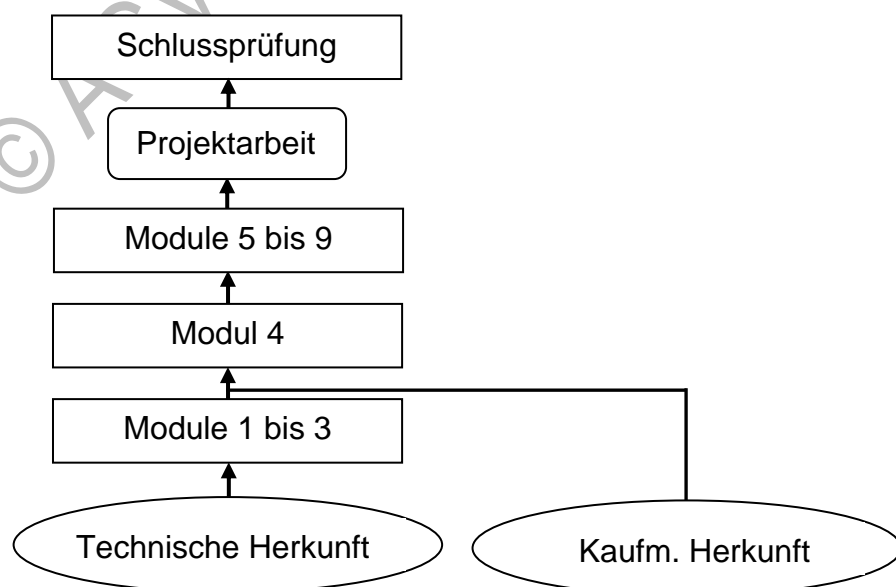


Modul 5

Marketing und Handel



Modul 5 – Marketing und Handel

2.1. Modulidentifikation

Voraussetzungen:	Anerkannter Berufsabschluss oder äquivalente Voraussetzungen
Kompetenz:	Die Absolventen können die Marketingstrategien in den verschiedenen Einsatzgebieten festlegen sowie die verschiedenen Akquisitions- und Verkaufsmethoden anwenden.
Kompetenznachweis:	Schriftliche Prüfung (Traditionell, Multiple-Choice, Fallstudien, Projektarbeit)
Niveau:	Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis
Lernziele:	Die Absolventen <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlagen des Marketings, können die Ziele eines Konzeptes sowie den Zweck einer Kundenanalyse nennen - können die Anwendung des Marketing-Mix nennen - können sinnvolle Werbemittel in einem Garagenbetrieb aufzählen - können Verkaufsförderungsmassnahmen erklären - können die Bedeutung der Marktforschung nennen - kennen die Anwendung der Verkaufspsychologie und können die Wichtigkeit von Verkaufsmethoden erklären - können die verschiedenen Kommunikationsregeln nennen und anwenden
Anerkennung:	Teilnehmer, welche den Kompetenznachweis erbringen, erhalten ein Zertifikat. Das Zertifikat wird als Teilabschluss zum Kundendienstberater mit eidg. Fachausweis anerkannt
Laufzeit:	7 Jahre
Modulprüfung:	Form: schriftlich Umfang: 100 Minuten Um die Modulprüfung zu bestehen, müssen 80% der Maximalpunktzahl erreicht werden.

2.2 Anbieteridentifikation

Anbieter:	AGVS, Autogewerbeverband der Schweiz, Mittelstrasse 32, 3012 Bern, Tel. 031/307 15 15, Fax: 031/307 15 16
Angebotsform:	Tages-, Abend- oder Wochen-Kurse
Inhalte:	Anhang
Lernzeit:	42 Stunden
Gültigkeitsdauer:	5 Jahre
Bemerkungen:	keine

© AGVS, gültig ab 2010

ANHANG

5. MARKETING UND HANDEL

5.1. Grundlagen des Marketings

- Ziele und Aufgaben des Marketings nennen
- Inhalt eines Marketingkonzepts nennen
- Konkurrenzverhalten auf dem Markt nennen
- Sinn und Zweck einer Kundenanalyse nennen

