

Handlungsfeld 6: Marketing und Verkauf

Für Verkauf siehe Handlungsfeld 7: Services (Kundendienst)

Die Theorie zu diesen Leistungskriterien finden Sie in den folgenden Büchern:

Nummer	Kompetenzdimensionen / Leistungskriterien	Buch
6.10	Markt analysieren	
6.10.1	Die TK sind in der Lage, Marktanalysen durchzuführen.	Marketing
6.10.2	Die TK haben Handlungswissen im Bereich der Marktforschung und Marktanalyse.	Marketing
6.10.3	Die TK verfügen über Kenntnisse der Umweltsphären im Sinne der gesamtwirtschaftlichen Zusammenhänge.	Marketing
6.10.4	Die TK haben Grundlagenkenntnisse der Anwendungsfelder von Social Media	Marketing
6.10.5	Die TK sind motiviert, den Markt laufend zu beobachten und dazu alle möglichen Medien zu nutzen.	Marketing
6.10.6	Die TK sind bestrebt, ihr persönliches Netzwerk zu pflegen und weiter auszubauen.	Verkauf und Services
6.10.7	Die TK sind in der Lage, die getätigten Marktanalysen und deren Ergebnisse kritisch zu reflektieren.	Marketing
6.10.8	Die TK sind in der Lage, gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen und die Relevanz für das eigene Unternehmen herauszuarbeiten.	Marketing
6.11	Marktsegmentierung vornehmen	
6.11.1	Die TK sind in der Lage, eine Marktsegmentierung vorzunehmen.	Marketing
6.11.2	Die TK haben Grundkenntnisse verschiedener Segmentierungsmethoden.	Marketing
6.11.3	Die TK haben Kenntnisse über die Auswahl und Bestimmung von Kundengruppen.	Verkauf und Services
6.11.4	Die TK sind sich der Bedeutung der Marktsegmentierung bewusst.	Marketing
6.11.5	Die TK streben eine möglichst hohe Übereinstimmung zwischen den betrieblichen Möglichkeiten und den Bedürfnissen ihrer Kunden an.	Verkauf und Services
6.11.6	Die TK sind in der Lage, die Marktsegmentierung stetig kritisch zu hinterfragen und allenfalls anzupassen.	Marketing
6.12.	Marketingziele und Marketing-Mix festlegen	
6.12.1	Die TK sind in der Lage, bei der Bestimmung von Marketingzielen und Marketingstrategien mitzuarbeiten und dazu passende Massnahmen zu entwickeln.	Marketing
6.12.2	Die TK können basierend auf der bestehenden Marktanalyse geeignete Marketingzielsetzungen für den eigenen Bereich ableiten, eine sinnvolle Strategie bestimmen und die zur Zielerreichung notwendigen Massnahmen festlegen.	Marketing
6.12.3	Die TK sind sich der Bedeutung einer professionellen Marketingplanung bewusst.	Marketing
6.12.4	Die TK sind in der Lage, den Marketing-Mix kontinuierlich kritisch zu hinterfragen und weiterzuentwickeln.	Marketing
6.13	Verkaufsförderung umsetzen	
6.13.1	Die TK sind in der Lage, in Abstimmung mit dem Vorgesetzten Verkaufsförderungsmaßnahmen auszuarbeiten und umzusetzen.	Marketing
6.13.2	Die TK verfügen über fundierte Kenntnisse im Bereich Verkaufsförderung.	Marketing
6.13.3	Die TK haben sehr gute Kenntnisse über den Markt und die Kundenbedürfnisse.	Marketing
6.13.4	Die TK verfügen über Handlungswissen im Bereich der Deckungsbeitrags-Berechnung.	Finanzwirtschaft 2
6.13.5	Die TK sind offen, kreative Ansätze zu nutzen, um für die Kunden erfolgswirksame Anreize zu schaffen.	Organisation und Projektmanagement
6.13.6	Die TK sind in der Lage, basierend auf der aktuellen Marktsituation die Verkaufsförderungsmaßnahmen weiterzuentwickeln oder neue Massnahmen zu initiieren.	Marketing
6.14	Events planen und umsetzen	
6.14.1	Die TK sind in der Lage, bei der Planung von Events mitzuarbeiten.	Marketing
6.14.2	Die TK verfügen über Grundkenntnisse im Event-Marketing.	Marketing

