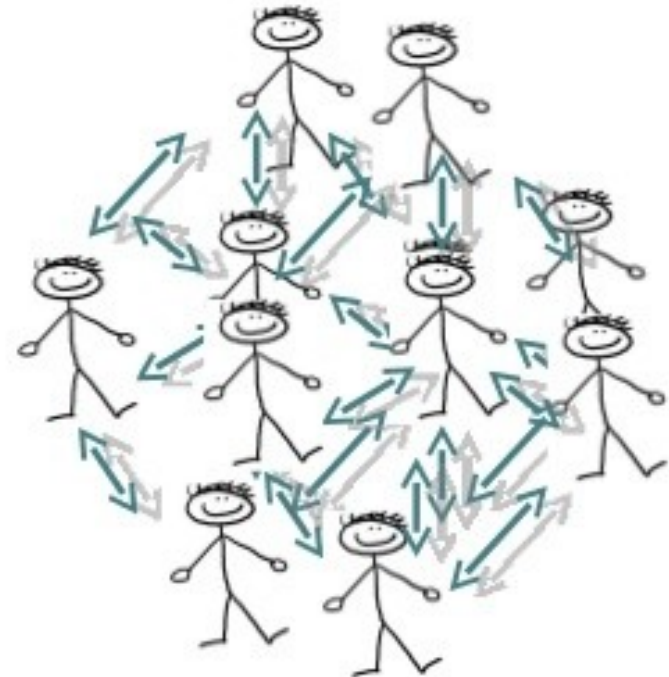
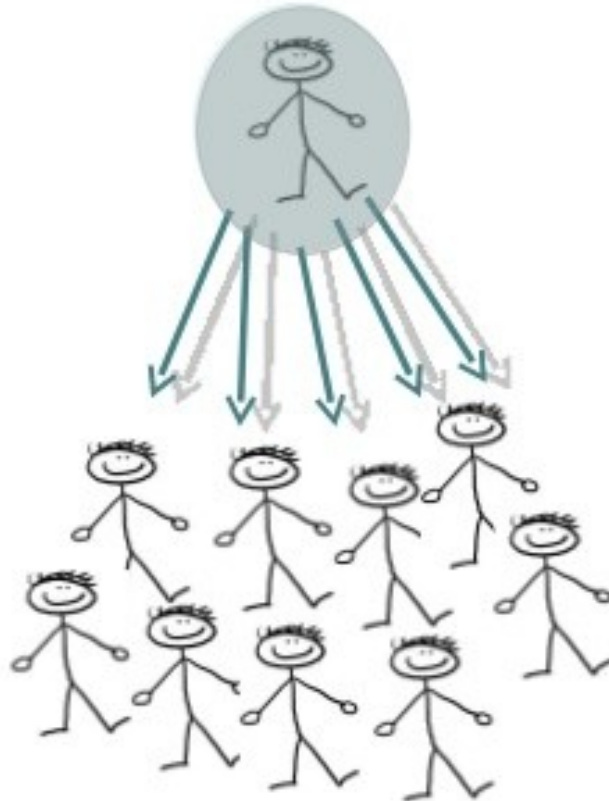


Gesamt ★★★★★ 4,4

Coop.ch

Dm.de

Fazit



Bildquelle: www.kimjillian.blogspot.com

Marketingmethodik

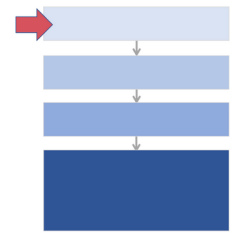
Was wünschen die Kunden?

Welches ist unser Ziel?

Auf welchem Weg wollen wir dieses Ziel erreichen?

Welche Instrumente müssen wir dafür einsetzen?





Marktforschung

Marktforschung

versorgt das Unternehmen mit wesentlichen Informationen über die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden

Primärforschung

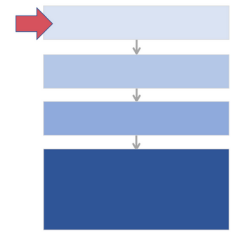
- zeitaufwändig, komplex und teuer
- oft externe Profis (Marktforscher), die das erledigen

Sekundärforschung

- vorhandenes Datenmaterial
- inner- und ausserbetrieblich



Pixabay, Pexels

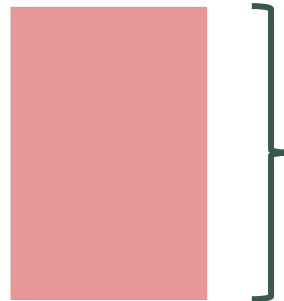


Potential, Volumen, Anteil



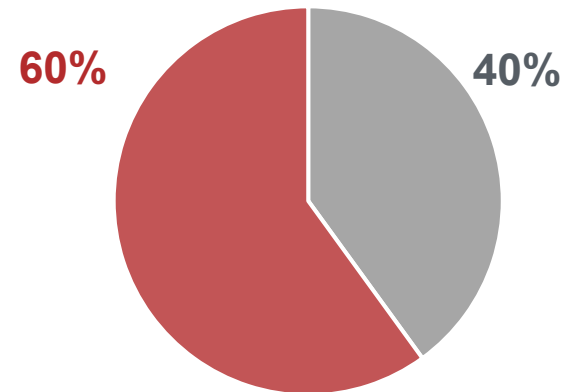
Marktpotenzial

theoretisch mögliche
Verkäufe pro Jahr



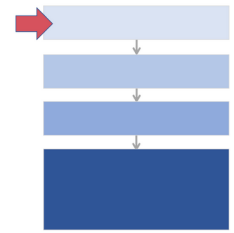
Marktvolumen

effektive Ver-
käufe pro Jahr



Marktanteil

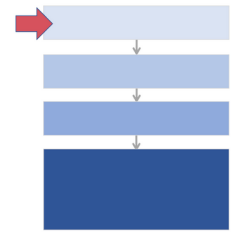
Anteil am
Marktvolumen



Kunden

Kunden: Arten von Geschäftsbeziehungen

B2B Business to Business	Verkäufer und Käufer sind Unternehmen
B2C Business to Consumer	Verkäufer ist ein Unternehmen, Käufer ist ein Endkonsument
C2B Consumer to Business	Verkäufer ist eine Privatperson, Käufer ist ein Unternehmen
C2C Consumer to Consumer	Verkäufer und Käufer sind Privatpersonen



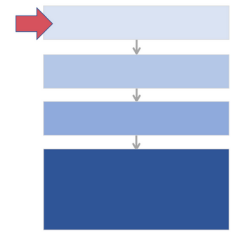
Marktanalyse: Kunden

Der Kunde ist entscheidend:

Er entscheidet über "Sein oder Nichtsein" eines Unternehmens.

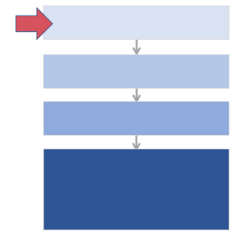


Pixabay, Gerd Altmann



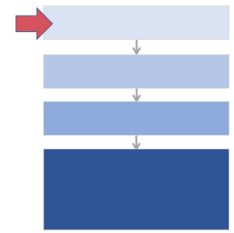
Produktorientierte Sichtweise - Nutzen?

Unternehmen	Produktorientierte Sichtweise	Nutzerorientierte Sichtweise
Apotheke	Verkauf von Medikamenten	<p>Welches KUNDENBEDÜRFNIS steckt dahinter?</p> <p>Was ist der Kundennutzen?</p>
Finanzdienstleister	Verkauf von Kapitalanlagen	
Getränke-Anbieter	Verkauf von Getränken	
Kosmetikhersteller	Verkauf von Kosmetikartikeln	



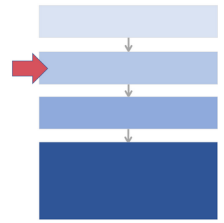
Produktorientierte Sichtweise - Nutzen?

Unternehmen	Produktorientierte Sichtweise	Nutzerorientierte Sichtweise
Apotheke	Verkauf von Medikamenten	Gesundheit, Wohlbefinden
Finanzdienstleister	Verkauf von Kapitalanlagen	Wohlstand, Sicherheit
Getränke-Anbieter	Verkauf von Getränken	Genuss, positive Gefühlswelt, Status
Kosmetikhersteller	Verkauf von Kosmetikartikeln	Schönheit, Attraktivität, ewige Jugend



Auftrag Analyse Kundengruppen

Auftrag	<p>Nennen Sie kurz, in welcher Geschäftsbeziehung Ihr Lehrbetrieb zu den Kunden steht (B2B oder B2C).</p> <p>Beschreiben Sie dann anhand der "7 Ks" die Kunden aus Ihrem Lehrbetrieb (für ein Produkt, eine Produktgruppe oder das Sortiment).</p>
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	15 Minuten
Hilfsmittel	Branchenkundentext Absatz & Marketing, Kundenanalyse 7 Ks



Marketing-Ziele

Inhalt:

Was wollen wir erreichen?
(→ **Konkrete Ziele**)

Ausmass:

Wie viel wollen wir erreichen?
(→ **Dimensionen**)

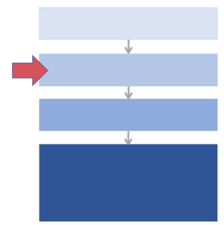
Zeitbezug:

Bis wann wollen wir es erreichen?
(→ **Zeitraum, Zeitpunkt**)

► SMARTe Ziele

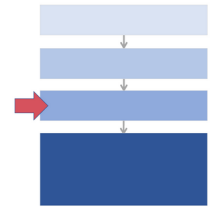


Pixabay kisistvan77



Auftrag Zielformulierung

Auftrag	Formulieren Sie Ihr persönliches Ziel <ul style="list-style-type: none">• Spezifisch und Schriftlich• Messbar• Abstimmt und Akzeptiert• Realistisch• Terminiert in Bezug auf die kaufmännische Grundbildung.
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	10 Minuten
Hilfsmittel	Branchenkundetext Absatz & Marketing, Marketingziel - SMART



