

K1: Wirtschaftlehre und Beziehung zum Kunden im Elektrogroßhandel

Bereich 1: Lern- und Arbeitstechniken

Arbeitsmethoden und Informationsquellen

Thema dieses Handlungsfeldes sind zum einen Arbeitstechniken, wie z.B. Zeitmanagement, Projektmanagement, Kreativitätstechniken, aber auch die Möglichkeiten, sich gezielte Informationen für den Berufsalltag zu beschaffen. Ebenfalls Inhalt dieses Handlungsfeldes ist das Thema 'Präsentationen', also die Möglichkeit, Informationen an andere weiterzugeben.

Arbeitstechniken: Zeit- und Projektmanagement

Jeder kennt das deprimierende Gefühl, am Ende des Tages nicht alle Arbeitsaufgaben bewältigt zu haben, obwohl man den ganzen Tag tätig war. Wenn Sie wissen möchten, wie Sie es schaffen, am Ende eines Arbeitstages zufrieden mit sich und Ihrer geleisteten Arbeit nach Hause zu gehen, dann sollten Sie diese Qualifizierungseinheit zu Rate ziehen. Sie werden hier ebenfalls lernen, welche Arbeitstechniken im Projektmanagement wichtig sind.

Arbeitstechniken: Teamarbeit

Jedem ist es schon mal passiert, dass es im Umgang mit anderen zu Missverständnissen gekommen ist. Diese Missverständnisse basieren oft auf Mängeln bei der Kommunikation. Und um auftretende Probleme zu lösen, bedarf es oft einer großen Portion an Kreativität. Wenn Sie mehr über die effektive Lösung und Vermeidung von Problemen erfahren wollen, sollten Sie diese Qualifizierungseinheit intensiv studieren. Sie werden lernen, Probleme mit Hilfe ausgewählter Kreativitätstechniken zu lösen. Sie erfahren Näheres zu den Grundregeln der Kommunikation, und sind anschließend in der Lage, unterschiedliche Kommunikationsmedien gezielt einzusetzen.

Informationsbeschaffung und Verwertung

Es ist oft nicht einfach, benötigte Informationen zu beschaffen und zu verwalten. Dabei gibt es eine Reihe verschiedener Quellen mit unterschiedlicher Nützlichkeit. Bei der Auswertung muss eine gewisse Wertigkeit beziehungsweise Priorität gesetzt werden. Diese Qualifizierungseinheit macht Sie mit den verschiedenen Informationsquellen vertraut. Sie werden die organisatorischen Möglichkeiten der Informationsgewinnung und Verwertung kennen lernen.

Weitergabe von aufbereiteten Informationen

Das Ziel einer Präsentation ist, einen bestimmten Teilnehmerkreis vom Nutzen einer Idee, einer Entwicklung, der Notwendigkeit einer Maßnahme, der Qualität eines Produktes bzw. einer Problemlösung mit Erfolg zu überzeugen. Das ist durch anschauliche Information, hohe Aufmerksamkeit und durch die relevante Unterstützung von Medien möglich. Nach Bearbeitung dieser Qualifizierungseinheit sind Sie in der Lage, gezielt Präsentationen vorzubereiten, dazu effiziente Präsentationstechniken auszuwählen und zielbestimmend einzusetzen.

Bereich 2: Allgemeine Wirtschaftslehre

Geschäftsprozesse und betriebliche Organisation

Geschäftsprozesse sind ein ineinandergreifendes Geflecht der Planung, des Einsatzes und der Kontrolle von Informationen, Funktionen und Mitteln. Damit dieses organisatorische Geflecht reibungslos und erfolgreich arbeitet, müssen Strukturen und Abläufe geregelt sein und einer permanenten Kontrolle, bezogen auf die Erreichung der Ziele, unterzogen werden. Dieses Lernarrangement beleuchtet diese Zusammenhänge und erläutert Ihnen schrittweise die Funktionsweise von Geschäftsprozessen in der betrieblichen Organisation.

Gestaltung von prozessgebundenen Geschäftsprozessen

Ziel dieser Qualifizierungseinheit ist es, Probleme der Gestaltung betrieblicher Strukturen und Abläufe zu erkennen und positiv zu verändern. Sie versucht Hilfestellung für unternehmerische Entscheidungen zu geben. Damit sind Sie auch in der Lage, volkswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen und auszuwerten. Der dargestellte Themenbereich reicht von der Preisbildung auf den Märkten im Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage über die Analyse von regionalen Strukturen bis hin zu weltwirtschaftlichen Phänomenen.

Leistungs-, Geld- und Informationsflüsse analysieren

Sie lernen in dieser Qualifizierungseinheit aus der Fülle angebotener Informationen die richtige Entscheidung heraus zu arbeiten, den Wert dieser Informationen zu beurteilen, sie zueinander in Beziehung zu setzen, sowie Abhängigkeiten und Zusammenhänge festzustellen. Sie lernen, aus möglichen Alternativen die optimale Lösung zu ermitteln und damit die künftige Entwicklung des Unternehmens festzulegen. Sie werden darüber hinaus lernen, die Auswirkungen ihrer Entscheidungen an der Zielvorgabe zu messen, Abweichungen zu ermitteln und zu analysieren.

Geschäftsprozesse analysieren und gestalten

Unabhängig vom Prozess der konkreten Leistungserstellung muss jedes Unternehmen - ganz gleich welcher Art - bestimmte Aufgaben bzw. Funktionen erfüllen. Diese fasst man mit dem Begriff 'prozessunabhängige betriebliche Querschnittsfunktionen' zusammen. Damit Sie die Gesamtheit des Unternehmensprozesses besser verstehen können, werden Ihnen wesentliche prozessunabhängige betriebliche Querschnittsfunktionen erläutert. Das umfasst die wesentlichen Informationsarten und -mittel, die Kommunikationsnetze eines Unternehmens, die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten und den Regelkreis finanzieller Vorgänge sowie die grundlegenden Ziele und Aufgaben betrieblicher Personalwirtschaft.

Formen der Aufbau- und Ablauforganisation

In dieser Qualifizierungseinheit wird die Organisation als eine systematische, planvolle Zuordnung von Menschen und Sachen zum Zwecke eines geregelten Arbeitsablaufs dargestellt. Sie zeigt gleichzeitig eine Summe der Regelungen auf, durch die der Betriebsablauf gestaltet wird. Weiterhin wird Ihnen vermittelt, wie man mit der Aufbauorganisation die strukturelle Gliederung der Zuständigkeit, Verantwortung und Leistungsbefugnisse für die Erledigung der anstehenden Arbeiten regelt. Sie erkennen gleichzeitig, dass es die Aufgabe der Ablauforganisation ist, die Arbeitsabläufe in allen Betriebsbereichen in einen Ordnungszusammenhang zu bringen, um dadurch ein möglichst wirtschaftliches und menschengerechtes Betriebsgeschehen zu erreichen.

