

## 22 PRÜFUNGSINHALTE MARKETINGFACHLEUTE

### PRÜFUNGSTHEMEN/SEITENVERZEICHNIS MARKETINGFACHLEUTE

Präsentations- und Kommunikationstechniken (Prüfungszeit: 25 Minuten mündlich)

THEMA	SEITE
<b>PRÄSENTATIONSTECHNIK UND METHODIK</b>	
Mit eigenen Worten beschreiben, auf was bei der Ausarbeitung und Durchführung einer Rede oder Präsentation zu achten ist.	64
Mit einfachen Beispielen (für einen Laien verständlich) die Bereiche beschreiben, mit denen sich die Rhetorik beschäftigt.	57
Die Phasen einer Moderation, den Aufbau des Spannungsbogens, die aktivierenden Frage- und Antwortmethoden sowie die Hilfsmittel und Materialien und deren Einsatz mit eigenen Worten beschreiben.	94
Eine Präsentation aufgrund von Zielen oder Strategien klar strukturieren.	74
Verschiedene Arten von Präsentationen gegeneinander abwägen.	64
Zielgerichtet, entsprechend der Eigenschaften der Zielpersonen eine wirkungsvolle Präsentation entwickeln.	64
Die Zuhörer in die Präsentation aktivieren und integrieren.	74
Die Wirkung von Stimme, Artikulation, Mimik, Gestik und Haltung erklären und diese Instrumente zielgerecht in seine Präsentation einbauen.	46
Eine einfache Rede/Präsentation zu einem Marketingthema halten.	Anwend.
<b>HILFSMITTEL UND DEREN EINSATZ</b>	
Die Unterschiede, Vor- und Nachteile einzelner Hilfsmittel erklären.	79
Hilfsmittel in die eigene Präsentation integrieren.	79
Den Einsatz geeigneter Präsentationshilfsmittel für eine vorgegebene Situation bestimmen.	79
Die Vor- und Nachteile der üblichen Kommunikationsmittel beschreiben und situationsgerecht einsetzen.	79
<b>VERHANDLUNGSTECHNIK</b>	
Die Fragearten aufzählen und beschreiben.	152
Die Fragetechniken beschreiben und einordnen.	148
Verschiedene Argumentationsarten anwenden und begründen.	164
Die Unterschiede eines Verkaufs- und Einkaufsgesprächs darstellen.	131
Sich bei Reklamationen kompetent verhalten, sich in die Situation des Kunden versetzen und Problemsituationen analysieren und darlegen.	180
Eine für alle Beteiligten akzeptable Stellungnahme abfassen.	164
Ein Verkaufsgespräch für ein konkretes Produkt durchführen.	127
<b>KREATIVITÄSTECHNIKEN</b>	
Die wichtigsten Kreativitätstechniken erklären (insbesondere Brainstorming, Brainwriting, Reizwortanalyse).	228
Für Prozesse der Ideenfindung die optimale Technik anwenden.	228
Neben den klassischen „Brain-Techniken“ auch morphologische Methoden adäquat einsetzen.	228
Ein Kreativ-Briefing für externe Dienstleister so formulieren, dass die gewünschte Botschaft umgesetzt werden kann.	228

## 23 PRÜFUNGSINHALTE VERKAUFSFACHLEUTE ID

### PRÜFUNGSTHEMEN/SEITENVERZEICHNIS VERKAUFSFACHLEUTE INNENDIENST Präsentations- und Verkaufstechnik/Verkaufsgespräch (mündlich 40 Minuten)