Marketing-Strategie

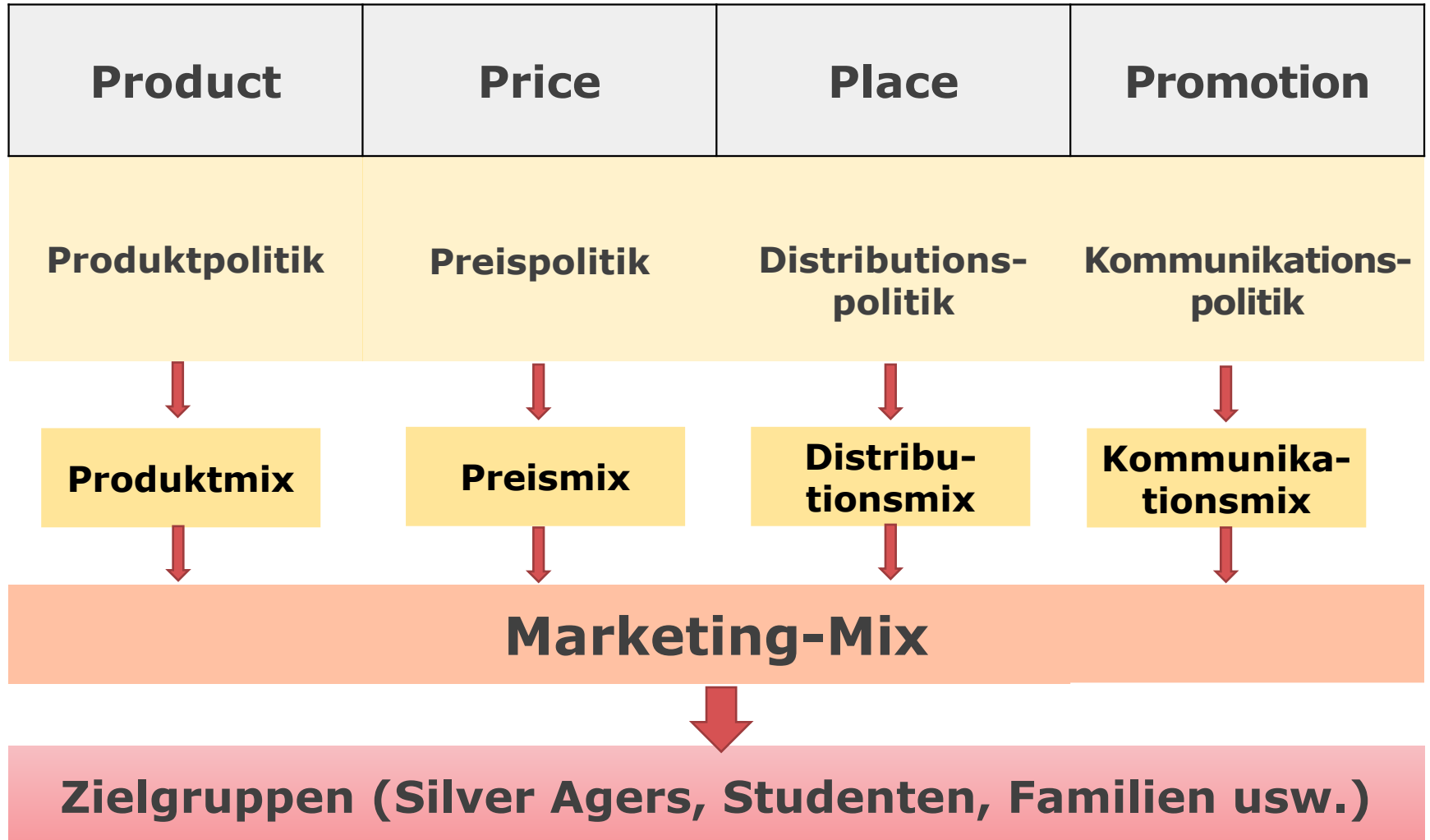
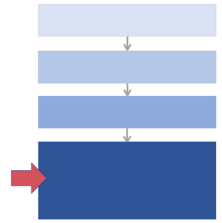
Zum Beispiel:

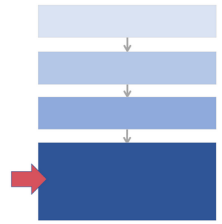
- Expansion, Konsolidierung, Schrumpfung
- Konzentration, Streuung
- Innovation, Marktentwicklung



Pixabay, Gerd Altmann

Marketing-Instrumente





Marketingmix 4 P + 3 P

Klassisches Marketing:

4 P

- Product
- Price
- Place
- Promotion

Dienstleistungs- marketing:

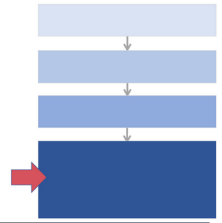
+ 3 P

- Process
- People
- Physical Facilities



Bildquelle: www.professionalacademy.com/

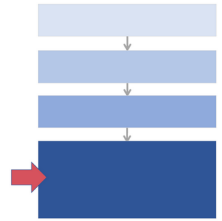
Product - Produkt



Vollsortimenter:
Supermarkt bis
40'000 Artikel im
Sortiment



Product - Produkt

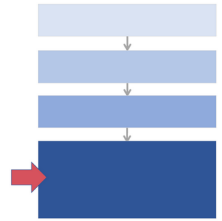


- Nutzen Produkt für Kunden?
- Eigenschaften Produkt?
- Gestaltung Produkt?
- Serviceleistungen, Zusatzangebote?
- Sortimentspolitik, Zusammensetzung Produktprogramm?
- Markenartikel, Eigenmarke oder No-Name-Produkt?
- Verpackung, Verpackungsmaterialien?



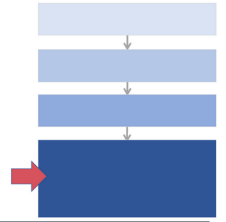
Watson, eskimo

Price - Preis



Tagesspiegel.de

Price - Preis



- Preis Produkt → eigene Kosten
Konkurrenz, Nachfrage
- Preisschätzung Anbieter
- Preisvorstellung Kunden
- Preisbereitschaft Kunden
- Preisklassen: Hoch-, Mittel-
oder Tiefpreiskategorie

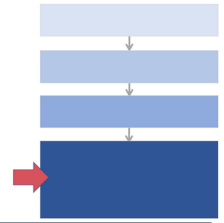


Pizzeria michelangelo



okpunktstrich.ch

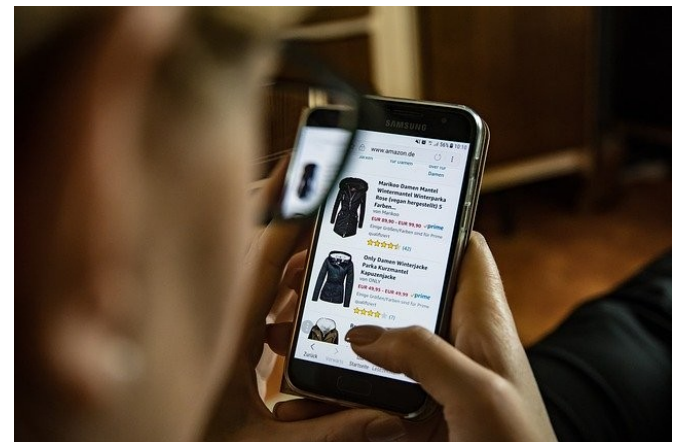
Place - Distribution



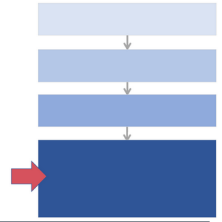
- Distributionskanal:
direkter oder indirekter Absatzweg?
- Verkauf vor Ort / im Webshop?
- E-Distribution?
- neue Konzepte: Multichannel?
Cross-Channel? Pop Up Store?
- Verkaufsstandort: Lage, Kundenfrequenz, Konkurrenz, Kosten, Personal usw.



Pixabay, Free-Photos



Pixabay, Hannes Edinger



Place - Distribution

Welche drei Faktoren sind für erfolgreiches Handelsmarketing am wichtigsten?

1. Location
2. Location
3. Location



Justdial.com



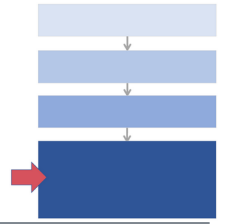
Stall6.ch



Pixabay, Gerhard Bögner



Barfi.ch



Promotion - Kommunikation

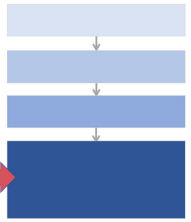
- Werbung mit welchen Werbemitteln? Kosten? Zeitraum?
- Verkaufsförderung: Einsatz welcher Mittel? Gestaltung Verkaufsräume? Warenpräsentation?
- Persönlicher Verkauf auf welchem Weg?
- PR für das Unternehmen mittels welcher Möglichkeiten? In welchem Zeitraum? Über welche Kanäle?