Markt- und Kundenbeziehungen

Gerade im IT-Bereich geht die Entwicklung so schnell voran, dass selbst die Fülle der Produkte und Dienstleistungen, die ständig neu auf den Markt kommen, den aktuellen Kundenerfordernissen oft nicht gerecht wird. Um sich erfolgreich platzieren und bestehen zu können ist es erforderlich, über Instrumente der Marktforschung zu verfügen und individuell auf die Kundenbedürfnisse eingehen zu können. In diesem Handlungsfeld lernen Sie Instrumente und Möglichkeiten der Marktbeobachtung und Marktforschung kennen und werden mit der systematischen Erfassung der DV-Situation des Kunden vertraut gemacht, um auf dieser Grundlage kompetent zu beraten, Angebote zu unterbreiten, Verträge zu gestalten und diese abwickeln zu können.

Marktbeobachtung und Marktforschung

Nach erfolgreicher Bearbeitung dieser Qualifizierungseinheit sollten Sie die Bedeutung der Marktforschung als grundlegendes Mittel einer erfolgreichen Absatzpolitik erkannt haben. Vorgehensweisen erfolgreicher Marktforschung sind die Marktanalyse und Marktbeobachtung. Sie lernen die Quellen, Arten und Möglichkeiten der Marktforschung kennen. Sie werden erkennen, dass es gerade für kleine und mittlere Unternehmen unentbehrlich ist, sich die Ergebnisse von Marktforschungsinstituten zu nutze zu machen. Sie machen sich mit den Formen und Methoden der Angebotsanalyse, deren Auswertung und Präsentation vertraut und lernen Methoden zur Bestimmung des Marktanteils des eigenen Unternehmens kennen.

Standard- und Individuallösungen von IT-Systemen

Nach erfolgreicher Bearbeitung dieses Kapitels sind Sie mit den Zielen und Methoden der Ist-Aufnahme vertraut. Sie lernen, alles dazu Notwendige zu dokumentieren und letztendlich im Pflichtenheft festzuhalten. Sie werden die Auswahlkriterien kennen lernen und in die Lage versetzt, diese im Auswahlverfahren für eine kundengerechte EDV-Lösung zu nutzen. Diese Qualifizierungseinheit wird Sie in die Lage versetzen, eine marktgerechte Entscheidung über die Auswahl der Hard- und Software im Interesse des Kunden zu treffen, Ihre Entscheidung zu begründen und sicher zu präsentieren.

Kundenberatung und Verkaufssituationen

Dieser Baustein aus dem Lernarrangement 'Markt- und Kundenbeziehungen' versetzt Sie in die Lage, die Bedeutung eines Kunden für das Unternehmen zu erkennen und dieses Wissen in Beratungssituationen zielgerichtet und erfolgreich anzuwenden. In diesem Zusammenhang verstehen Sie Kundenwünsche zuallererst als Anforderung an sich selbst und damit an Ihr Unternehmen. Sie veranschaulichen sich verschiedene Mittel auf dem Weg einer erfolgreichen Kundenberatung, prägen sich diese ein und sind fähig in entsprechenden Übungssituationen erfolgversprechend zu agieren. Sie lernen, Ihre menschliche und fachliche Kompetenz sinnvoll im Interesse des Kunden und damit im Interesse des Unternehmens einzusetzen.

Beschaffung von Fremdleistungen

Nach erfolgreicher Bearbeitung dieses Kapitels sollten Sie die Bedeutung der Materialwirtschaft für ein Unternehmen erkannt haben. Sie sollen Aufgaben, Ziele und Funktionsbereiche der Materialwirtschaft kennen lernen und erfahren, wie der Bedarf ermittelt wird. Es wird kurz noch einmal auf die Beschaffungsmarktforschung und die Bezugsquellenermittlung eingegangen. Wesentlicher Bestandteil dieser Einheit sind die Themen Anfrage, Angebot, Bestellung, und Lagerhaltung. Außerdem erfahren Sie wichtige Einzelheiten über Rechte und Pflichten des Käufers.

Betriebswirtschaftliche Grundlagen beherrschen

Ohne betriebswirtschaftliche Kenntnisse kommt man heutzutage kaum aus. Mit Hilfe dieses Lernarrangements werden die wichtigsten Grundlagen vermittelt, von den Produktionsfaktoren bis hin zu rechtlichen Themen wie Vertragsrecht und Arbeitsrecht.

Die Grundlagen des Wirtschaftens kennen lernen

Diese einführende Qualifizierungseinheit beschäftigt sich mit der Frage nach den wirtschaftlichen Grundlagen wie z.B. den Produktionsfaktoren. Im zweiten Schritt wird untersucht, wie Angebot und Nachfrage geregelt werden und welche Märkte existieren.

Zielsetzungen und Leistungsprozesse von Unternehmen

Diese Qualifizierungseinheit beschäftigt sich mit den wirtschaftlichen Zielsetzungen von Unternehmen sowie den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Es werden auch die unterschiedlichen Leistungsprozesse von Unternehmen und verschiedene Fertigungsverfahren behandelt.

Rechtliche Grundlagen des Wirtschaftens beachten

In dieser Qualifizierungseinheit werden wichtige Rechtsbegriffe eingeführt sowie verschiedene Arten und das Zustandekommen von Verträgen erläutert. Der Kaufvertrag als sehr wichtiger Vertrag im Geschäftsleben und dessen Störungen werden ausführlich behandelt.

Ein Unternehmen gründen

Diese Qualifizierungseinheit vermittelt die Inhalte, die als Grundlage für jede Unternehmensgründung bezeichnet werden: Sie befasst sich mit wichtigen Fragen zu Kaufmannseigenschaften, zur Firmierung, zum Handelsregister und zur Wahl der Unternehmensform und klärt Sie über die verschiedenen Vertretungsbefugnisse auf.

Absatzwirtschaft kennen lernen

Diese Qualifizierungseinheit beschäftigt sich mit den Zielen und Aufgaben der Absatzwirtschaft, den Möglichkeiten, den Markt zu erforschen und den absatzpolitischen Instrumenten.

Finanzierung eines Unternehmens planen

In dieser Qualifizierungseinheit werden Sie mit den verschiedenen Finanzierungsarten der Unternehmen vertraut gemacht, lernen unterschiedliche Kreditarten kennen und erhalten Informationen zu den Ursachen von finanziellen Krisen und den Abläufen bei einer Unternehmensauflösung.

Den Zahlungsverkehr zielgerichtet steuern

Diese Qualifizierungseinheit beschäftigt sich mit den verschiedenen Zahlungsarten und -formen, der Überwachung und dem Einzug von Forderungen sowie der Verjährung von Forderungen.

Erfolgreich ausbilden

In dieser Qualifizierungseinheit lernen Sie die Bedeutung und die Möglichkeiten der individuellen beruflichen Bildung in Deutschland kennen. Darüber hinaus werden die Organisation der beruflichen Bildung und deren rechtliche Grundlagen behandelt.