THEMA	SEITE
<b>PRÄSENTATIONSTECHNIK</b>	
Grundlagen der Präsentationstechnik erläutern	64
Vorbereitung einer Präsentation beschreiben <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilnehmer /Teilnehmerzahl /Einladung</li> <li>• Raumgestaltung /Sitzordnung /Hilfsmittel /Dokumentation</li> </ul>	69
Visualisierung und Präsentationsmedien anwenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor- und Nachteile der Präsentationsmedien</li> <li>• Einsatz / Eignung der Medien je nach Präsentationstyp</li> </ul>	79
Aufbau und Struktur der Präsentation darlegen	74
Gestaltung von Präsentationshilfsmitteln anwenden Folien/Wandtafel/Pinnwand/Grafiken/Flip- Chart etc.	79
Beurteilung einer Präsentation durchführen	78
Eine Präsentation /einen Vortrag durchführen - Die Kandidatin oder der Kandidat soll einen mind. 8- bis max. 10-minütigen Vortrag aufgrund eines zum Voraus selbst erarbeiteten Stichwortmanuskripts, unterstützt durch Präsentationshilfen und je nach Auditorium ein Thema, präsentieren. Das Thema ist frei wählbar. Der Vortrag ist in Schriftsprache zu halten. Vor Ort werden die folgenden Präsentationshilfen zur Verfügung gestellt: Flip-Chart, Pinnwand, Hellraumprojektor. Für die Installation der selbst mitgebrachten Präsentationshilfen wird 1 Minute gewährt. Die Zeit muss eingehalten werden; bei Zeitüberschreitung wird das Referat durch die Experten abgebrochen. Im Anschluss an den Vortrag soll die Kandidatin/der Kandidat theoretische Fragen beantworten.	
<b>VERKAUFSPSYCHOLOGIE</b>	
Menschen- und Käufertypologien aufzählen	109
Bedarfsermittlung erstellen	111
Erforschung von Kaufmotiven durchführen	111
Grundlagen der Kommunikation erläutern	19
<b>VERKAUFSGESPRÄCH</b>	
Beschaffung von Kundendaten und -informationen schildern	127
Verkaufsziele und deren Kontrollen realisieren	127
Vorbereitung eines Kundengesprächs durchführen	129
Phasen eines Verkaufsgesprächs formulieren und situationsgerecht anwenden	129
Strukturiertes Verkaufsgespräch im Dienstleistungs-, Konsumgüter- und Investitionsbereich durchführen	131
Nachbearbeitung eines Kundengesprächs durchführen und analysieren	129
<b>VERKAUFSTECHNIK</b>	
Bedarfsermittlung durch Fragetechnik durchführen	148
Frage-, Argumentations- und Abschlusstechniken formulieren	164
Arten und Phasen der Einwandbehandlung beschreiben und darlegen	169
Preisverständnis und Entkräften von Preiseinwänden formulieren	169
Reklamationsverhalten / Reklamationsbehandlung und deren Erfassung formulieren	180
Kundenbindungsmassnahmen durchführen	185

THEMA	SEITE
<b>BESONDERE VERKAUFSTECHNIKEN UND VERKAUFSFORMEN</b>	
Neue Entwicklungen im Fachbereich Verkauf aufzählen	185
Grundlagen und Techniken des Telefonverkaufs formulieren	186
Call Center Management erläutern	186
Eigenheiten des Messeverkaufs formulieren	189
Einsatz von Internet und E-Commerce präzisieren	185
Gruppenverkauf realisieren	198
Angebots- und Offertwesen erstellen	201
Vergleich von Konkurrenzofferten analysieren	201
Cross-Selling erklären	198
<b>GRUNDLAGEN KOMMUNIKATION UND RHETORIK</b>	
Kommunikationsprinzip erläutern	19
Regeln für aktives Zuhören aufzählen	39
Regeln für das Geben und Annehmen von Feedback erstellen	27
Aufbau und Struktur der Rede gliedern und beschreiben	64
Vorbereitung einer Rede durchführen und Manuskript erstellen	64
Satzbildung, Wortwahl und Sprechtechnik anwenden	59
Nonverbale Kommunikation anwenden	56

## 24 PRÜFUNGSINHALTE VERKAUFSFACHLEUTE AD

### PRÜFUNGSTHEMEN/SEITENVERZEICHNIS VERKAUFSFACHLEUTE AUSSENDIENST Rhetorik, Warenpräsentation und Merchandising (mündlich 40 Minuten)