Wichtig:

**Zeitliche Abstimmung
aller Massnahmen!**



Pixabay, horizont.net / 123rf.com



Herausforderung für die Kommunikation →

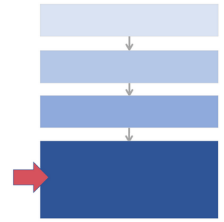
- klassische Werbung erreicht immer weniger Kunden
- steigende Werbeflut - sinkende Wahrnehmung
- Informationsüberlastung der Kunden
 - Abwendung von Massenkommunikation
 - verstärkt Direktmarketing (Onlinemarketing)
- Zielgruppen in welchen Netzwerken / Medien?
- richtige Ansprache entscheidend
- Kommunikation mit der Zielgruppe statt Werbebotschaften ausstrahlen

PROMOTION



Pixabay, muneebfarman / 123rf.com

AIDA-Prinzip



Attention

Aufmerksamkeit erzeugen



Pixabay, Immo Schulz-Gerlach

Interest

Interesse hervorrufen



Pngimage.net

Desire

Besitzwunsch erzeugen und verstärken



dcowoerner.com

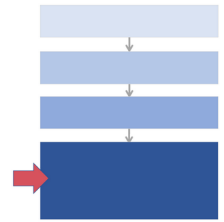
Action

Kaufhandlung auslösen



fettsack.ch

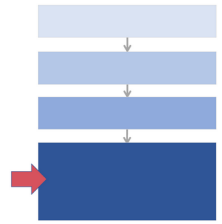
Auftrag Inserat - Flyer - Werbebrief



Auftrag	<p>Finden Sie in einem Inserat, einem Werbebrief, einem Flyer oder einem Plakat für einen beliebigen Artikel die vier Komponenten des AIDA-Prinzips.</p> <p>Die Kursleitung gibt Ihnen entsprechende Beispiele ab.</p>
Sozialform	2er- oder 3er-Gruppen
Zeit	10 Minuten
Auswertung	Galerie im Plenum: Überprüfung der Lösungen

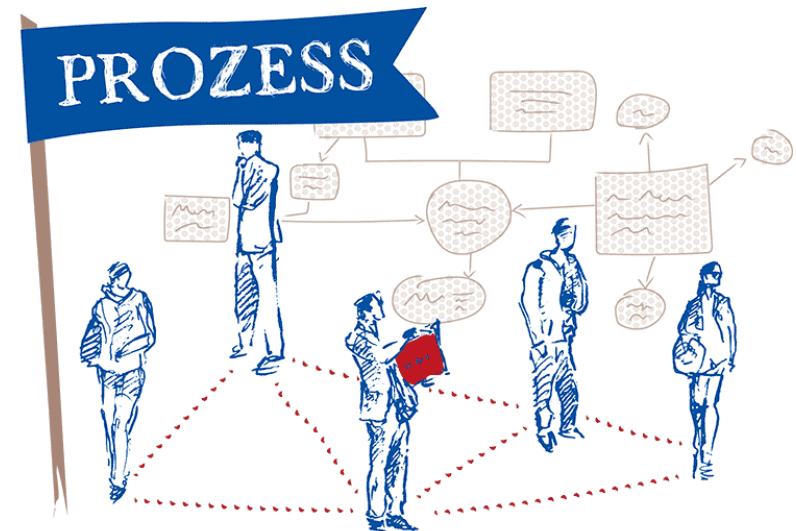
PROMOTION

Process - Prozess

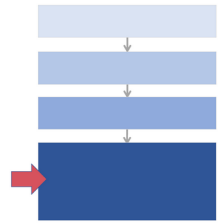


- Auftragsabwicklung
Bestell- oder Registrationsprozess,

Auftragsbestätigung
- Leistungsprozess
Lade- / Wartezeiten beim
Kaufprozess
Zuverlässigkeit Zahlungssysteme
- Warenlogistik
Lieferfristen, Warenverfügbarkeit



magellan.gmbh



Physical Facilities - Ausstattungspolitik

- Physikalische Ausstattung
Eingesetzte Baumaterialien, Gebäude, Rezeption, Schalterhalle
- Qualitätsvermittlung
Haptik, Akustik, Schwere, Leichtigkeit
- Physischer Bezug zum Produkt
Dokumentenmappe, Ticket usw.

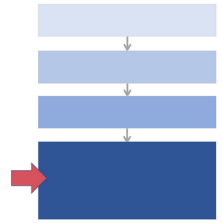


Pixabay, de.wikipedia.org

PAX-Gebäude Basel

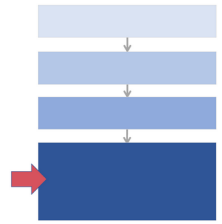


People - Personalpolitik



- Auftrittsgqualität
Freundlichkeit, Korrektheit
gepflegtes Auftreten
- Servicequalität
Entscheidungskompetenzen,
Abwicklung
- Beratungsqualität
fachliche Kompetenzen,
Ehrlichkeit, Vertrauen



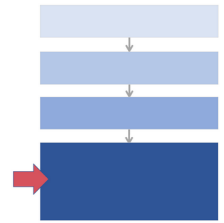


Marketing-Mix – 7 P



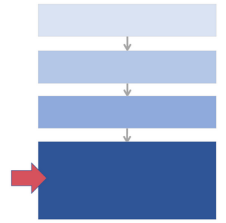
Bildquelle: www.professionalacademy.com/

Auftrag Marketing-Mix entwickeln



Auftrag	<p>Sie entwickeln im Team einen Marketing-Mix für ein mitgebrachtes Produkt. Die Hilfstabelle dazu erhalten Sie von Ihrer üK-Leitung.</p> <p>Bereiten Sie für Ihren Marketing-Mix eine aussagekräftige Präsentation von 10 Minuten Dauer vor.</p> <p>Gestalten Sie Ihre Präsentation interessant und ansprechend. Verwenden Sie mindestens zwei Medienmittel dafür.</p>
Sozialform	3 Gruppen zu 3 oder 4 Teilnehmenden
Zeit	30 Minuten
Auswertung	Präsentation im Plenum: 3 x 10 Min

Online Marketing Basiswissen



- Online Marketing als rasant wachsende Disziplin im Marketing
- daraus hat sich ein ganzer Wirtschaftszweig entwickelt
- in vielen KMUs Knowhow noch nicht vorhanden
- immer komplexer und technischer:
Big Data gekoppelt mit Individualisierung
- Marktanteil Google in der Schweiz: 94%

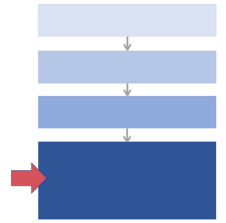


Pixabay, google.ch



Google: Adwords
Google: Analytics
Google: Chrome
Google: Pay
Google:.....

Aktuelle Marketing Trends



...anhaltende Trends

Personalisierung und Datenschutz

Content Marketing (Storytelling)

Videomarketing

Suchmaschinenmarketing

Socialmedia: Influencer/Messaging Apps als e-Commerce Plattform (Tik Tok!)

Augmented Reality (AR) für Produkte (Mister Spex-Website/Sephora-App/Ikea-App)

Commerce Chat (Videochat mit integriertem Onlineshop)

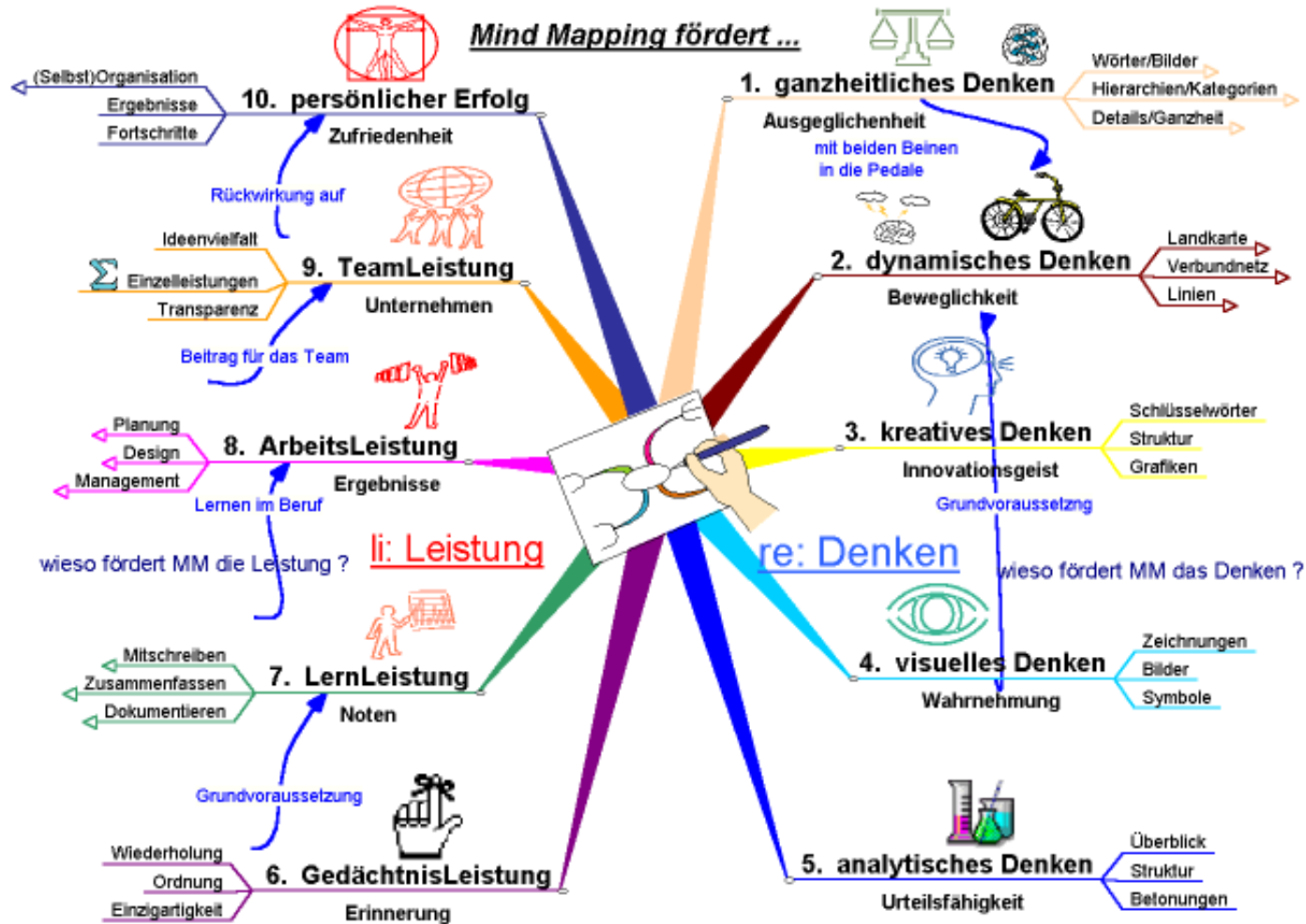
..kommende Trends

Voice Search&Smart Speakers (Apple: Siri, Amazon Echo: Alexa)

Darg and Drop (Bilder verkleinern)

Artificial Intelligence

Memos: ...Mindmapping...



flickr, jean-louis Zimmermann

Memos: ...Storytelling...