Mitarbeiterführung und Mitbestimmung

Ein unternehmerisches Handeln ist ohne Führung kaum möglich. Daher befasst sich diese Qualifizierungseinheit mit der Notwendigkeit der Führung, den verschiedenen Führungsstilen und den Führungstechniken. Im zweiten Themenblock wird die Mitbestimmung der Arbeitnehmer behandelt. Von der Entstehung der betrieblichen Mitbestimmung bis zu den einzelnen Rechten der Arbeitgeber und Arbeitnehmer erfahren Sie alle relevanten Inhalte.

Arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften beachten

Diese Qualifizierungseinheit beschäftigt sich mit dem Arbeitsrecht, den Arbeitsschutzbestimmungen, den verschiedenen Zweigen der Sozialversicherung und deren Finanzierungsproblematik.

Volkswirtschaftliche, soziale Zusammenhänge verstehen

Das Lernarrangement -Volkswirtschaftliche, soziale Zusammenhänge verstehen- veranschaulicht das Zusammenwirken der Wirtschaftssubjekte (Haushalte, Unternehmen, Staat) in einer Volkswirtschaft und beschreibt die Funktionsweise der Markt- und Preisbildung. Besondere Berücksichtigung finden dabei auch die 'Ressourcen' Umwelt und Mensch. Der Lerner erfährt die Notwendigkeit und die Möglichkeit der staatlichen Einflussnahme zur Wachstumsförderung sowie zur Sicherung eines allgemeinen Volkswohlstandes und setzt sich in der letzten Qualifizierungseinheit mit dem Thema Steuern auseinander.

Umweltschutz und Arbeitssicherheit

Der Mensch entnimmt der Natur so gewaltige Anteile an organischen und anorganischen Elementen und gibt Abfälle in solcher Konzentration an sie ab, dass die biologischen Kreisläufe nicht mehr in ihrer natürlichen Form ablaufen können und das Gleichgewicht erheblich gestört wird. Welche Konsequenzen müssen aus der Begrenztheit der Ressourcen gezogen werden? Welche Bedeutung hat die enorme Belastung mit Abfallprodukten für die Natur? Welchen Beitrag zum Umweltschutz können wir im Büro oder im privaten Haushalt leisten. Die Unternehmen tragen nicht nur gegenüber der Umwelt Verantwortung, sondern auch in ganz besonderem Maße für die an den Leistungsprozessen beteiligten, mitarbeitenden Personen. Welche Bedeutung haben dabei Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit? Diese Qualifizierungseinheit versucht Antworten auf die gestellten Fragen zu geben und beschäftigt sich mit der Notwendigkeit umweltverantwortlichen Verhaltens sowie dem Arbeitsschutz und der Arbeitssicherheit.

Der Markt und seine Störungen

Jeder Unternehmer bestimmt frei was, wie viel und wie er produzieren will, und jeder Haushalt hat die freie Wahl der Verwendung seines Einkommens. Die unterschiedlichsten Märkte haben eine Gemeinsamkeit: Der Anbieter möchte so teuer wie möglich verkaufen, der Nachfrager aber möglichst günstig einkaufen. Wodurch erfolgt der Ausgleich dieser verschiedenen Interessen? Diese Lerneinheit geht zielgerichtet den Fragen der Markt- und Preisbildung nach und zeigt Möglichkeiten zur Verbesserung der Marktstellung von Anbietern ganz praktisch auf.

Wirtschaftsordnungen und die Europäische Union

Die Wirtschaftsordnung stellt einen wesentlichen Grundpfeiler der Gesellschaftsordnung dar. In ihr wird der rechtlich-organisatorische Rahmen für das Zusammenwirken der Wirtschaftssubjekte in einer Volkswirtschaft grundsätzlich festgehalten. Um als Anbieter oder Nachfrager notwendige Entscheidungen treffen zu können, sind Kenntnisse über Normen, Vorschriften und Richtlinien der Wirtschaftsordnung notwendig. Mit der Bildung eines einheitlichen, europäischen Binnenmarktes mit freiem Güter-, Personen- und Kapitalverkehr, hat sich die Notwendigkeit, Kenntnisse gerade auf diesem Gebiet zu besitzen, noch verstärkt.

Wirtschaftspolitik in der sozialen Marktwirtschaft

Um den Volkswohlstand zu mehren, ist ein wirtschaftliches Wachstum erforderlich. Eine Volkswirtschaft wächst, wenn ihre Gesamtproduktion und Leistungsfähigkeit, gemessen am durchschnittlichen realen Sozialprodukt, zunimmt. Wachstum und wirtschaftliche Interessen dürfen dabei nicht umweltpolitischen Zielen übergeordnet werden. In dieser Qualifizierungseinheit werden die Ziele des magischen

Sechsecks beschrieben. Es wird auf die gesetzlich notwendigen Vorgaben des Staates eingegangen (Beschäftigungsgrad, außenwirtschaftliches Gleichgewicht und Preisstabilität). Sie werden mit Formen und Methoden des Staates zur Durchsetzung neuer Umwelttechnologien vertraut gemacht, sowie mit Kenntnissen über die gerechte Einkommensverteilung.

Förderung von Stabilität und Wachstum

Das Wachstum einer Volkswirtschaft verläuft nicht gleichmäßig. Es gibt zyklische Bewegungen, die dem Wachstumstrend entgegen laufen. Es kommt zu Konjunkturschwankungen. Am Ende dieser Lerneinheit haben Sie die Phasen einer Konjunktur erklärt, die Einflussfaktoren auf eine Konjunktur analysiert, sowie die Möglichkeiten einer staatlichen Konjunkturpolitik beschrieben. Auch die Geldpolitik, die von der EZB gesteuert wird, mit ihren Zielen und Instrumenten wird in dieser Qualifizierungseinheit behandelt.

Steuern

Wofür braucht der Staat Finanzmittel? Was versteht man unter außerordentlichen Staatseinnahmen? Um die zahlreichen Aufgaben wahrnehmen zu können, braucht der Staat umfangreiche Finanzmittel. Die gesamte Gesellschaft, die auch in den Genuss der Ergebnisse der Staatstätigkeit kommt, stellt dem Staat die finanziellen Mittel hauptsächlich in Form von Steuern zur Verfügung. Diese Qualifizierungseinheit vermittelt Ihnen Wissen und Kenntnisse über die Notwendigkeit der Besteuerung und die Einteilung der verschiedenen Steuerarten. Sie werden die Grundzüge der Lohn- und Einkommensteuer und die Besteuerung von Unternehmen kennen lernen.

Bereich 3: Beratung und Vertrieb

Überzeugend in Präsentationen informieren

Eine Beratungssituation ist immer auch eine Präsentationssituation. Es muss nicht nur ein Produkt oder eine Dienstleistung ins rechte Licht gerückt werden. Schwieriger ist es, die dahinter stehende Idee, die Philosophie, zu präsentieren. Außerdem ist die Beratungssituation immer auch ein Stück Selbstdarstellung des Beraters. Der Teilnehmer lernt in diesem Handlungsfeld die Bedeutung der Präsentationssituation im Detail kennen. Ein wichtiges Thema ist die Analyse aller relevanten Rahmenbedingungen und die Formulierung eines klaren Ziels.

