

Lernfeld 6:**Bestimmungsfaktoren
der Kundennachfrage
gestalten**

- 1 Gründe für wirtschaftliches Verhalten unterscheiden / 14**
 - 1.1 Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage / 15
 - 1.2 Güter als Mittel der Bedürfnisbefriedigung / 17
 - 1.3 Ökonomisches und ökologisches Prinzip / 18
 - 1.4 Wirtschaftsprinzipien / 19
- 2 Einflussfaktoren der Preisbildung kennen / 22**
 - 2.1 Funktion des Marktes / 22
 - 2.2 Marktformen / 26
 - 2.3 Marktpreisbildung / 28
- 3 Wirtschaftlich handeln in der sozialen Marktwirtschaft / 38**
 - 3.1 Soziale Marktwirtschaft als Wirtschaftsordnung / 38
 - 3.2 Sicherung des Wettbewerbs / 41
 - 3.2.1 Kooperation / 42
 - 3.2.2 Konzentration / 45
 - 3.3 Rechtliche und soziale Sicherung / 47
 - 3.3.1 Arbeitsvertragsrecht / 50
 - 3.3.2 Tarifrecht / 55
 - 3.3.3 Weiterqualifizierung / 60
- 4 Einflüsse der Wirtschafts- und Konjunkturpolitik beobachten / 65**
 - 4.1 Wirtschaftspolitische Ziele / 66
 - 4.1.1 Preisniveaustabilität / 66
 - 4.1.2 Hoher Beschäftigungsstand / 68
 - 4.1.3 Außenwirtschaftliches Gleichgewicht / 70
 - 4.1.4 Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum / 72
 - 4.1.5 Zielkonflikte / 74
 - 4.1.6 Zielerweiterungen / 75
 - 4.2 Konjunktur / 76
 - 4.2.1 Wirtschaftliche Schwankungen / 76
 - 4.2.2 Konjunkturphasen / 77
 - 4.2.3 Konjunkturindikatoren / 78
 - 4.2.4 Ursachen konjunktureller Schwankungen / 80

4.3 Wirtschaftspolitische Eingriffsmöglichkeiten / 80
4.3.1 Steuerpolitik / 80
4.3.2 Maßnahmen zur Umverteilung / 84
4.3.3 Staatliche Konjunkturpolitik / 87

Lernfeld 7:**Den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projekts zum Unternehmenserfolg bewerten**

1 Rechnungswesen als Instrument kaufmännischer Steuerung und Kontrolle erkennen / 93
1.1 Aufgaben des Rechnungswesens / 94
1.1.1 Aufgabenbereiche des Rechnungswesens / 95
1.1.2 Buchführung / 95
1.2 Inventur und Inventar / 98
1.2.1 Bedeutung der Inventur / 98
1.2.2 Inventurarten / 99
1.2.3 Inventurverfahren / 99
1.2.4 Das Inventar und seine Gliederung / 101
1.2.5 Ermittlung des Unternehmenserfolges durch Eigenkapitalvergleich / 103
1.3 Bilanz / 104
1.3.1 Aufbau der Bilanz / 104
1.3.2 Aussagewert der Bilanz / 106
1.3.3 Kennzahlen der Bilanzstruktur / 106
1.3.4 Vergleich Inventar und Bilanz / 106
1.3.5 Zeitlicher Ablauf bei der Erstellung von Bilanzen / 107
1.3.6 Wertänderungen der Bilanz durch laufende Geschäftsfälle / 108
1.3.7 Auflösung der Bilanz in Bestandskonten / 109
1.3.8 Von der Eröffnungsbilanz über die Bestandskonten zur Schlussbilanz / 112
1.4 Erfolgskonten / 113
1.4.1 Erfassung von Erträgen und Aufwendungen auf Erfolgskonten / 113
1.4.2 Erfolgsermittlung / 114
1.4.3 Abschluss des GuV-Kontos / 115
1.5 Umsatzsteuer beim Ein- und Verkauf / 116
2 Kaufmännische Rechen- und Kalkulationsverfahren anwenden / 120
2.1 Dreisatzrechnung / 120
2.2 Prozentrechnung / 124
2.3 Bedeutung der Kalkulation im Dialogmarketing / 127