Pixabay, Clker-Free-Vector-Images

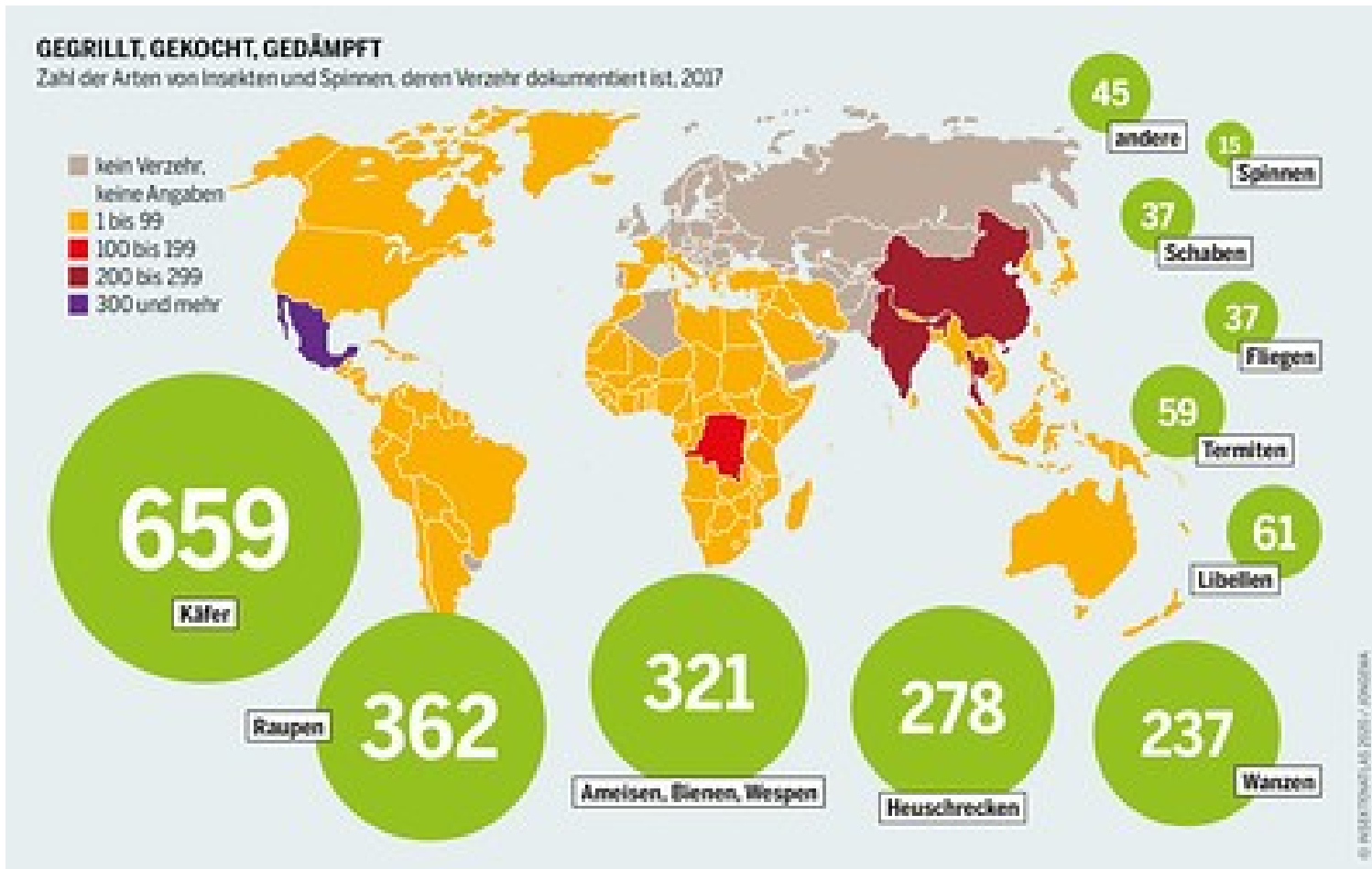
Memos: ...keywords...

zum Begriff Management



Pixabay, Gerd Altmann

Memos: Infografik



Heinrich-Böll-Stiftung: Insektenatlas 2020

Memos: ...sketchnotes...

AUFBAU
 ○ KREIS SCHLAGEN
 EINFÜHRUNG - ENDE



LEHRZIELE
 - Präsentationsstil erkennen
 - Strickmuster
 - BEOBACHTEN

FEEDBACK MAKES
 A MASTER
 → SKIP WITH RADAR



PRÄSENTIEREN
 wie
 EIN PROFI

SPRACHE
 - PAUSEN: MITZÄHLEN BIS ZU 5" NACH WICHTIGER AUSSAGE
REDE MIT BILDERN
 REDEN ist langsamer als DENKEN

- Clear Message Structure
1. Titel
 2. Einleitende Worte (Teaser)
 3. Thema (1 Satz) < 15 Wörter
 4. Behauptung, These
 5. Selbstpräsentation
 6. Überblick
 7. Nutzen
 - profit
 - peace of mind
 - pleasure
 - pride
 8. Argumente ~ 3 Stück
 9. Zusammenfassung
 10. Appell

MATERIALIEN
 - FLIP CHART: mit Bleistift auf Flip vorbereitet → Notizen
 - ARTEFAKT ist immer gut noch besser ein aktuelles
 - CHECKLISTE um alles dabei & bereit zu halten
 - Zuerst ZEICHNEN, umdrehen, dann SPRECHEN

GESTIK
 ○ Du bist nie alleine, mind. zu 3.
 du & deine 2 Hände

Stegreifrede:
 G H M
 % 60 20 20 → €
 gesten heute morgen
 Richtzeit: 1-2'

Das erinnert mich an ...

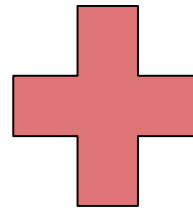
Erstellen Sie ein Memo!

Auftrag	Erstellen Sie ein Memo über den Inhalt des üK 2 auf einer Seite A4. Sie haben während den 2 Kurstagen immer wieder Zeit, an ihrem Memo zu arbeiten.
Zeit	40 Minuten über 2 Tage verteilt
Hilfsmittel	Texte, Notizen
Sozialform	Einzelarbeit
Plenum	<ul style="list-style-type: none">– Sichtung der Memos am Ende des 2. Kurstages– Transferauftrag für den üK 3

Prozesseinheiten PE



Pixabay, StartupStockPhotos



Pixabay, hans Braxmeier

Prozesseinheiten PE

Ziele

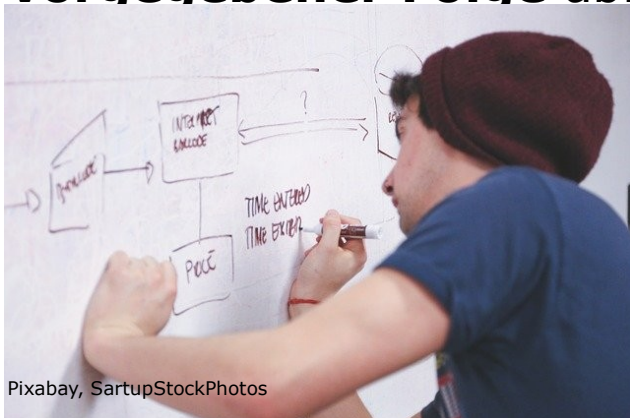
- Sie können ein Flussdiagramm erstellen.
- Sie können eine Dokumentation erstellen gemäss den Vorgaben in der LLD.
- Sie wissen, was eine Prozesseinheit PE ist.
- Sie können eine Präsentation vorbereiten.
- Sie können eine PE planen.



Begriffe

Prozess

- **Arbeitsablauf**, bestehend aus mehreren einzelnen Arbeitsschritten
- **Anfang** (Input) und **Ende** (Output) sind definiert
- Arbeitsschritte müssen in **vorgegebener Folge** ablaufen



Pixabay, SartupStockPhotos

Prozesseinheit PE

- **Prüfungselement QV**
- definierte **Aufgabenstellung**
- **mündliche / schriftliche** Beschreibung betrieblicher Ablauf
- **Dokumentation / Präsentation**
- Bewertung im **Lehrbetrieb**



Pixabay, hans Braxmeier

Aufgabenstellung PE

Aufgabenstellung PE in der LLD

Verbindliche Vorgabe des Lehrbetriebes zu:

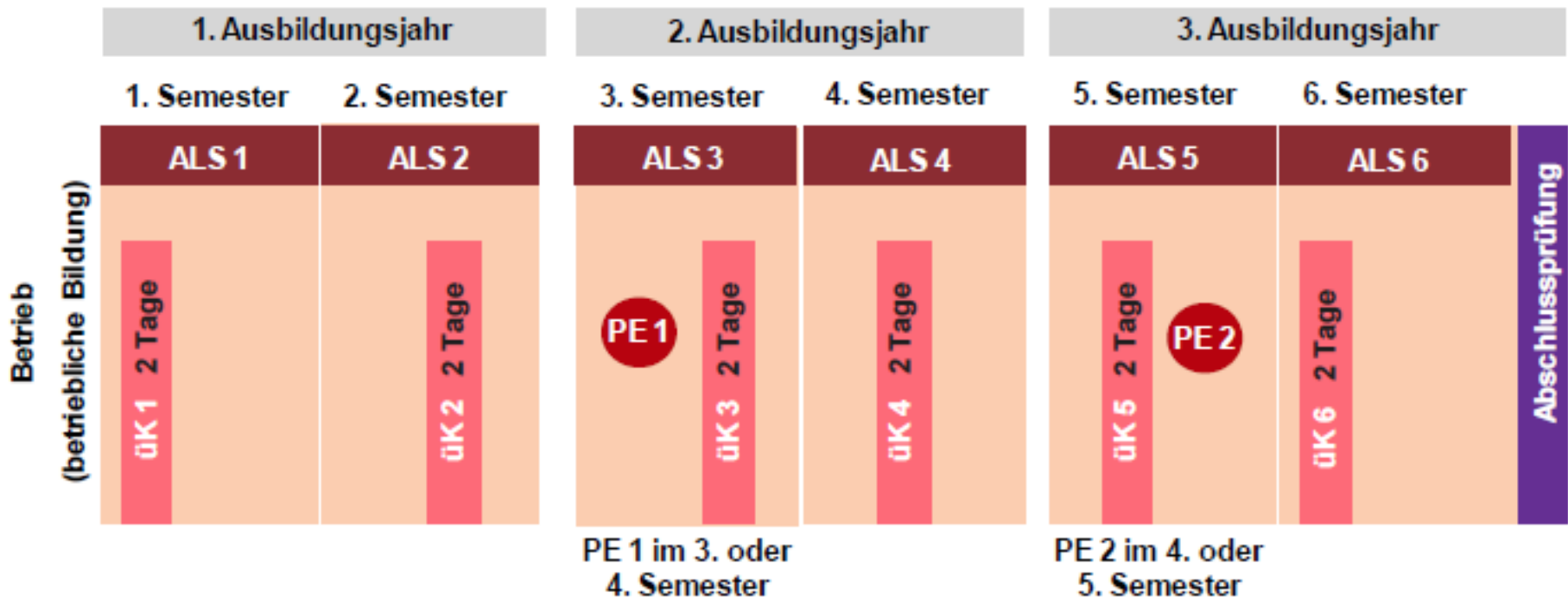
- zur Verfügung stehende Arbeitszeit (16 – 24 Stunden)
- Umfang der Dokumentation (10 – 20 Seiten)
- Umfang der Beilagen (2 – 10 Seiten)
- Termine (Abgabetermin, Beurteilung, Präsentation)
- Unabhängige Drittperson für Beurteilung Präsentation

