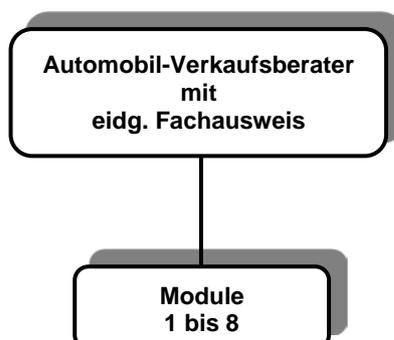


Modul 4

Arbeits- und Betriebsorganisation



Modul 4 – Arbeits- und Betriebsorganisation

2.1. Modulidentifikation

Titel:	Arbeits- und Betriebsorganisation
Voraussetzungen:	Anerkannter Berufsabschluss oder äquivalente Voraussetzungen
Kompetenz:	Die Absolventen kennen die Bedeutung der eigenen Arbeitstechnik und wenden das bewusste und richtige Setzen von Prioritäten zur effizienten Selbstführung an. Sie nutzen die eigene Zeit optimal und setzen alle Werkzeuge und Hilfsmittel für die tägliche Arbeit gezielt ein. Sie analysieren die eigene Organisation, um die im Verantwortungsbereich notwendigen Tätigkeiten rationell vorzubereiten, durchzuführen und zu kontrollieren.
Kompetenznachweis:	Schriftliche Prüfung.
Niveau:	3
Lernziele:	Die Absolventen <ul style="list-style-type: none">- entwickeln eine für die Organisation eines Verkaufsbüros ergonomisch sinnvolle Lösung- erläutern die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Abteilungen- beschreiben die Voraussetzungen, die für das Einrichten eines Showrooms erforderlich sind- erklären die Bedeutung von Zielsetzungen im Verkauf (Jahres-, Monats-, Wochen- und Tagesziele)- analysieren Aufgaben und zeigen rationelle Abwicklungswege auf- schildern grundlegende Arbeitstechniken für den optimalen Umgang mit der Zeit und wenden diese Techniken an- begründen die Wichtigkeit der Schriftlichkeit- beschreiben die Phasen des Problemlösungsprozesses- bezeichnen die Aufbauorganisation des Betriebes und beschreiben die Ablauforganisation des Verkaufsvorgangs- beschreiben die Vertriebsform der eigenen Marken- kennen und beurteilen den Inhaltsraster eines Pflichtenhefts bzw einer Stellenbeschreibung und beurteilen deren Bedeutung- legen Formen von Anstellungsverträgen und Provisionierungssystemen dar- zählen Weiterbildungsmöglichkeiten auf- benennen den Fahrzeugbestand in der Schweiz- legen Kundenbindungsmöglichkeiten im Occasionsgeschäft dar- zeigen und beschreiben Fotorichtlinien für die Internetpräsentation auf- schildern das Informationsverhalten von potentiellen Kunden

Anerkennung: Teilnehmer, welche den Kompetenznachweis erbringen, erhalten ein Zertifikat. Das Zertifikat wird als Teilabschluss der Automobil-Verkaufsberaterausbildung anerkannt.

Laufzeit: 3 Jahre

Modulprüfung: Form: schriftlich
Umfang: 100 Minuten

Um die Modulprüfung zu bestehen, müssen 80% der Maximalpunktzahl erreicht werden.

2.2. Anbieteridentifikation:

Anbieter:	Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS), Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22, Tel. 031 307 15 15, Fax 031 307 15 16
Angebotsform:	Tages-, Abend- oder Wochen-Kurse
Inhalte:	Anhang
Lernzeit:	38 Stunden (30 + 8)
Gültigkeitsdauer:	5 Jahre
Bemerkungen:	keine

ANHANG:

4.1. DER EIGENE ARBEITSPLATZ

- Für die Organisation eines Verkaufsbüros ergonomisch sinnvolle Lösungen entwickeln und darstellen
- Die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Abteilungen erläutern

4.2. DER SHOWROOM

- Voraussetzungen beschreiben, die für das Einrichten eines Showrooms erforderlich sind
- Präsentation von Occasionsausstellungen sowie die Ausrüstung von Ablieferungsplätzen analysieren und beurteilen

4.3. ZIELE

- Die Bedeutung von Zielsetzungen im Verkauf erkennen, Ziele formulieren und in messbare Größen einteilen (Jahres-, Monats-, Wochen- und Tagesziele)

4.4. ARBEITSTECHNIK / ORGANISATION

- Aufgaben analysieren und rationelle Abwicklungswege aufzeigen
- Grundlegende Arbeitstechniken für den optimalen Umgang mit der Zeit schildern und anwenden (Tages- und Wochenplanung, effizientes Zeitmanagement, Prioritätensetzung mit strukturierten Lösungswegen)
- Die Wichtigkeit der Schriftlichkeit begründen und ihre Einsatzgebiete nennen
- Vor- und Nachteile analoger und digitaler Arbeitsmittel erörtern (Agenda, Kartei, Pendenzenliste, Telefon, E-Mail usw.)
- Phasen des Problemlösungsprozesses (Ist-Zustand beschreiben, Ziele setzen, Lösungen suchen, entscheiden, realisieren, kontrollieren) und die damit verbundenen Methoden der Entscheidungsfindung in praxisbezogenen Beispielen einsetzen
- Voraussetzungen und Anforderungen darlegen, die zu guter Teamarbeit führen, und Formen der Konfliktlösung aufzeigen und umsetzen
- Eine Aufbauorganisation eines Betriebes (nach Vorgaben) erfassen und präsentieren
- Eine Ablauforganisation des Verkaufsvorganges beschreiben und bewerten

4.5. MARKENSPEZIFISCHES

- Vertriebsformen von Fahrzeugmarken (ev. der eigenen Marke) beschreiben

4.6. VERKÄUFERBEZOGENES

- Den Inhaltsraster eines Pflichtenhefts bzw. einer Stellenbeschreibung auflisten und die Bedeutung dieser Instrumente beurteilen
- Formen von Anstellungsverträgen und Provisionierungssystemen darlegen
- Weiterbildungsmöglichkeiten aufzählen

4.7. Occasionsmarkt in der Schweiz

- Halterwechselstatistik von Personenwagen aufzählen, sowie den Fahrzeugbestand in der Schweiz benennen
- Verschiedene Arten einer Kundengewinnung, Kundenbindung aufzeigen, Informationsverhalten von Occasions-Interessenten erläutern, verschiedene Kauforte für Occasionen darlegen und unterscheiden
- Präsentationsarten von Occasionsfahrzeugen ausarbeiten
- Fotorichtlinien für Internetplattformen aufzeigen und festlegen
- CRM Kundenbindung vor- während und nach der Ablieferung schildern und sicherstellen

Bern, 05.03.2012/JF/phl