5.2 Marketing-Mix

5.2.1 Marktleistung

- Die Begriffe Produktegestaltung, Sortimentsstruktur und Markenpolitik nennen
- Die Bedeutung von Zusatzleistungen für eine Garage, wie zum Beispiel Kundendienst, Garantie- und Serviceleistungen erklären

5.2.2 Preispolitik

- Den Zusammenhang zwischen Preis- und Leistungsverhältnis erklären
- Chancen und Gefahren bei der Gewährung von Rabatten erklären
- Den Einfluss von Marge/Gewinn auf den Umsatz erklären

5.2.3 Promotion

- Mögliche Werbemittel und ihre Einsätze in der Garage aufzählen
- Den Inhalt eines Werbeinserates für eine Garage und den Text dazu aufzeigen
- Verkaufsförderungsmassnahmen wie Direktaktionen, Ausstellungen, Prospekte, Point of sales-Material, PR-Aktionen, Einsatz im Aussendienst und möglicher Einsatz in der Garage erklären

5.3 Marktforschung

- Bedeutung und Methoden der Marktforschung nennen
- Inhalt und Einsatzbereiche der Marktforschung in einem Garagenbetrieb erklären

5.4 Verkauf

5.4.1 Verkaufspsychologie

5.4.2 Allgemein

- Die Wichtigkeit der Verkaufsmethodik erklären

5.4.3 Eigene Persönlichkeit

- ICH-Zustände erklären
- Vor- und Nachteile der ICH-Bereiche nennen
- Die vier Grund-Einstellungen erklären
- Verhaltensweisen gegenüber den Kunden aufgrund der Grundeinstellungen erklären
- Persönliche Entscheidungsverhalten erkennen und erklären

5.4.4 Kommunikation

- Die Transaktionsarten erkennen
- Die Kommunikationsregeln nennen und anwenden
- Die Transaktionen zur Konflikt-Entschärfung erkennen und anwenden
- Die positiven und die negativen Zuwendungen nennen

5.5 Verkaufsmethodik

5.5.1 Allgemein

- Den theoretischen Verkaufsablauf kennen und durchführen
- Die Haupteigenschaften eines Kundendienstberaters nennen
- Die "Werkzeuge" des Kundendienstberaters aufzählen

5.5.2 Vorbereitung

- Die Vorbereitung eines Verkaufs erklären

5.5.3 Akquisition

- Die Akquisitionsmethoden nennen und anwenden

5.5.4 Eröffnung

- Die nach der Begrüßung notwendigen Fragen aufzählen

5.5.5 Nachforschung

- Die Vorteile des aktiven Zuhörens begründen
- Die Bedürfnisse des Interessenten abklären

5.5.6 Motivation

- Möglichkeiten zum Eingehen auf die Bedürfnisse des Kunden erklären
- Die Präsentation eines Produktes erklären
- Den Zustand des präsentierten Fahrzeuges erklären
- Den Sinn der Probefahrt erklären (werkstattbezogen)

5.5.7 Eintausch

- Erkennen der Möglichkeiten zum Fahrzeugwechsel

5.5.8 Rabatte

- Verhalten bei Rabatt-Forderungen erklären
- Auswirkungen einer übertriebenen Rabattpolitik erklären

5.5.9 Abschluss

- Kaufsignale erkennen
- Techniken beim Verkaufsabschluss erklären

5.5.10 Ablieferung

- Ablieferung erklären
- Garantiebestimmungen erklären, Kulanzbestimmungen kennen
- Übergabe von Fahrzeugdokumenten und Betriebsanleitungen/Produktanleitungen (z.B. Radio, Natel etc.) erklären

5.5.11 Nachkontakt

- Die Wichtigkeit des Nachkontaktes begründen
- Möglichkeiten des Nachkontaktes erklären

5.5.12 Betreuung

- Die Wichtigkeit der Kunden-Betreuung begründen
- Möglichkeiten der Kunden-Betreuung erklären

© AGVS, gültig ab 2010