time **2** learn

Zeitlicher Ablauf PE



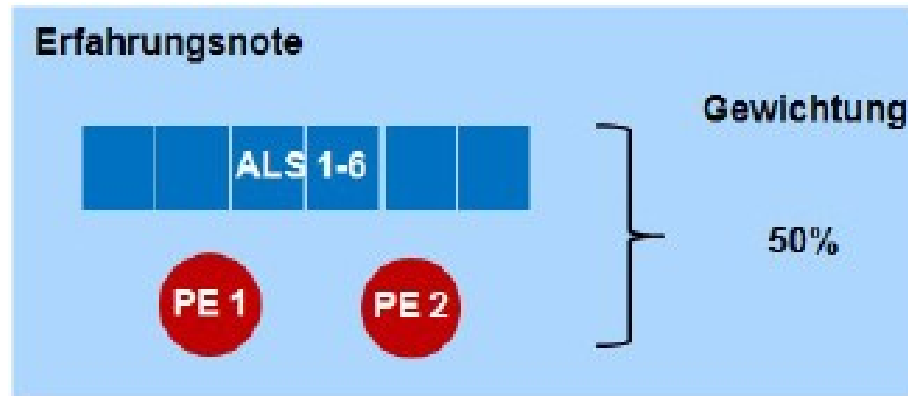
Einbettung ins Ausbildungsprogramm



Innerbetriebliches Ausbildungsprogramm

Wozu?

► Erfahrungsnote QV betrieblich



Pixabay, Arek Socha

Mittel aus 6 ALS- und 2 PE-Noten

► Grundlage Fachgespräch QV mdl

<i>Prüfungsteil</i>	<i>Dokumente</i>	<i>Dauer</i>
Fachgespräch zu PE 2	Dokumentation PE 2 des/der Kandidat/in	15 Minuten

Präsentationstechnik



Präsentationstechnik


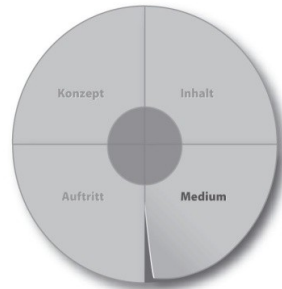
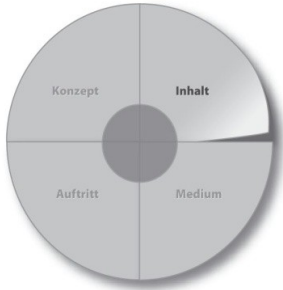
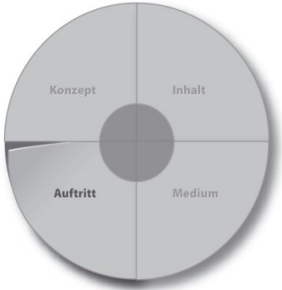
Ziele

- Sie kennen die Anforderungen an eine gute Präsentation.
- Sie können mit dem Leitfaden „Präsentationstechnik“ umgehen.
- Sie profitieren vom vorhandenen Wissen.



Was wissen Sie schon ?

Leitfaden der Branche Handel

	Inhalt 1 Checkliste 1 Merkblatt		Auftritt 1 Checkliste 1 Merkblatt
Konzept 1 Checkliste 1 Merkblatt		Medium 1 Checkliste 1 Merkblatt	

Auftrag Präsentationen Teilbereiche

Präsentationsleitfaden

Auftrag	Erarbeiten Sie eine Präsentation zu einem Teilbereich des Präsentationsleitfadens gemäss dem verteilten Auftrag.
Thema	siehe Auftrag
Hilfsmittel	LLD, Leitfaden Präsentationstechnik, Flip-Chart, Filzstifte
Sozialform	Gruppen von 3-4 Teilnehmenden
Zeit	30 Minuten
Plenum	Präsentation max. 5 Minuten Bewertung der Präsentation durch andere Gruppe

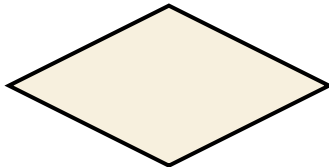
Symbole eines Flussdiagramms



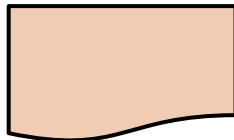
Start (Ausgangslage) / Ende (Lösung)



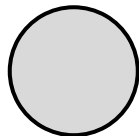
Aktivität, Arbeitsschritt, Tätigkeit



Entscheidung (Ja / Nein), Verzweigung



Dokument

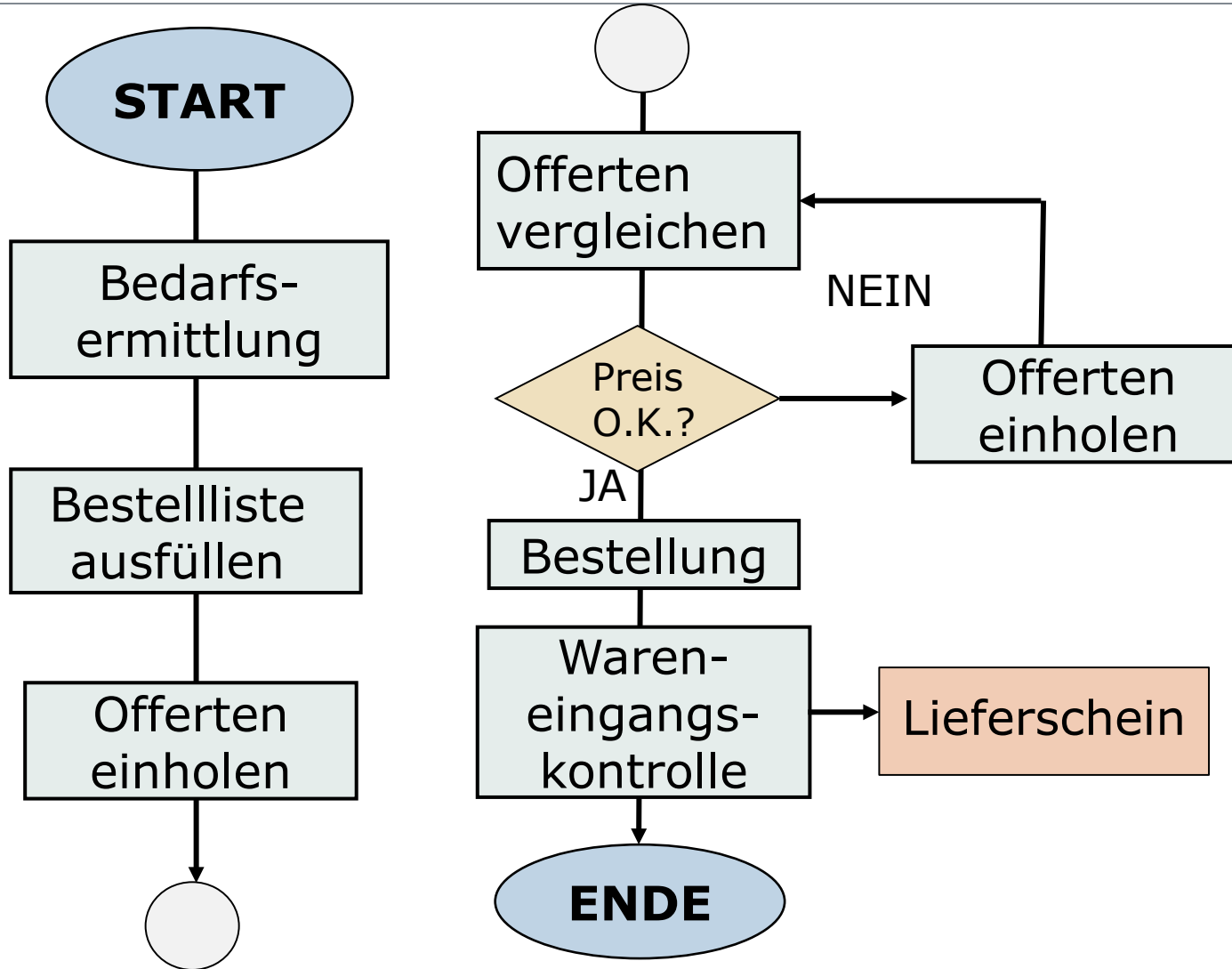


Verbindungspunkt



Verbindungspfeil

Flussdiagramm, Ablaufplan, Prozessplan ...



Auftrag Flussdiagramm zeichnen

Auftrag	<p>Sie wissen nun, was ein Flussdiagramm ist und wie man ein solches darstellt. Zeichnen Sie ein Flussdiagramm mit den Symbolen aus der LLD auf ein halbes Flip-Chart-Blatt.</p> <p>Tipp: machen Sie zuerst einen Entwurf auf ein Notiz-papier oder schreiben Sie die einzelnen Prozessschritte auf Post-it und ordnen Sie diese in der richtigen Reihenfolge.</p>
Thema	Verkaufsprozess in meinem Lehrbetrieb
Hilfsmittel	halbe Blätter A3, Filzstifte, LLD
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	15 Minuten
Plenum	Galerie, Überprüfung der korrekten Darstellung Fragen klären

Struktur und Umfang der Dokumentation



Schlussfolgerungen PE

Man könnte es auch einfacher machen.