Anhand einer Präsentation vor einer Gruppe von Kundenvertretern werden zunächst die verschiedenen Möglichkeiten zur Visualisierung vorgestellt. Checklisten helfen bei der Auswahl der geeigneten Präsentationsmedien. Anschließend lernt der Teilnehmer die gezielte Planung der einzelnen Phasen der Präsentation. Er lernt Wege kennen, die eigene Körpersprache und die persönliche Rhetorik auf Dauer zu verbessern, Dialogphasen gezielt zu steuern und sein Auftreten insgesamt zu verbessern.

Grundlegend Präsentationen verstehen

In dieser Qualifizierungseinheit wird die Bedeutung der Präsentationssituation im Detail erläutert. Anhand einer multimedial aufbereiteten Fallstudie erarbeiten Sie die einzelnen Aspekte. Ein Schwerpunkt ist dabei die Analyse aller relevanten Rahmenbedingungen und die Formulierung eines klaren Ziels. Diese Kenntnisse werden durch Trainingsaufgaben gefestigt.

Gezielt Präsentationsmedien auswählen

Hier werden die Auswahlkriterien für Präsentationsmedien und Grundsätze der Visualisierung behandelt. Die gängigsten Medien werden auf ihre situationsabhängige Tauglichkeit beurteilt, inklusive praktischer Empfehlungen für deren Einsatz. Die multimediale Falldarstellung untermauert das Thema. Die Übungsaufgaben leiten sich daraus ab.

Teilnehmerorientiert Ablauf, Inhalte planen

Dieses Modul befasst sich mit der teilnehmerorientierten Inhalts- und Phasenplanung von Präsentationen. Es werden die einzelnen Ablaufschritte erläutert, sowie die unterschiedlichen Phasen bei der Inhaltsbearbeitung.

Wirkungsvoll den ersten Eindruck gestalten

Anfang und Ende sind bei der praktischen Durchführung von Präsentationen die Phasen, die entscheidend für den Erfolg sind. Mit einem multimedial aufbereiteten praktischen Beispiel lernen Sie erfolgversprechende Kriterien für Beginn und Ende von Präsentationen kennen und beurteilen diese anhand des Fallbeispiels. Ebenfalls werden wichtige Hinweise zur Optimierung des persönlichen Auftretens vermittelt.

Gezielt Rhetorik verbessern

Rhetorik ist die Kunst zu reden. Es gibt verschiedene Techniken, durch die sich persönliche Rhetorik gezielt verbessern lässt. Hier werden diese Methoden genannt und entsprechende Übungsmöglichkeiten geboten.

Situationsgerecht Dialoge gestalten

Eine Präsentationssituation ist kein Monolog. Das Publikum muss die Möglichkeit haben, Zwischenfragen zu stellen, damit ein Dialog entsteht. Dabei besteht die Gefahr, dass die Präsentation in eine unkontrollierte Diskussion entgleitet. Außerdem muss der Präsentator auf Einwände vorbereitet sein. Das Modul zeigt auf, welche Bedeutung die Dialogphase hat, wie sie sich gezielt steuern lässt und wie man als Präsentierender mit kritischen Einwänden umgehen kann.

Zielgerichtet Kunden gewinnen

Leitthema dieses Lernarrangements ist die Akquisition, d. h. die Gewinnung von Neukunden. Es stellt diesen Vorgang als gezielten, planbaren Prozess aus Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung vor. Nach zwei allgemeingültigen, einführenden Kapiteln erfährt der Lernende Details zu den individuellen Gegebenheiten der verschiedenen Akquisemaßnahmen: Telefonische, schriftliche oder persönliche Akquise.

Bestimmungsfaktoren erfolgreicher Akquisition

In dieser einführenden Qualifizierungseinheit werden Ihnen die Faktoren dargestellt, von denen der Erfolg oder Misserfolg Ihrer Akquisitionsbemühungen abhängt. Hier lernen Sie die Grundlagen erfolgversprechender Akquisitionsstrategien und -maßnahmen kennen, die in den Folgeeinheiten näher beleuchtet werden.

Effizient Akquisitionen planen, vorbereiten, organisieren

Das Kapitel nennt die Voraussetzungen für eine erfolgversprechende Akquisitionsstrategie und beschreibt, wie eine Akquisitionsmaßnahme geplant werden kann.

Gezielt Adressen, Ansprechpartner suchen, gewinnen

Oft muss der Berater/Verkäufer von sich aus auf den Kunden zugehen. Dazu benötigt er Adressmaterial. Dieses Kapitel zeigt die verschiedenen Methoden, an Adressen von potentiellen Kunden zu kommen und eine Vorauswahl zu treffen. Ein weiteres Leitthema sind Techniken zur Kontaktaufnahme.

Telefonisch Interessenten ansprechen, gewinnen

Der erste persönliche Kontakt findet oft am Telefon statt. Diese Qualifizierungseinheit benennt die Grundregeln der telefonischen Akquisition. Viele praktische Tipps und die Möglichkeit, Beispielfonate zu analysieren, bringen Ihnen die Techniken zur telefonischen Gesprächsführung näher.

Schriftlich Interessenten erreichen, gewinnen

In dieser Einheit geht es um das Für und Wider schriftlicher Akquisitionsmaßnahmen. Es wird aufgezeigt, wie eine Mailing-Aktion vorbereitet, durchgeführt und der Erfolg analysiert wird. Auch die neuen Medien (Email, Internet) werden berücksichtigt.

Persönlich Interessenten ansprechen, gewinnen

Nachdem der erste Kontakt zum Kunden telefonisch oder schriftlich hergestellt wurde, erfolgt oft ein persönliches Treffen. Diese Qualifizierungseinheit hilft bei der gezielten Vorbereitung auf das Akquisitionsgespräch und gibt praktische Tipps zum Verhalten des Verkäufers/Beraters während der einzelnen Gesprächsphasen.

Kosten-, nutzengerecht mit Werbemaßnahmen akquirieren

Dieses Kapitel befasst sich mit Werbung. Es stellt die verschiedenen Werbeträger mit ihren Vor- und Nachteilen vor und gibt Anregungen, wie sich zielgruppenbezogen werben lässt.

Erfolgsbezogen Akquisitionsergebnisse auswerten, beurteilen

Diese Qualifizierungseinheit schließt thematisch den Kreis des Lernarrangements. Nach der Bearbeitung der vorangegangenen Einheiten sind Sie in der Lage, das Thema "Kundengewinnung" in einem größeren Kontext zu betrachten. Dieses abschließende Kapitel befasst sich mit der Analyse der durchgeführten Akquisitionsmaßnahmen und hilft bei der Entwicklung einer auf Ihren persönlichen Bedarf zugeschnittenen Strategie zur Kundengewinnung.