2.4	Kalkulationsverfahren im Dialogmarketing / 127
2.4.1	Divisionskalkulation / 128
2.4.2	Zuschlagskalkulation / 128
2.4.3	Projektkalkulation als Zuschlagskalkulation / 131

Lernfeld 8:**Kundinnen und Kunden gewinnen und Verkaufsgespräche führen**

1	Kunden gewinnen / 135
1.1	Bedeutung des Verkaufs / 136
1.2	Möglichkeiten des Verkaufs / 138
1.2.1	Bestandskunden / 138
1.2.2	Neukunden / 140
1.3	Kundensegmentierung / 142
1.3.1	Kundendatenbank / 142
1.3.2	Customer Relationship Management (CRM) / 143
1.3.3	Lead-Management / 144
1.3.4	ABC-Analyse / 146
1.4	Verkaufspsychologie / 149
1.4.1	Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage / 150
1.4.2	Kaufnutzen / 150
1.4.3	Kaufmotive / 152
2	Verkaufsgespräche führen / 159
2.1	Verkaufsgespräche im Inbound / 159
2.1.1	Gesprächseinstieg / 161
2.1.2	Bedarfsermittlung / 162
2.1.3	Produktpräsentation / 163
2.1.4	Kundeneinwände / 164
2.1.5	Einwandbehandlung / 167
2.1.6	Preisargumentation / 172
2.1.7	Verkaufsabschluss / 174
2.2	Verkaufsgespräche im Outbound / 178
2.2.1	Gesprächsphasen im Outbound / 178
2.2.2	Strategien des Gesprächseinstiegs / 179
2.3	Gesprächsleitfaden im Verkaufsgespräch / 182
3	Rahmenbedingungen des Vertragsrechts berücksichtigen / 187
3.1	Rechtsordnung / 187
3.2	Rechtssubjekte / 189
3.3	Rechtsobjekte / 193
3.4	Rechtsgeschäfte / 196
4	Kaufverträge bearbeiten / 203
4.1	Kaufvertragsarten / 204
4.2	Phasen der Kaufvertragsabwicklung / 206

- 4.2.1 Anfrage / 206
- 4.2.2 Angebot / 207
- 4.2.3 Abschluss / 208
- 4.2.4 Erfüllung / 209
- 4.3 Inhalte des Kaufvertrags / 209
- 4.4 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) / 210
- 4.5 Kaufvertragsstörungen / 213
 - 4.5.1 Mangelhafte Lieferung / 213
 - 4.5.2 Lieferungsverzug / 216
 - 4.5.3 Annahmeverzug / 217
 - 4.5.4 Zahlungsverzug / 218
- 4.6 Besonderheiten beim Verbrauchsgüterkauf / 219

5 Regelungen zum Verbraucherschutz einhalten / 223

- 5.1 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) / 225
 - 5.1.1 Telefonwerbung / 226
 - 5.1.2 Werbung mit elektronischer Post / 228
 - 5.1.3 Weitere Regelungen des UWG / 231
 - 5.1.4 Maßnahmen bei Verstößen gegen das UWG / 234
- 5.2 Widerrufsrecht / 235
- 5.3 Fernabsatzrecht / 236
- 5.4 Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge / 239
- 5.5 Telekommunikationsgesetz (TKG) / 240
- 5.6 Preisangabenverordnung (PAngV) / 241

6 Betriebliche Prozesse organisieren / 244

- 6.1 Prozessorientiert arbeiten / 245
- 6.2 Prozesse identifizieren und beschreiben / 249
- 6.3 Prozesse überprüfen, anpassen und optimieren / 254