Anfangs dachte ich, die Erfassung der Bestellungen sei nicht besonders schwierig, weil man ja einfach die Angaben von der Faxbestellung übernehmen kann. Dann merkte ich, dass nicht immer alle Angaben korrekt sind oder Schreibfehler passieren oder die Kunden ein Lieferdatum einsetzen, das gar nicht geht, weil es z. B. ein Feiertag ist. Nun kontrolliere ich vor der Erfassung alle Angaben mit Hilfe der Kundendatenbank, des Internets und des Produktionskalenders, bevor ich die Bestellungen definitiv erfasse. So kann ich frühzeitig Fehler korrigieren oder bei Unsicherheiten nachfragen und muss nicht nachträglich einen zusätzlichen Korrekturlauf für eine fehlerhafte Bestellung machen.

Auftrag Beurteilung Teilkriterien Note 5

Auftrag	Schreiben Sie auf der verteilten Arbeitsblatt neben jedem Teilkriterium in Stichworten auf, was Ihrer Meinung nach erfüllt sein muss, damit das Teilkriterium mit Note 5 bewertet werden kann.
Zeit	10 Minuten
Sozialform	Einzel- oder Partnerarbeit
Auswertung	Zusammentragen der Ergebnisse im Plenum

Unabhängige Drittperson



Pixabay, hans Braxmeier



Pixabay, Gerd Altmann

Beurteilung der PE

Praxisbildner/in beurteilt

- Fachliche Richtigkeit / Nutzen
- Verständlichkeit des Inhalts
- Sprache, Darstellung, Umfang
- Effizientes und systematisches Arbeiten

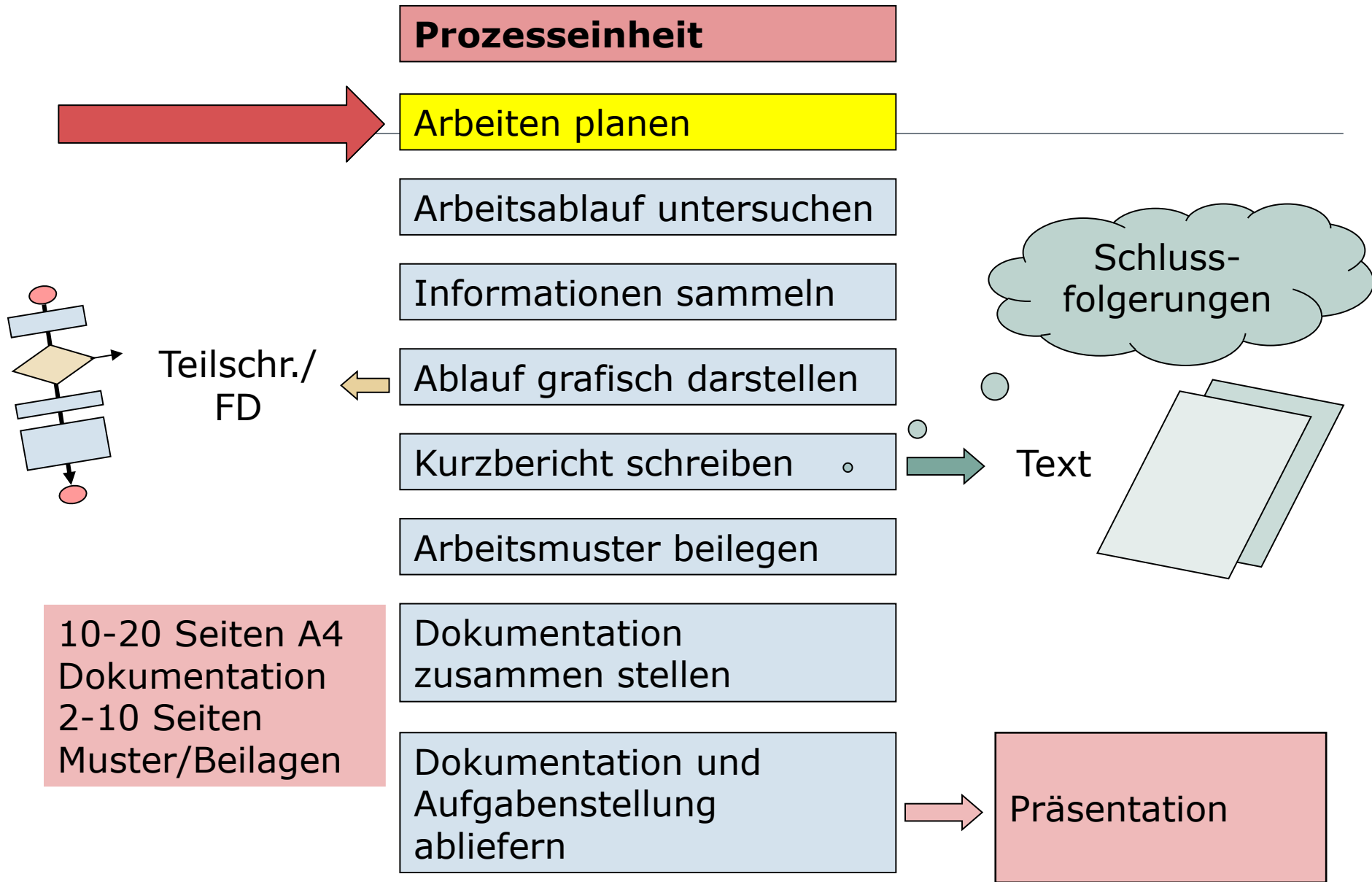
Drittperson beurteilt

- Präsentation
- Medieneinsatz
- Aufbau, Verständlichkeit der Ausführungen
- Termin- und Zeiteinhaltung