Situationsgerecht beraten

Beratung ist ein wichtiger Bestandteil vieler ganz unterschiedlicher Berufstätigkeiten. Der grundlegende Ablauf des Beratungsprozesses ist weitgehend konstant. Er hängt nur unwesentlich von den Inhalten des jeweiligen Beratungsgegenstandes ab. Deshalb wurde ein produktneutrales Lernarrangement geschaffen, das für alle Fachberatungsbereiche genutzt werden kann. Neben der Vermittlung von Handlungskompetenz liegt der Fokus auf der Entwicklung sozialer Kompetenzen. Damit ist der Komplex aus Fähigkeiten gemeint, die den Berater/Verkäufer in die Lage versetzen, auf den Kunden zuzugehen, sich in die Lage des Kunden hinein zu denken, sein Vertrauen zu gewinnen.

Beratungsfelder verstehen

Das Hauptziel dieser Qualifizierungseinheit sind die Grundlagen der Beratung. In nahezu allen Unternehmen bilden Berater die Schnittstelle zwischen der Leistungserstellung und der Leistungsverwertung. Der grundlegende Ablauf des Beratungsprozesses ist dabei weitgehend konstant: Er hängt nur unwesentlich von der Art und Inhalten des jeweiligen Beratungsgegenstandes ab.

Beratungsabläufe planen, steuern

Jede einzelne Beratungsphase stellt hohe Anforderungen an die Kompetenz des Beraters. Im Mittelpunkt muss dabei immer der Kunde mit seinen individuellen Bedürfnissen und Möglichkeiten stehen. Der Berater muss aus der Situation heraus in der Lage sein, sich in die Lage des Kunden zu versetzen und dessen Problematik vollständig zu erkennen. Diese Kurseinheit befasst sich mit den Qualifikationen, die Sie als Berater benötigen, um auf Kunden zuzugehen, ihr Vertrauen zu gewinnen und tragfähig Arbeitskontakte zu schließen.

Beziehung aufnehmen, aufbauen

Das Leitthema dieser Qualifizierungseinheit ist die 'Soziale Kompetenz' des Beraters. Es zeigt die Bedeutung des Kontakts zwischen Berater und Kunden auf der Beziehungsebene und gibt Anregungen, wo Anknüpfungspunkte für eine solche Beziehung zu finden sind.

Körpersprache verstehen, nutzen

Die Kommunikationskanäle der Körpersprache sind sehr vielfältig: Gestik, Mimik, Körperhaltung, der Blickkontakt, der Tonfall, jede wahrnehmbare Regung des Körpers und die Entfernung zur anderen Person. Die Signale, die wir damit aussenden, drücken Missbilligung, Zustimmung, Unsicherheit, Selbstvertrauen, Offenheit, Verschlossenheit, Sympathie, Antipathie, aber auch Zuversicht und Überzeugung aus. Wir erkennen, wenn jemand sich verstellt und sprechen dieser Person die Glaubwürdigkeit ab. Da es unmöglich ist, die gesamte Körpersprache zu kontrollieren, werden wir dies erst gar nicht versuchen. Was Sie aber in dieser Qualifizierungseinheit lernen werden, ist, Ihre Wahrnehmung für diese Faktoren zu schärfen und sie gezielt in der Beratungssituation einzusetzen.

Frage- und Antworttechniken einsetzen

Im Gegensatz zu den Eigenschaften sozialen Kompetenzen, die vom Berater benötigt werden, um eine Atmosphäre der Glaubwürdigkeit und des Vertrauens zu schaffen, verlangt die Phase der Problemerkennung vor allem methodische Kompetenzen. Eine ausgefeilte Frage- und Antworttechnik kann man sich aneignen - diese Qualifizierungseinheit vermittelt hierzu die notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten.

Einwände aufgreifen, ausräumen

Erfolgreiche Einwandbehandlung beginnt ebenso wie beim Einzelgespräch mit Kunden/Klienten im Kopf - bei der eigenen Einstellung. Wenn Sie erst einmal akzeptiert haben, dass es im Geschäftsleben härter zugeht als zu Hause, können Sie eigentlich nur positiv überrascht werden. Es ist dennoch nicht angebracht, den Personen, die Sie im Geschäftsleben treffen, grundsätzlich mit Misstrauen zu begegnen. Nähern Sie sich ihnen vorsichtig und schaffen Sie die Voraussetzungen, dass enttäuschtes Vertrauen Sie nicht persönlich angreift. Einwände sind keine Kampfansagen. Einwände geben uns wertvolle Informationen über den Standpunkt des Gegenübers. In dieser Qualifizierungseinheit werden Sie lernen, wie Sie mit Einwänden umgehen, was sie Ihnen über den Kunden verraten und wie Sie dem Einwand eine positive Seite abgewinnen können.

Gruppen beraten, moderieren

Wenn Sie es als Berater mit einer ganzen Gruppe von Personen zu tun haben, macht das Ihre Aufgabe nicht einfacher. Denn Sie müssen nun auch die Dynamik der Gruppe mit einbeziehen und das mitunter vielschichtige Geflecht von Beziehungen und Interessen. Andererseits kann die Arbeit in der Gruppe auch besonders effektiv und fruchtbar sein. Die Aufgabe des Beraters verschiebt sich dahin zu der eines Moderators. In dieser Qualifizierungseinheit lernen Sie die besonderen Gegebenheiten der Beratung von Gruppen kennen. Außerdem erfahren Sie, welche gruppenspezifischen Vorgänge Sie beachten müssen und wie Sie die Rolle des Moderators souverän ausfüllen.

Ergebnisse erzielen, sichern

Durch geschickte Einbindung des potentiellen Kunden muss die erarbeitete Lösung transparent dargestellt werden. Sollte eine adäquate Lösung nicht den Möglichkeiten seines Hauses entsprechen, muss der Berater unter Umständen entscheiden, welche Empfehlung er nahe legt. Bei Bedarf muss er auch in der Lage sein, das Angebot kundenbezogen zu modifizieren. Manchmal kann es auch erforderlich sein, die Beratung nach dem Geschäftsabschluss fortzusetzen. In dieser Qualifizierungseinheit lernen Sie alle relevanten Faktoren kennen, die in der Schlussphase der Beratung zu beachten sind. Sie werden in die Lage versetzt, ein konkretes Beratungsergebnis zu erzielen und zu sichern.

Bereich 3: Service und Support

Partnerschaftlich Kundenkontakte pflegen

Die Akquisition von Neukunden wird in den meisten Unternehmen groß geschrieben. Dabei läuft man Gefahr, die bestehenden Kunden zu vergessen. Daher werden in diesem Lernarrangement die Möglichkeiten der Pflege des Kundenkontaktes vermittelt. Von der Kundenpflege am Telefon oder in persönlichen Gesprächen bis zum kundenorientierten Umgang mit Reklamationen erfährt der Lerner alles, was für eine langfristige, erfolgreiche Kundenbindung wissen muss.