7 Qualitätssichernde Maßnahmen umsetzen / 260

- 7.1 Faktoren der Qualitätssicherung / 261
- 7.2 Möglichkeiten der Qualitätsmessung / 263
 - 7.2.1 Monitoring / 263
 - 7.2.2 Mystery Calls / 267
 - 7.2.3 Kundenzufriedenheitsbefragung / 268
 - 7.2.4 Benchmarking / 268
 - 7.2.5 Technische Qualitätskontrolle / 269
- 7.3 Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung / 270

1 Projekte verstehen / 275

- 1.1 Projektmerkmale / 276
- 1.2 Projektarten / 277
- 1.3 Projektphasen / 280
- 1.4 Projektbeteiligte / 281
- 1.5 Projektmanagement / 286
- 1.6 Projektziele / 287

2 Projekte definieren / 297

- 2.1 Analyse der Ausgangssituation / 300
- 2.2 Definition der Projektziele / 303
- 2.3 Machbarkeitsstudie / 305
 - 2.3.1 Machbarkeitsprüfung / 306
 - 2.3.2 Wirtschaftlichkeitsrechnung / 310
 - 2.3.3 Risikoanalyse / 314
- 2.4 Ausschreibung eines Projekts / 316
- 2.5 Einen Projektauftrag abschließen / 319
 - 2.5.1 Angebotsabgabe / 320
 - 2.5.2 Meeting mit dem Auftraggeber / 323
 - 2.5.3 Abschluss des Projektauftrags / 324

3 Projekte planen / 329

- 3.1 Projektplan erstellen / 330
 - 3.1.1 Teilaufgaben entwickeln / 331
 - 3.1.1.1 Arbeitspakete identifizieren / 331
 - 3.1.1.2 Meilensteine setzen / 333
 - 3.1.1.3 Schnittstellen festlegen / 334
 - 3.1.2 Projektstrukturplan / 335
 - 3.1.3 Projektlaufplan / 337
 - 3.1.4 Zeit- und Terminplan / 338
 - 3.1.5 Ressourcen- und Kapazitätsplan / 341
 - 3.1.6 Kostenplan / 343
- 3.2 Gesprächsleitfäden entwickeln und Qualität sichern / 344
- 3.3 Projektorganisation / 347
 - 3.3.1 Informations- und Kommunikationsstrukturen / 348
 - 3.3.2 Projektlauforganisation / 351
 - 3.3.3 Projektaufbauorganisation / 353
- 3.4 Kick-off-Meeting / 356

4 Projekte durchführen / 362

- 4.1 Arbeit im Team planen und organisieren / 362
 - 4.1.1 Formen der Teamarbeit / 364
 - 4.1.2 Besonderheiten bei Projektteams / 366

4.1.3 Teamentwicklung / 367
4.1.4 Rollenverteilung in einem Team / 371
4.1.5 Konflikte im Team lösen und vermeiden / 375
4.1.6 Neue Mitarbeiter in ein Projektteam integrieren / 381
4.2 Veranstaltungen und Termine organisieren / 386
4.2.1 Veranstaltungsarten / 386
4.2.2 Veranstaltungen planen und vorbereiten / 388
4.2.3 Veranstaltungen durchführen und nachbereiten / 391
4.2.4 Termine planen und überwachen / 392
4.3 Projekte zielorientiert steuern / 399
4.3.1 Aufgaben der Projektsteuerung / 400
4.3.2 Termincontrolling / 403
4.3.3 Kostencontrolling / 406
4.3.4 Ergebniscontrolling / 408
4.3.5 Maßnahmen der Projektsteuerung / 409
4.3.6 Projektberichte erstellen / 416
4.3.7 Kontakte zum Auftraggeber pflegen / 418
5 Projekte abschließen / 422
5.1 Projektbezogene Statistiken und Kennzahlen / 423
5.2 Projektannahme / 429
5.3 Projektabschlussitzung / 430
5.4 Projektabschlussbericht (Projektreport) / 431
5.5 Projektauswertung (Projektreview) / 433

Anhang:

Abschlussprüfung „Servicefachkraft für Dialogmarketing“ / 437

Glossar / 445

Bildquellenverzeichnis / 449

Sachwortverzeichnis / 450