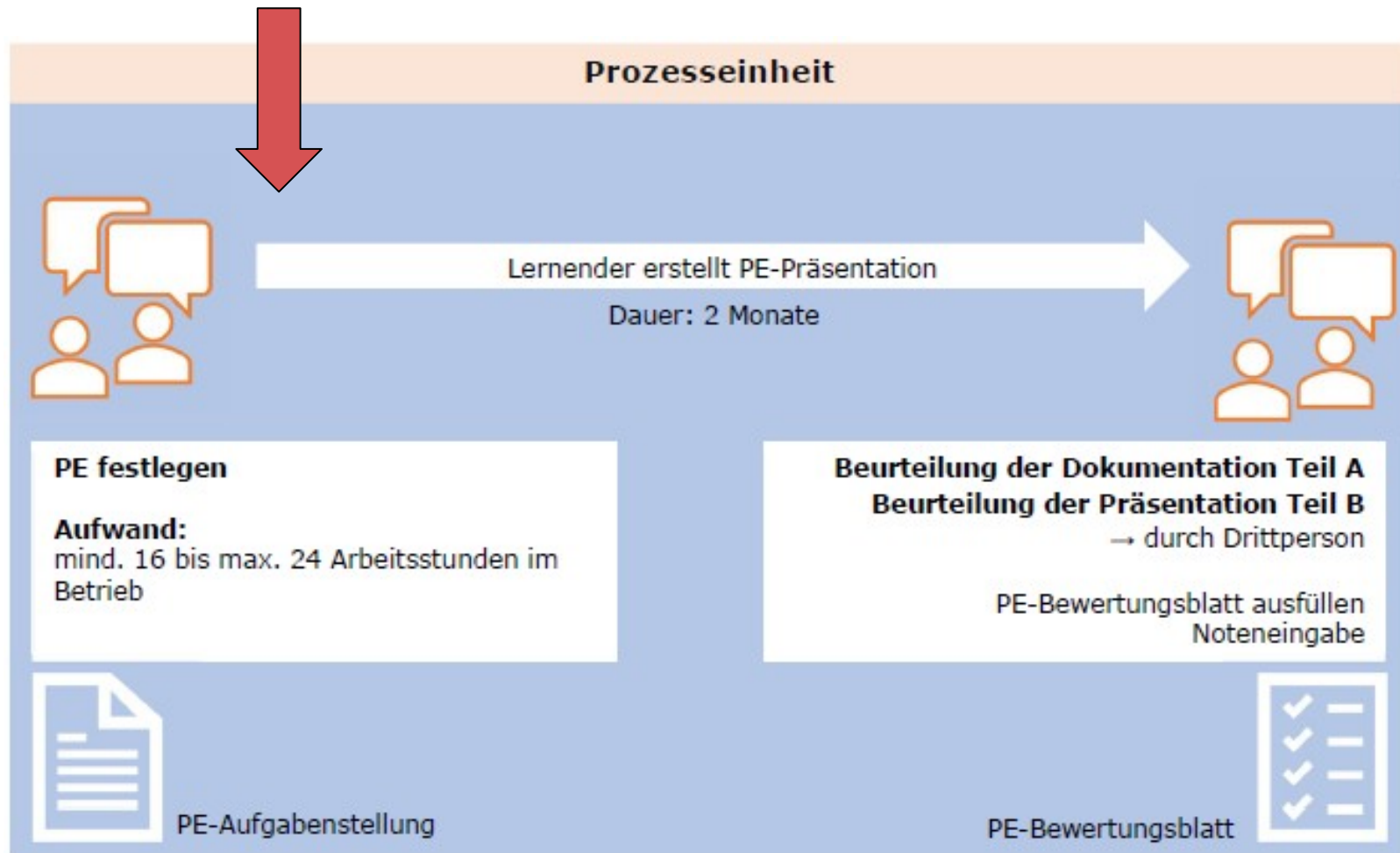


Zeitplan für die PE erstellen

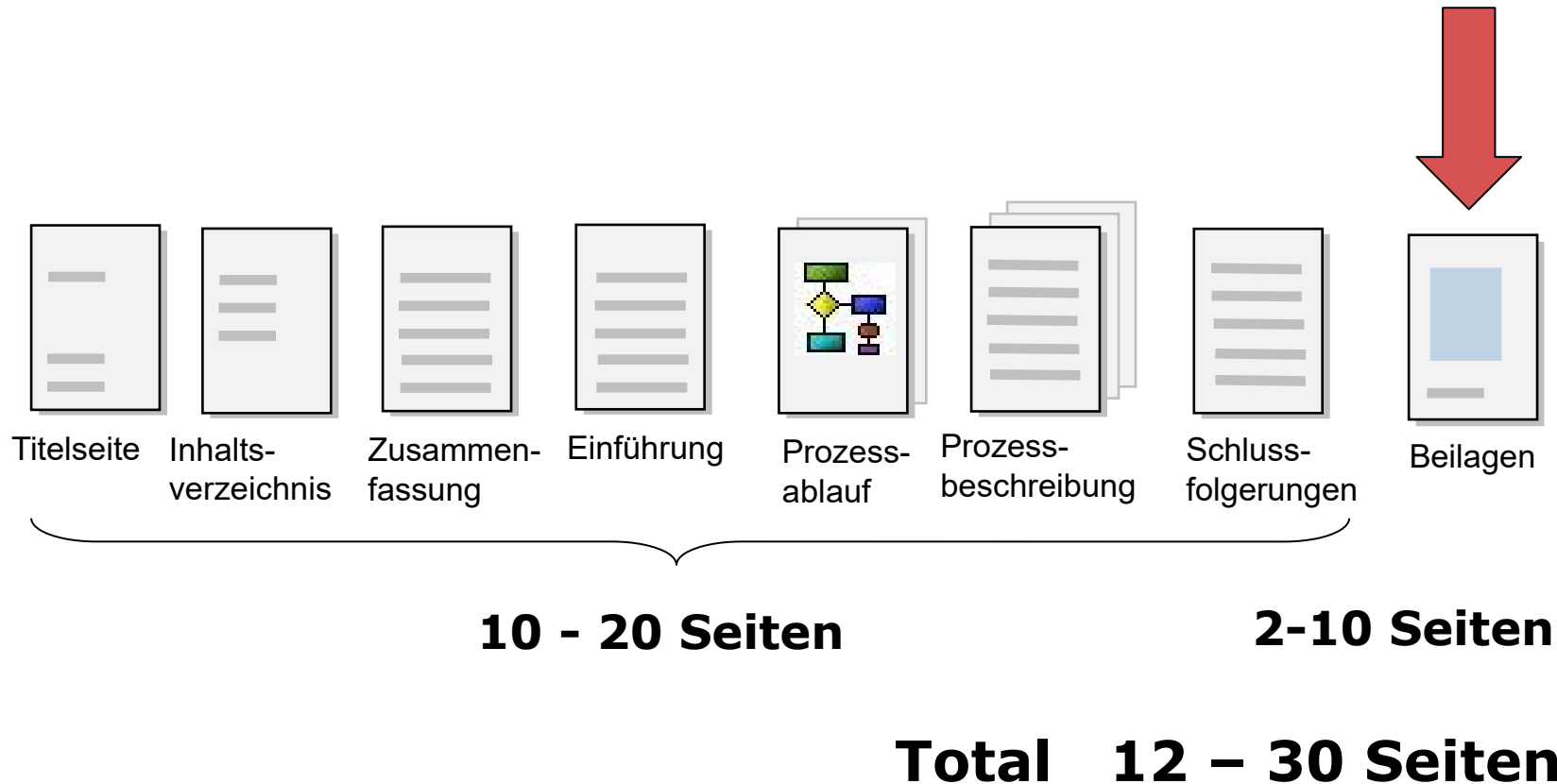




Zeitlicher Ablauf PE



Struktur und Umfang der Dokumentation



Beurteilung der Arbeitsplanung PE

Praxisbildner/in beurteilt

- Fachliche Richtigkeit / Nutzen
- Verständlichkeit des Inhalts
- Sprache, Darstellung, Umfang
- Effizientes und systematisches Arbeiten



Drittperson beurteilt

- Präsentation
- Medieneinsatz
- Aufbau, Verständlichkeit der Ausführungen
- Termin- und Zeiteinhaltung



Warum soll man Arbeiten planen?

Ganz generell weil:

- Zeitplanung heisst: Schritt für Schritt zum Erfolg
- Stress minimieren
- Zeiteinsparen
- Erfolgserlebnisse haben

für die PE:

- Teil der Dokumentation
- Beurteilungskriterium:
 - Dokumentation
 - Präsentation



Pixabay, Free-Photos

Inhalt eines Zeitplans

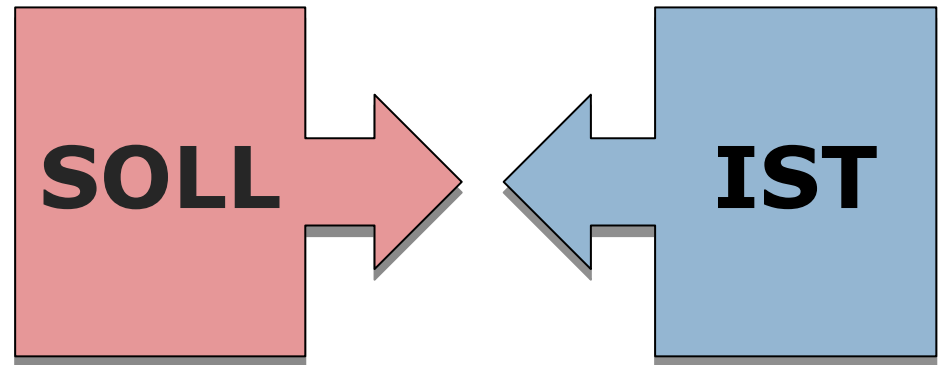
WER
WAS
WANN
WO
WIE



Pixabay, Gerd Altmann

Planungsmethode IPERKA

I Informieren
P Planen
E Entscheiden
R Realisieren
K Kontrollieren
A Auswerten



Zeitplanung nach IPERKA: SOLL

Arbeitsschritte	Termin SOLL	Aufwand geplant	Aufwand effektiv	Termin IST
Startgespräch	02.09.	60 min		
PE-Planung erstellen	04.09.	60 min		
Material sammeln, Notizen machen zur Arbeit	WO 37	90 min		
Flussdiagramm entwerfen	16.09.	30 min		
Flussdiagramm am PC erstellen	18.09.	60 min		
Titelblatt erstellen	18.09.	15 min		
Prozessbeschreibung schreiben	23.09.	120 min		
Prozessbeschreibung überarbeiten	25.09.	30 min		
...		
...		

Zeitplanung nach IPERKA: IST

Arbeitsschritte	Termin SOLL	Aufwand geplant	Aufwand effektiv	Termin IST
Startgespräch	02.09.	60 min	45 min	02.09.
PE-Planung erstellen	04.09.	60 min	45 min	03.09.
Material sammeln, Notizen machen zur Arbeit	WO 37	90 min	ca. 120 min	WO 37/38
Flussdiagramm entwerfen	16.09.	30 min	40 min	23.09.
Flussdiagramm am PC erstellen	18.09.	60 min	120 min	23.09.
Titelblatt erstellen	18.09.	15 min		
Prozessbeschreibung schreiben	23.09.	120 min		
Prozessbeschreibung überarbeiten	25.09.	30 min		
...		
...		

Auftrag Zeitplanung

Auftrag	<p>Sie erhalten von der üK-Leitung ein Muster einer Zeitplanung für die PE.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Prüfen Sie, ob Sie bei allen Arbeitsschritten verstehen, welche Tätigkeit damit gemeint ist.▪ Füllen Sie dann die Kolonne „Zeitaufwand geplant“ aus, indem Sie schätzen, wie lange Sie für den jeweiligen Arbeitsschritt etwa benötigen.▪ Überlegen Sie sich, in welcher Reihenfolge Sie die Tätigkeiten ausführen wollen.
Sozialform	2er-Teams
Zeit	15 Minuten
Auswertung	Beantwortung von Fragen im Plenum

Fachtest üK 2



Fachtest üK 2

Auftrag	<ul style="list-style-type: none">– Einloggen auf der Seite www.kahoot.com– Game Pin eingeben– Name eingeben– Fragen via Smartphone beantworten
Zeit	30-60 Sekunden pro Frage (20 Fragen)
Hilfsmittel	Smartphone
Sozialform	Einzelarbeit
Plenum	<ul style="list-style-type: none">– Bekanntgabe der Resultate– Beantwortung von Fragen

Rückblick

1. Lehrjahr - überbetrieblicher Kurs 1



Pixabay, svek

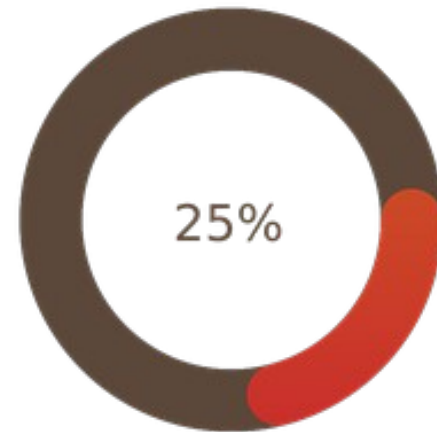
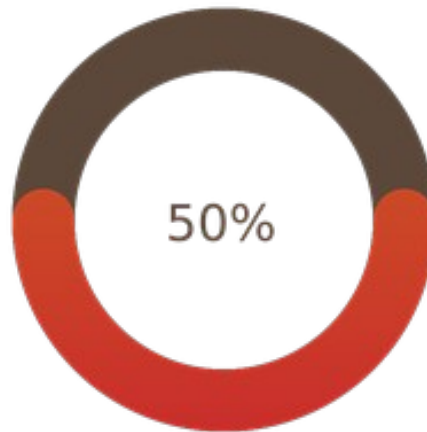
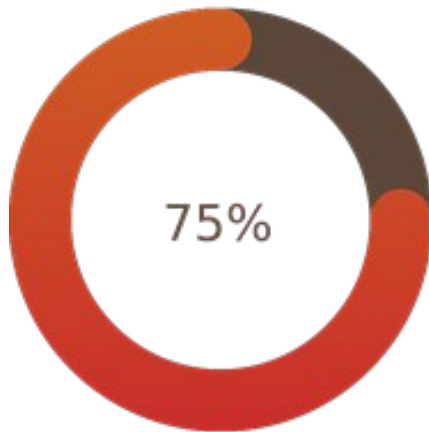
Inhalte üK 1

- Kleider-Knigge, Umgang mit Social-Media
- Einführung in die LLD: Ausbildungsprogramm, Leistungsziele, Methoden- und Sozialkompetenzen, ALS
- Rechte und Pflichten als Lernende
- Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz
- Branchenkunde: Handel, Wertschöpfungskette

Testen Sie Ihr Wissen!