Einflussfaktoren erfolgreicher Kundenbindung verstehen

Die Frage, ob der Ertrag der Kundenpflege den Aufwand rechtfertigt, würden die meisten Profis mit "ja" beantworten. Doch in der Praxis sind sie fixiert auf die Gewinnung von Neukunden. Dies führt dann zu Abwanderungen oder zumindest zu einer Stagnation des Geschäftes mit den Altkunden, auch wenn hier noch Reserven vorhanden sind.

Gezielt Kundentelefonate vorbereiten, durchführen

Viele Unternehmen täten gut daran, sich eine selbstkritische Frage zu stellen: Wie ist es bei uns um die Qualität der telefonischen Betreuung bestellt? Bei der Suche nach einer Antwort auf diese Frage gilt es, nicht nur organisatorische Mängel aufzuspüren, sondern auch die Qualität der Telefongespräche selbst zu untersuchen.

Persönliche Kundendaten gewinnen, ordnen, auswerten

Wer einen Kunden einmal für sein Haus gewonnen hat, wird alles versuchen, ihn auf längere Zeit zu binden. Damit man auf die Bedürfnisse des Kunden eingehen kann, muss man etwas über ihn wissen, bzw. sich gezielt Wissen aneignen.

Jeder Kunde wünscht sich eine individuelle und auf seine persönlichen Bedürfnisse abgestimmte Beratung. Die Palette der Kundendaten reicht von dessen Namen über Fakten wie Alter, Adresse und Berufsbildung bis hin zu Informationen aus dem persönlichen Bereich. Welche Daten dies im Detail sein können, wie man sie gezielt auswerten und einsetzen kann, vermittelt diese Qualifizierungseinheit.

Aktiv Gesprächsanlässe erkennen, wahrnehmen

Professionell erfolgreich und zugleich gerne zu beraten und zu verkaufen, ist nicht einfach. Diese Aufgabe zu meistern, ist eine dauernde Gratwanderung zwischen Nähe und Distanz sowie Aktivität und Zurückhaltung. Diese Qualifizierungseinheit vermittelt die Erkenntnis, dass ein Kundenbetreuer einerseits Beziehungen zu anderen Menschen aufbauen und sich darin auch persönlich einbringen, aber gleichzeitig auch professionelle Distanz wahren können muss - denn er hat ja nicht nur einen Kunden. In weiteren Lernschritten erfahren Sie, wie Sie persönlichen Kontakt zu potentiellen Kunden aufnehmen können und trotzdem den genannten „Spagat“ meistern.

Langfristig Kundenbindungen pflegen, erhalten

Natürlich möchte jeder Berater/Verkäufer, dass seine Kunden weiterhin oder vermehrt bei ihm kaufen, d.h. lieber zu ihm kommen als zur Konkurrenz. Dazu müssen die Kunden jedoch „gepflegt“ werden. In dieser Qualifizierungseinheit lernen Sie Strategien langfristiger Kundenpflege kennen. Sie lernen, dass diese Strategien u.a. von der Bedeutung des jeweiligen Kunden für Ihr Geschäft abhängen. Die notwendigen Entscheidungskriterien für diese Einstufung sind selbstverständlich ebenfalls Bestandteil des Qualifizierungsstoffes.

Kundenfreundliches Gesprächsumfeld schaffen

Bei der Betreuung von Kunden im Gespräch ist es durchaus wichtig, in welchem Umfeld das Gespräch stattfindet. Ein günstiges Umfeld kann erheblich dazu beitragen, dass ein Gespräch inhaltlich und psychologisch positiv aufgenommen wird. Ebenso kann ein ungeeignetes Umfeld eine inhaltlich und psychologisch gute Gesprächsführung wirkungslos machen.

Im Verlauf der Qualifizierungseinheit lernen Sie die relevanten Faktoren kennen. Außerdem erfahren Sie, wo die Gründe für die positive oder negative Aufnahme liegen. Zum Gesprächsumfeld gehören rein physikalische Faktoren wie Lärmpegel, Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Helligkeit etc., sowie ästhetische Faktoren wie Stil und Zustand von Möbeln und anderen Einrichtungsgegenständen, und drittens variable psychologische Faktoren wie die vermutete Diskretion, Gesprächsunterbrechungen etc.

Kulant mit Reklamationen umgehen

Das Wort „Reklamation“ löst bei vielen Verkäufern oder Beratern Hektik aus. Reklamationen gelten als „kleine Katastrophen“. Stressbedingt und oft aus der zusätzlichen Angst, im eigenen Hause schlecht dazustehen, werden dann bei der Reklamationsbehandlung Fehler gemacht. In dieser Qualifizierungseinheit lernen Sie, die Art der Reklamation zu berücksichtigen, Ihre Ursachen zu erkennen und die Reklamation richtig zu behandeln, indem Sie das Ziel des Kunden identifizieren, kundenorientiert Alternativen entwickeln und Eskalationen vermeiden. Schließlich erfahren Sie, wie Sie generell die Kundenzufriedenheit durch zielbewusstes, professionelles Agieren erhöhen und Reklamationen im Vorfeld entgegenwirken können.

Überzeugend die Unternehmenskultur vermitteln

Jede Firma, ob groß oder klein, hat ihre eigene Unternehmenskultur. Diese Kultur wird oft offiziell in Unternehmensleitsätzen festgelegt. Allerdings besteht häufig eine große Diskrepanz zwischen den Leitsätzen und der tatsächlich gelebten Kultur. Papier ist bekanntlich geduldig.

In dieser Qualifizierungseinheit wird ein Umfeld skizziert, in dem Mitarbeiter nicht durch Angst vor Fehlern gehemmt werden, sondern Fehler als Anlass zum Lernen gesehen werden. Andere Firmen schreiben sich heutzutage in ihre "Leitsätze zur Unternehmenskultur", dass sie eine gesellschaftliche Verantwortung tragen und zu tragen bereit seien. Mancher Unternehmer begründet Entscheidungen damit, dass er ja auch noch eine soziale Aufgabe habe, zum Beispiel als Arbeitgeber. Doch worin zeigt sich Unternehmenskultur? Die Antwort soll diese Qualifizierungseinheit liefern.

Service- und kundenorientierte Kommunikation

Das Kommunikationsverhalten im modernen Service-Center steht im Mittelpunkt dieses Handlungsfeldes. Gesprächs-, Frage- und Verkaufstechniken bilden den Fokus für den professionellen Umgang mit dem Kunden.

Themenblock 1: Kundenorientierung und Telefonservice

In den folgenden 5 Qualifizierungseinheiten zum Thema 'Kundenorientierung und Telefonservice' dreht sich alles rund um das Thema Dienstleistung als separates Angebot und Wettbewerbsvorteil. Sie erfahren, was Dienstleistung im 21. Jahrhundert bedeutet und welche besondere Rolle hierbei das Telefon als Kommunikationsmedium spielt.