THEMA	SEITE
<b>RHETORIK</b>	
Grundlagen und Zusammenhänge der Rhetorik erläutern	57
Redezeile formulieren	64
Aufbau- und Strukturmodell einer Rede bestimmen	74
eine Rede vorbereiten und durchführen (halten)	Anwend
Redemanuskripte erstellen	73
Verbale und nonverbale Redetechnik anwenden	57
eine Rede analysieren	78
Eine Präsentation / einen Vortrag durchführen - Die Kandidatin oder der Kandidat soll einen mind. 8- bis max. 10-minütigen Vortrag aufgrund eines zum Voraus selbst erarbeiteten Stichwortmanuskripts, unterstützt durch Präsentationshilfen und je nach Auditorium ein Thema, präsentieren. Das Thema muss einen unmittelbaren Bezug zum Absatz-/Umsatzbereich haben. Der Vortrag ist in Schriftsprache zu halten. Vor Ort werden die folgenden Präsentationshilfen zur Verfügung gestellt: Flip-Chart, Pinnwand, Hellraumprojektor. Für die Installation der selbst mitgebrachten Präsentationshilfen wird 1 Minute gewährt. Die Zeit muss eingehalten werden; bei Zeitüberschreitung wird das Referat durch die Experten abgebrochen. Im Anschluss an den Vortrag sollen die Kandidaten theoretische Fragen beantworten.	
<b>WARENPRÄSENTATION UND MERCHANDISING</b>	
Grundlage des Merchandising und des Rackjobbing erklären	205
Grundlagen der Ausgestaltung eines Verkaufspunktes erläutern	207
Ziel der Waren- oder Dienstleistungspräsentation formulieren	213
Rolle als Präsentator wahrnehmen und anwenden	95
Aufbau und Struktur der Waren- /Dienstleistungspräsentation bestimmen/begründen	205
Technik und Möglichkeiten der Visualisierung ausführen und anwenden	213
Einsatz von Präsentationshilfsmitteln begründen und anwenden (OHP, Flip-Chart, Pinnwand, Power Point)	79
Waren- oder Dienstleistungspräsentation durchführen	Anwend
Waren- oder Dienstleistungspräsentation analysieren	Anwend
Durchführung des Prüfungsteils Warenpräsentation und Merchandising - Die Kandidatin oder der Kandidat soll eine mind. 8 bis max. 10-minütige Kurzpräsentation einer Ware oder einer Dienstleistung aufgrund von zum Voraus selbst erarbeiteten Unterlagen durchführen. Das Thema ist frei wählbar. Die Präsentation ist in Schriftsprache zu halten. Vor Ort werden die folgenden Präsentationshilfen zur Verfügung gestellt: Flip-Chart, Pinnwand, Hellraumprojektor. Für die Installation der selbst mitgebrachten Präsentationshilfen wird 1 Minute gewährt. Die Zeit muss eingehalten werden. Bei Zeitüberschreitung wird die Präsentation durch die Experten abgebrochen, bei Zeitunterschreitung erfolgt ein Abzug in der Bewertung. Im Anschluss an die Präsentation sollen die Kandidaten theoretische Fragen zum Prüfungsstoff Warenpräsentation und Merchandising beantworten.	
<b>VERKAUFGSGESPRÄCH</b>	
Beschaffung von Kundendaten und -informationen schildern	127
Verkaufsziele und deren Kontrollen realisieren	127
Vorbereitung eines Kundengesprächs durchführen	129
Phasen eines Verkaufsgesprächs formulieren und situationsgerecht anwenden	129
Strukturiertes Verkaufsgespräch im Dienstleistungs-, Konsumgüter- und Investitionsbereich durchführen	131
Nachbearbeitung eines Kundengesprächs durchführen und analysieren	129

**PRÜFUNGSTHEMEN/SEITENVERZEICHNIS VERKAUFSFACHLEUTE AUSSENDIENST  
Verkaufsprozess (mündlich 25 Minuten)**

THEMA	SEITE
<b>PERSÖNLICHKEIT, ROLLENVERHALTEN</b>	
Zielfördernde Verhaltensweise entwickeln	127
Möglichkeiten zur Selbstmotivation entwickeln	128
Sich in Gesprächspartner hineinversetzen	136
Vertrauen durch Authentizität wecken	128
Zusammenhang Bedürfnisse und Kaufmotive an Beispielen erläutern	109
<b>VORBEREITUNG AUF DAS VERKAUFGESPRÄCH</b>	
Gesprächsziele definieren	127
Kundenprofile analysieren	113
Beschaffungswege für Kunden-Informationen (Quellen) beschreiben	127
Informationsmanagement realisieren	136
Verschiedene Verhandlungsstrategien aufbauen und anwenden können	136
<b>DURCHFÜHRUNG DES VERKAUFGESPRÄCHS</b>	
Ersten Eindruck professionell gestalten	128
Vorstellung von sich selber und der Firma gestalten	128
Bedarfsermittlung durch Frage- und Beobachtungstechnik durchführen	148
Technik des aktiven Zuhörens anwenden	39
Nutzenargumentarium entwickeln und anwenden	164
Techniken der Einwandsbehandlung entwickeln und anwenden	169
Technik zur Entkräftung der Preiseinwände entwickeln und anwenden	169
Abschlusssignale erkennen und beurteilen	175
Abschluss Techniken entwickeln und anwenden	175
Ziele der Nachbearbeitung und Pflege der Kundenkontakte definieren und realisieren	127
<b>TELEFONGESPRÄCH</b>	
Chancen und Gefahren des Telefoneinsatzes erläutern	186
Vorbereitung auf das Telefongespräch situationsgerecht durchführen	186
Telefongespräche durchführen für: Terminvereinbarung, Verkaufsgespräch, Reklamations- behandlung, Nachfassen	186
<b>ARBEIT AM MESSESTAND</b>	
Qualitative und quantitative Messeziele formulieren	193
Planung vor, während und nach der Messe durchführen	189
Verhaltensregeln am Messestand festlegen und durchsetzen	197
Kontakt mit Messebesuchern aufnehmen	197
Messegespräche führen	197
Mit schwierigen Messebesuchern situativ richtig umgehen	192
<b>TEAMVERKAUF</b>	
Formen und Besonderheiten beschreiben	198
Rolle als Moderator und Coach wahrnehmen	94
<b>SCHWIERIGE SITUATIONEN IM VERKAUF MEISTERN</b>	
Arten einer Reklamation erkennen und umschreiben	180
Technik der Reklamationsbehandlung anwenden und beurteilen	180