Auftrag	<ul style="list-style-type: none">– Einloggen auf der Seite www.kahoot.com– Game Pin eingeben– Name eingeben– Fragen via Smartphone beantworten
Zeit	20 Sekunden pro Frage (20 Fragen)
Hilfsmittel	Smartphone
Sozialform	Einzelarbeit
Plenum	<ul style="list-style-type: none">– Bekanntgabe der Resultate– Beantwortung von Fragen

Statusübersicht Lerndokumentation



Kurz zur Erinnerung

in 3 Lehrjahren bearbeiten wir:

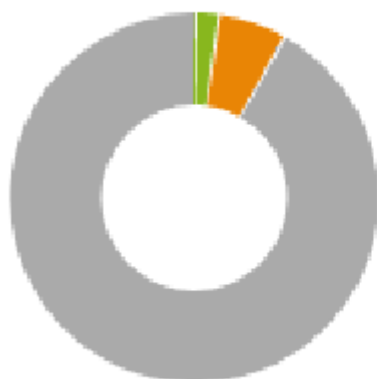
- 12 Pflichtleistungsziele
 - mindestens 8 aus 22 Wahlpflichtleistungszielen
 - 28 üK-Leistungsziele
-
- 6 ALS 1 ALS pro Semester
 - 2 PE 1 PE im 3. oder 4. Semester
 1 PE im 4. oder 5. Semester



Pixabay, CopyrightFreePictures

Statusübersicht

Sie führen im **time2learn** regelmässig Ihre **Lerndokumentationen** zu jedem Leistungsziel in der ALS. Dadurch verändert sich der Status. In der ALS Beurteilung wird er besprochen



Leistungsziele ganze Lehrdauer

- Erledigt: 1
- In Arbeit: 3
- Offen: 46

Wahlpflicht Leistungsziele:
10 zugewiesen (Minimum: 8)

Lerndokumentationen LD

Lerndokumentationen:

Füllen Sie zu jedem Leistungsziel, welches Sie in einem Semester bearbeiten, das Formular Lerndokumentation aus; mit 1er aussagekräftig beschriebenen **Gesprächssituation**.

Transferauftrag:

Alle Lerndokumentationen müssen Ende Februar des letzten Lehrjahres **in time2learn** abgeschlossen, archiviert sein.

Lerndokumentationen: Gesprächssituationen

Gesprächssituationen im Betrieb mit:

Mitarbeitern

Ausbildner/in

Personen anderer Abteilungen

Geschäftsleiter/in



Gesprächssituationen ausserhalb des Betriebes mit:

Kunden

Lieferanten, Produzenten, Hersteller ...

Dienstleistungserbringer

Bank, Post, Spediteur, Werber ...

Zur Erinnerung: Inhalt Gesprächssituationen in LD

beteiligte Personen, Problemstellung, Massnahmen

Ich hatte viele Gespräche mit Kunden.

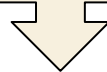
Ich habe mein Chef gefragt, ob es sinnvoll sei, eine Info in der In- Outliste zu machen, dass wir ein Artikel vorübergehend mit einem ähnlichen Artikel verkaufen, welchen wir nicht im Sortiment haben. Er meinte dann jedoch, dass es nicht wirklich Sinn mache, wenn wir diese über das Wochenende verkaufen und die Info erst am Montag rausgeht. Er meinte dann, wenn er die Info am selben Tag rausschicke, schreibe er die Info hinein und wenn nicht, dann schreibt er nichts darüber. Ich habe dann eine Info ans Whiteboard gemacht, damit sicher die Personen im Shop davon wissen.

Lerndokumentationen: Anzahl



Semester	1	2	3	4	5	6
LD mind.	4	4	3	3	3	3
Gesprächssit.	4	4	3	3	3	3
LD mind. total	4	8	11	14	17	20

**18-20 LD mit
Gesprächssituationen**



Ende Februar des
letzten Lehrjahres in
time2learn bereitstellen

SOS: Wo finde ich die Hilfe?

LLD Lern- und Leistungsdokumentation

🌐 www.branche-handel.ch

✉ info@branche-handel.ch,

☎ 061 228 90 30

✉ üK-Leitung [via time2learn](#)



Pixabay, Peggy und Marco Lachmann-Anke

Ausblick

2. Lehrjahr - 3. überbetrieblicher Kurs



ük3: Was ist neu?

- neue Schulfächer
- neue Abteilung im Lehrbetrieb
- mehr Verantwortung am Arbeitsplatz
- höhere Erwartungen in der Schule, im üK und im Lehrbetrieb



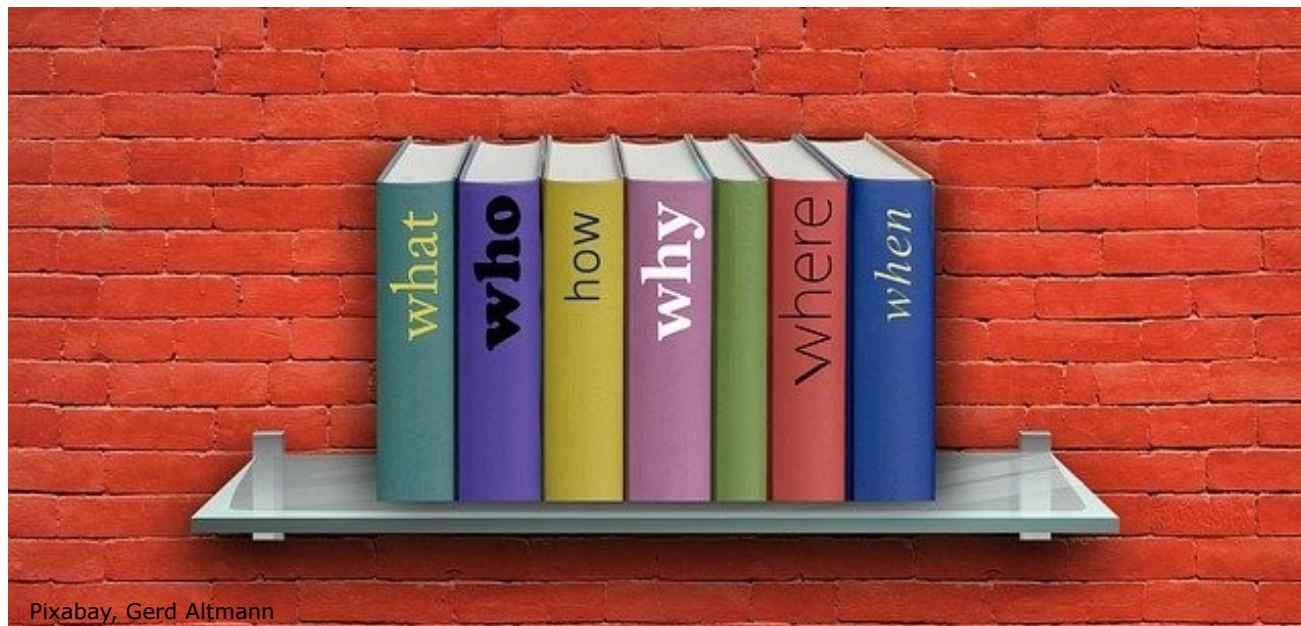
Pixabay, Gerd Altmann

üK3: Wie bereite ich mich vor?

Mitte November / Anfang Dezember

Im time2learn

- Transferaufträge „Vom 2. üK zum 3. üK“
- Vorbereitungsaufträge gemäss Einladung



üK3: Inhalte Branchenkunde

- Einkauf - Beschaffung
Vom Lieferanten zum Händler
- Kalkulation & Kennzahlen
- Qualitätssicherung & Umweltmanagement
- Beraten & Verkaufen: Verhandlungen



Pixabay, kalhh



Pixabay, DarkWorkX



Pixabay, Gerd Altmann

Wertschöpfungskette



Funktionen des Handels

- ✓ Mengenausgleich
- ✓ Güteaussgleich
- ✓ Lager
- ✓ Transport
- ✓ Information
- ✓ Finanzierung
- ✓ Versorgung



SOS: Wo finde ich die Hilfe?

LLD Lern- und Leistungsdokumentation

🌐 www.branche-handel.ch

✉ info@branche-handel.ch,

☎ 061 228 90 30

✉ üK-Leitung [via time2learn](#)



Pixabay, OpenClipart-Vectors

Überbetrieblicher Kurs 2



Pixabay skeeze



Pixabay Werner Heibler



Pixabay, Adriano Gadini

- Produkte & Dienstleistungen
- Strategisches Management
- Absatz & Marketing
- Verkaufsprozess
- Beraten & Verkaufen (Informations- und Beratungsgespräch)
- Prozesseinheiten: Planung & Präsentationstechnik

Ziele

- **Branchenkunde:**
Wissen zu Produkten, Prozessen, Märkten und Kunden erarbeiten
- **Beraten & Verkaufen:**
Grundlagen erlernen, Gespräche führen
- **Prozesseinheiten PE:**
Arbeitsabläufe erkennen und dokumentieren
- **offene Fragen klären**



Pixabay kisistvan77

Programm Tag 2

- ▶ Rückblick üK 1
- ▶ Verkaufsprozess
- ▶ Informations- und Beratungsgespräch

- ▶ **Mittagspause**

- ▶ Fachtest
- ▶ Prozesseinheiten PE
 - Planungsmethode IPERKA
 - Präsentationstechnik
- ▶ Lernstatus - Lerndoku
- ▶ Ausblick und Feedback

Feedback üK

Was hat Ihnen besonders gut gefallen ?

Was würden Sie anders machen ?

- ▶ Bitte füllen Sie das Formular in **time2learn** kritisch und konstruktiv aus. Ihre Bemerkungen sind wichtig für die Weiterentwicklung der Kurse!



Pixabay, Gino Crescoli

Ziel erreicht, Feierabend

Auf Wiedersehen! Kommen Sie gut nach Hause!



Pixabay, Gerd Altmann