

<b>Lernfeld 10: Absatzprozesse planen, steuern und kontrollieren</b>	<b>3. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 160 Stunden</b>
<p><b>Zielformulierung:</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler wickeln Kundenaufträge im Spannungsfeld von Kunden- und Unternehmensinteressen unter Nutzung vorhandener Kommunikationsnetze erfolgsorientiert ab. Dabei setzen sie informationstechnische Systeme zur Sammlung und Auswertung von Markt- und Kundendaten ein. Sie entwickeln und begründen Vorschläge zur Umsetzung von Kundenwünschen, auch in Bezug auf Produktentwicklung.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler werten Informationen der Produktforschung und Informationen über Märkte im In- und Ausland aus. Im Rahmen eines Marketingkonzeptes nutzen sie Marketinginstrumente zur Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle unternehmerischer Aktivitäten. Sie analysieren die absatzpolitischen Instrumente und entwickeln Konzepte zur Verfolgung bestehender Marketingziele und zur Kundenbindung unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Die Schülerinnen und Schüler nutzen Instrumente und Methoden der Kommunikation für die Vertragsanbahnung und den Abschluss und beherrschen auch fremdsprachige kaufmännische Korrespondenz. In Konfliktsituationen sind sie sicher in der Gesprächsführung. Mit geeigneten Mitteln und Methoden präsentieren sie die Verhandlungsergebnisse.</p> <p>Sie erledigen alle beim Absatz von Erzeugnissen und Leistungen anfallenden buchhalterischen Aufgaben.</p> <p>Für die Auftragsbearbeitung, Vertragsanbahnungen und Marketingkonzepte entwickeln sie Zeit- und Arbeitspläne, legen Verantwortlichkeiten fest, dokumentieren die Projektfortschritte und untersuchen die Gründe für Abweichungen zwischen Projektplanung und –realisierung. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse.</p>	
<p><b>Inhalte:</b></p> <p>Marketing als Führungsprozess – Preispolitik, Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik</p> <p>Bestimmung des Leistungsangebotes – Sortimentspolitik, Finanzdienstleistungen</p> <p>Kundenakquise</p> <p>Vertragsabschluss</p> <p>Leistungsvertrieb – Absatzlogistik, elektronischer Vertriebsweg (e-commerce)</p> <p>Kundenauftragsbearbeitung einschließlich Störungen</p> <p>Kundendienst und Kundenpflege</p> <p>Absatzcontrolling</p> <p>Fremdsprachige Kommunikation</p> <p>Projektplanung, -organisation, -dokumentation</p>	

### KONKRETISIERUNGEN:

- Marketing als Unternehmenskonzept (s. LF 2)**
- Marktforschung**
  - Absatzmarktforschung
  - Marktsegmentierung
- Produkt- und Sortimentspolitik**
  - Produktinnovation
    - Produktlebenszyklus

- Portfolio-Matrix
  - Produktgestaltung
  - Markenpolitik
  - Verpackung
  - Produktvariation
  - Sortimentspolitik
    - Produktdifferenzierung
    - Produktdiversifikation
    - Produktelimination
- **Preis- und Konditionenpolitik**
- Preisbildung
    - Kostenorientierung
    - Nachfrageorientierung
    - Konkurrenzorientierung
  - Preisstrategien
    - Hoch- und Niedrigpreisstrategie
    - Abschöpfungs- und Marktdurchdringungsstrategie
    - Preisdifferenzierung
    - Preisstellungssysteme
    - Händlerinteressen (Handelskalkulation als Differenzkalkulation)
  - Konditionenpolitik
- **Servicepolitik**
- **Kommunikationspolitik**
- Absatzwerbung
  - Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)
  - Verkaufsförderung (Sales Promotion)
- **Distributionspolitik**
- Absatzorganisation
  - Absatzwege
    - Direkter und indirekter Absatz
    - Franchising
    - E-Commerce
  - Transportentscheidungen und Absatzlogistik
- **Vertragsabwicklung im Auslandgeschäft**
- **Kundenmanagement**
- Kundengewinnung / Kundentypen (ABC-Analyse)
  - Buchungen im Absatzbereich (**Die buchhalterische Erfassung kann im Fach Steuerung und Kontrolle systematisiert werden**)
  - Kaufvertragsstörungen
    - Annahmeverzug
    - Nicht-Rechtzeitig-Zahlung (Zahlungsverzug)
    - Außergerichtliches (kaufmännisches) Mahnwesen
    - Gerichtliches Mahnverfahren
    - Klage und Zwangsvollstreckung
    - Verjährung von Forderungen
  - Verbraucherschutz
    - Allgemeine Geschäftsbedingungen
    - Preisangaben
    - Widerrufs- und Rückgaberecht bei Verbraucherverträgen
    - Abzahlungsgeschäfte

- Fernabsatzgeschäfte
- Produkthaftung

□ **Marketingcontrolling**