Nummer	Kompetenzdimensionen / Leistungskriterien	Buch
6.14.3	Die TK verfügen über einen guten Überblick über die Zielgruppe und wissen, wie man diese begeistern kann und für sie einen Mehrwert schafft.	Marketing
6.14.4	Die TK haben Grundkenntnisse im Bereich Compliance und Corporate Governance bezgl. ethischem Verhalten.	Unternehmensführung und Umwelt, Recht
6.14.5	Die TK sind motiviert, an der Umsetzung mitzuarbeiten.	Marketing
6.14.6	Die TK sind sensibilisiert auf ethisches Verhalten.	Unternehmensführung und Umwelt
6.14.7	Die TK sind in der Lage, bei der Organisation und der Umsetzung von Events kreative Vorschläge zu entwickeln.	Organisation und Projektmanagement
6.15	Leistungsangebot mitgestalten	
6.15.1	Die TK sind in der Lage, Vorschläge für die Optimierung des Leistungsangebotes zu unterbreiten.	Marketing
6.15.2	Die TK verfügen über Basiskenntnisse im Bereich der Betriebsanleitung- resp. Verpackungsgestaltung.	Marketing
6.15.3	Die TK verfügen über gute Kenntnisse des Leistungsangebotes und möglicher Variationen.	Marketing
6.15.4	Die TK halten sich über Neuentwicklungen auf dem Markt auf dem Laufenden.	Marketing
6.15.6	Die TK sind motiviert, das bestehende Leistungsangebot regelmässig zu hinterfragen.	Marketing
6.15.7	Die TK sind sich der wichtigen Bedeutung, des Sinn und Zwecks von vollständigen und guten Betriebsanleitungen bewusst.	Marketing
6.15.8	Die TK sind in der Lage, Produkt- und Verpackungsideen kritisch zu hinterfragen, Optimierungsvorschläge auszuarbeiten und weiterzuleiten.	Marketing
6.16	Bei der Preisgestaltung mitarbeiten	
6.16.1	Die TK sind in der Lage, Preiskalkulationen durchzuführen.	Finanzwirtschaft 2
6.16.2	Die TK sind in der Lage, Preisverhandlungen erfolgreich zu führen.	Marketing
6.16.3	Die TK haben ein Verständnis für die Prinzipien der Preisgestaltung und kennen die Einflussgrössen auf den Preis.	Marketing
6.16.4	Die TK kennen die Kostenstruktur und haben Handlungswissen im Bereich der Deckungsbeitrag-Analyse.	Finanzwirtschaft 2
6.16.5	Die TK verfügen über einen guten Überblick der aktuellen am Markt möglichen Preise.	Marketing
6.16.6	Die TK verfügen über grundlegende Kenntnisse zu Verhandlungsführung.	Marketing
6.16.7	Die TK kennen die betriebliche Konditionenpolitik sowie ihren eigenen Handlungsspielraum.	Marketing
6.16.8	Die TK sind motiviert, die Preise im Markt durchzusetzen.	Marketing
6.16.9	Die TK sind in der Lage, die von internen Stellen (Verkauf Innendienst, Vorgesetzte etc.) kalkulierten Preise nachzuvollziehen und konstruktiv bei allfälligen Anpassungen mitzuarbeiten.	Marketing
6.17	Marken gegen aussen vertreten	
6.17.1	Die TK sind in der Lage, verschiedenen Anspruchsgruppen den Wert der eigenen Marken zielgruppengerecht zu vermitteln.	Marketing
6.17.2	Die TK wissen, wie die Marke der Unternehmung gegenüber den Stakeholdern vertreten wird.	Marketing
6.17.3	Die TK haben grundlegende Kenntnisse zum Aufbau, zur Funktion und zum Wert einer Marke.	Marketing
6.17.4	Die TK sind motiviert, die Markenidentität gegenüber allen Stakeholdern zu repräsentieren.	Marketing
6.17.5	Die TK sind in der Lage, sich selber in der Funktion als Markenbotschafter zu reflektieren und mögliche Verbesserungspotenziale zu entwickeln.	Marketing

Nummer	Kompetenzdimensionen / Leistungskriterien	Buch
6.18	CRM nutzen und pflegen	
6.18.1	Die TK sind in der Lage, das CRM zu pflegen und zu nutzen.	Verkauf und Services
6.18.2	Die TK kennen die grundlegenden Funktionen eines CRM-Systems.	Verkauf und Services
6.18.3	Die TK sehen einen Mehrwert in der gewissenhaften und kontinuierlichen Pflege des CRM.	Verkauf und Services
6.18.4	Die TK können, basierend auf der Nutzung des CRM-Systems, Vorschläge für dessen Ausbau und Optimierung vorschlagen.	Verkauf und Services