Kundenbeziehungen durch Telefonservice gezielt fördern

Diese Einheit beleuchtet das Thema "Kundenorientierung" nach zwei Gesichtspunkten. Der erste Schwerpunkt gilt den grundlegenden Anforderungen an den Service am Telefon. Sie werden erkennen, dass Telefonservice die stärkste Säule im „Tempel“ der Kundenorientierung darstellt. Außerdem soll die strategische Ausrichtung von Firmen auf den Kunden betrachtet werden. Dazu werden wir das Konzept "Customer Relationship Management" näher betrachten.

Kundenorientiert Telemarketing betreiben

In dieser Qualifizierungseinheit geht es um kundenorientierte Gesprächsführung. Dabei wird unterschieden zwischen aktivem und passivem Zuhören. Des Weiteren wird auf typische Fehler beim Telefonieren eingegangen. Man unterscheidet internes und externes Marketing. Doch was bedeutet Marketing? Diese Frage soll im zweiten Qualifizierungsbaustein geklärt werden. Während der Bearbeitung werden auch die Unterschiede zwischen Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik erläutert. Im dritten Qualifizierungsbaustein werden Sie aktives und reaktives Telemarketing innerhalb des Marketing-Mixes verstehen lernen. Weiterhin werden Sie mehr über das Telefonmarketing als Teil des Direktmarketing und dessen Einsatz erfahren.

Professionellen Telefonservice betreiben

Der optimale Kontakt zum Kunden ist sicherlich der persönliche Kontakt. Das Telefon wird diesem Anspruch zwar nicht gerecht, es bietet aber den entscheidenden Vorteil, dass die Kommunikationspartner nicht physisch an einem Ort anwesend sein müssen. Dies spart Kosten und Mühen. Diese Qualifizierungseinheit zeigt auf, wie das Telefon als effiziente Schnittstelle zum Kunden genutzt werden kann. Außerdem wird Ihnen gezeigt, wie ein Call Center in den Mittelpunkt der Kommunikation rückt. Des Weiteren werden Ihnen die Vorteile eines Call Centers aufgezeigt.

Auf Standardsituationen am Telefon vorbereitet sein

Serviceorientiertes Verhalten am Telefon, speziell bei den Serviceanlässen Anfrage und Bestellung, ist Thema des ersten Qualifizierungsbausteins. Es wird auch kritisch auf die Frage eingegangen, welche Gefahr Routine und Standardisierung in Gesprächen birgt. Ein weiterer Qualifizierungsbaustein beschäftigt sich mit dem Thema 'Beschwerde und Reklamation'. Sie lernen Möglichkeiten kennen, wie Sie telefonisch auf eine Reklamation reagieren und antworten können. Wann ist beim Telefonieren der richtige Zeitpunkt, die Initiative zu ergreifen? Es wird aufgezeigt, was professionelles Telefonieren ausmacht, angefangen vom ersten Eindruck, bis hin zum adäquaten Verhalten in den einzelnen Gesprächsphasen. Im letzten Qualifizierungsbaustein wird Ihnen aufgezeigt, wie wichtig der Anruf nach dem Kauf (After-Sales-Anruf) sein kann. Hierbei gibt es einige Gesprächsziele die beachtet werden sollten.

Schwierige Telefonsituationen erfolgreich meistern

Trotz erlernter Gesprächsführungstechnik und vorhandenem Grundwissen über Kommunikation kann es in der Praxis immer wieder zu schwierigen Situationen am Telefon kommen. Möglicherweise entstehen für Sie als Agent unangenehme Gefühle oder Sie fühlen sich persönlich sehr involviert, das Gespräch stockt oder nimmt einen unguten Verlauf. Sie fühlen sich nicht mehr als Herr der Lage. In dieser Qualifizierungseinheit wird Ihnen theoretisches Wissen und das entsprechende Werkzeug an die Hand gegeben, um mit solchen Telefonsituationen besser umgehen zu können.

Eine telefonische Reklamation ist keine angenehme Situation. Der erste Qualifizierungsbaustein zeigt auf, wie durch professionelles Verhalten aus dem reklamierenden ein treuer Kunde wird. Der nächste Baustein beschäftigt sich mit dem Thema 'Überbringung einer schlechten Nachricht'. Auch dieser Gesprächsanlass bietet die Möglichkeit zum Service am Kunden. Die aktive telefonische Mahnung ist Thema des letzten Qualifizierungsbausteins. Höflicher und respektvoller Umgang im Geschäftsleben sollte auch bei Mahngesprächen selbstverständlich sein.

Themenblock 2: Am Telefon professionell verhalten

Es gibt keine zweite Chance, einen ersten Eindruck zu hinterlassen! Dieses Motto ist kennzeichnend für die Bedeutung professionellen Telefonverhaltens, denn oft ist der erste Eindruck, den man von einem Unternehmen erhält, der telefonische Kontakt zu einem Mitarbeiter. Die Bausteine unter dem Motto 'Am Telefon professionell verhalten' zeigen Ihnen auf, was professionelles Telefonieren ausmacht, angefangen vom ersten Eindruck, über das Schaffen der richtigen Gesprächsatmosphäre, dem adäquaten Verhalten in den einzelnen Gesprächsphasen, bis hin zur Methode des aktiven Zuhörens.

Den Gesprächsverlauf gezielt planen und steuern

Im ersten Qualifizierungsbaustein wird das richtige Verhalten bei Inbound-Gesprächssituationen aufgezeigt. Dabei hilft eine ausführliche Planung des Gesprächsverlaufs. Des Weiteren wird der Aufbau eines Telefonskripts erklärt. Im Baustein zum Gesprächsverlauf wird dargestellt, wie der Kunde unterschiedlichste Signale aussendet. Daher ist es für Sie wichtig, besonders Kaufsignale wahrzunehmen. Kaufsignale bedeuten ein erstes 'Ja' zu einem Produkt. Ein vorsichtiges und gezieltes Vorgehen ist in diesem Fall besonders wichtig. Im letzten Baustein steht die Frage im Mittelpunkt: Wie verhält man sich bei Outbound-Gesprächssituationen richtig? Um diese Frage zu beantworten, muss man die verschiedenen Kommunikationstypen kennen. Dann ist es auch möglich den Gesprächspartner richtig einzuschätzen.

Den Gesprächspartner richtig einschätzen und individuell reagieren

Menschenkenntnis ist bei der service- und kundenorientierten Kommunikation gefragt. Daher wird im ersten Baustein auf verschiedenste Menschentypen und Charaktere eingegangen. Werden die Menschen richtig eingeordnet ist der richtige Umgang miteinander kein Problem. Im nächsten Qualifizierungsbaustein lernen Sie, sich ein richtiges Bild vom Anrufer zu machen. Durch eine positive und offene Einstellung kann man den Kunden beeinflussen. Was unter einem Gesprächspartnerpanorama zu verstehen ist, wird Ihnen im dritten Baustein erklärt. Des Weiteren wird aufgezeigt, wie unsere Erwartung die Wahrnehmung beeinflusst.

Themenblock 3: Das persönliche Telefonverhalten verbessern

Trotz erlernter Gesprächsführungstechnik und vorhandenem Grundwissen über Kommunikation kann es in der Praxis immer wieder zu schwierigen Situationen am Telefon kommen. Möglicherweise entstehen für Sie unangenehme Gefühle oder Sie fühlen sich persönlich sehr involviert - das Gespräch stockt oder nimmt einen ungunstigen Verlauf. Sie fühlen sich nicht mehr als Herr der Lage. In Qualifizierungsbausteinen unter dem Motto 'Schwierige Telefonsituationen meistern' wird Ihnen theoretisches Wissen und das entsprechende Werkzeug an die Hand gegeben, um mit solchen Telefonsituationen besser umgehen zu können.

Personenbezogen auf schwierige Telefonsituationen reagieren

Im ersten Qualifizierungsbaustein geht es darum, dass für den richtigen Umgang mit Emotionen ein gutes Fingerspitzengefühl erforderlich ist. In bestimmten Situationen ist es notwendig, dass eine 'innere' Distanz geschaffen wird. Hierbei hilft die Transaktionsanalyse. Ein weiterer Qualifizierungsbaustein beschreibt den richtigen Umgang mit sachlichen Aspekten. Welche Verhaltensmöglichkeiten haben Sie, wenn der Kunde Sie persönlich angreift?

Verhalten in kritischen Telefonsituationen gezielt verbessern

Zunächst steht das 'leidige' Thema der telefonischen Reklamation im Mittelpunkt. Für den richtigen Umgang in solchen Fällen, sollte man die Bedeutung der Reklamation kennen. Der Baustein hilft Ihnen dabei die Motive und Bedürfnisse des Kunden zu verstehen. Der zweite Qualifizierungsbaustein beschäftigt sich mit der richtigen Formulierung von Verständnissen und wie Lösungssignale gesetzt werden. Des Weiteren werden die Strukturen, die hinter einer Reklamationsbehandlung stehen, aufgezeigt.

Planbare Telefongespräche gezielt vorbereiten

Wie lässt sich ein möglichst erfolgreiches Verkaufstelefonat führen? Egal ob Sie einen Anruf entgegennehmen oder selbst zum Telefonhörer greifen: Es gibt Möglichkeiten, Verkaufsgespräche zu strukturieren und sich bestimmter Techniken zu bedienen. Im ersten Baustein lernen Sie Strukturierungsformen und Verkaufstechniken kennen, mit deren Hilfe Sie schneller und geplanter zum Ziel kommen. Der nächste Gesichtspunkt ist der Bedarf des Kunden. Damit ein Kunde gewonnen wird, und nicht überredet werden muss, ist es wichtig den Bedarf des Kunden zu kennen. Dabei hilft Ihnen eine exakte Bedarfsanalyse. Der Verkaufsabschluss ist mit Sicherheit die entscheidende Phase. Mit den richtigen Techniken wird das Gespräch zu einem guten Ende gebracht. Auch nach einem erfolgreichen Abschluss ist eine gründliche Nachbearbeitung erforderlich. Dadurch wirken Sie professionell und der Kunde fühlt sich ernst genommen.

Themenblock 4: Rahmenbedingungen der kundenorientierten Kommunikation

In den Qualifizierungsbausteinen zum Thema 'Rahmenbedingungen der kundenorientierten Kommunikation' werden die Rahmenbedingungen in den Vordergrund gerückt, unter denen die kunden- und serviceorientierte Kommunikation stattfindet. Zunächst werden wichtige rechtliche Aspekte beleuchtet und anschließend die technischen Kernbausteine der Infrastruktur. Der Arbeitsplatz mit seiner Ausstattung ist dabei genauso im Blick wie organisatorische Abläufe.

Rahmenbedingungen der kundenorientierten Kommunikation

Im normalen Geschäftsablauf am Telefon werden Daten routinemäßig ausgetauscht. Der Kunde kann in der Regel davon ausgehen, dass seine Daten gespeichert werden. Das wird ja auch vom Kunden gewünscht, damit das Geschäft in seinem Sinne abgewickelt werden kann. Aber wer schützt die Daten? Der erste Baustein behandelt daher ausführlich den Datenschutz und das Bundesdatenschutzgesetz. Ein weiterer Qualifizierungsbaustein beschäftigt sich mit den Rechtsbereichen und Tendenzen in der Rechtssprechung. Welche Rechte haben Betroffene, deren Daten missbraucht wurden? Auch wird erklärt was man unter Wettbewerbsrecht und guten Sitten beim Telemarketing versteht. Es gibt verschiedene Formen des Einverständnisses. Der nächste Baustein zeigt die Unterschiede zwischen ausdrücklichem, schriftlichem und stillschweigendem Einverständnis auf. Der letzte Qualifizierungsbaustein befasst sich damit, welche Grundsätze im gewerblichen Bereich nach der Rechtssprechung zu beachten sind. Des Weiteren wird die rechtliche Beurteilung der verschiedenen Werbemöglichkeiten aufgezeigt.

Ausstattung des Arbeitsplatzes im Telefonservice kennen lernen

Ein gut ausgestatteter und organisierter Arbeitsplatz erleichtert das Arbeiten und hinterlässt beim Kunden einen professionellen Eindruck. Für ein konzentriertes Arbeiten sollte auch der Geräuschpegel niedrig gehalten werden. Wie Sie sich solch eine Umgebung schaffen können wird Ihnen im ersten Baustein aufgezeigt. Außerdem werden die Unterschiede zwischen den verschiedenen ISDN-Anschlussarten aufgezeigt. Mehrere technische Systemeinheiten bestimmen den grundlegenden Aufbau eines Call Centers. Daher geht es im nächsten Qualifizierungsbaustein um die Basiskomponenten der Call-Center-Technik. Auch die Aufgaben interaktiver Sprachverarbeitungssysteme (IVR) werden hier thematisiert.

Technische Ausstattung im professionellen Telefonservice

Die automatisierte Anrufverteilung gehört auch zur technischen Ausstattung im professionellen Telefonservice. Durch zielgerichtetes Routing wird die Servicequalität am Kunden verbessert. Der erste Baustein erklärt außerdem das Prinzip der Warteschlangen-Steuerung. Im Zeitalter moderner Kommunikationstechnik suchen Kunden häufig auch per Fax oder E-Mail den Kontakt zu einem Unternehmen. Oder sie hinterlassen telefonisch Nachrichten. Für eine rationelle Verwaltung dieser Nachrichten werden sogenannte Unified Messaging Systeme in Call Centern eingesetzt. Außerdem werden Ihnen die Aufgaben des Reportings erklärt und dargestellt.