

Inhalt

Seite

Berufsprofile

	Danksagung	3
	Zum Buch	4
1	Leute, Berufe, Tätigkeiten	11
2	Eine Tätigkeit beschreiben	23
	«Wäre das so etwas wie ein Sachbearbeiter?»	
	Wichtige Zielaktivitäten • sich vorstellen: die Ausbildung, den beruflichen Werdegang, die Berufstätigkeit, die Zuständigkeits- und Aufgabenbereiche im Unternehmen erläutern • Anforderungen beschreiben • ein Vorstellungsgespräch vorbereiten und führen	Fachwortschatz • Berufs- und Tätigkeitsprofile im kauf- männischen Bereich • Ausbildungsinhalte und -anforderungen

- Gespräche und Besprechungen**
- Vorstellung von Berufstätigen
 - Gespräch vor einer Bewerbung

- Texte und Grafiken**
- Beschreibung von Aus-
 bildungsinhalten
 - Tätigkeits- und Anforderungsprofil
 - Fragebogen

- Filme**
- *LINDE Group*: «The secret behind»

Seite

Unternehmensprofile

3	Unternehmenspräsentation	35
4	Eine Unternehmenspräsentation vorbereiten	47
	«Wir ziehen alle Register!»	
	Wichtige Zielaktivitäten • Kenndaten von Unternehmen darstel- len und auswerten • Marktentwicklungen beschreiben • Aufbauorganisationen und Rechts- formen von Unternehmen beschreiben • <u>schriftliche Kommunikation</u> : ein Unternehmen präsentieren	Fachwortschatz • Kenndaten zu Unternehmen: Größe, Rechtsform, Branche, Tätigkeit, Produkt, Umsatz ... • Marktentwicklung • Aufbauorganisationen von Unternehmen • Rechtsformen • Abteilungen, Bereiche

- Gespräche und Besprechungen**
- Planungsbesprechung
 - Gespräch über Geschäftsanbahnung

- Texte und Grafiken**
- Unternehmensdaten
 - Jahresbericht (Auszug)
 - Gesprächsprotokoll
 - Schema: Aufbauorganisationen
 - Pressemitteilung
 - Gewinn u. Verlustrechnung

- Filme**
- «*Die BMW Group*»: Zahlen und Fakten
 - «*Die BMW Group*»: Unternehmens-
 geschichte: 1916 – 1962 / 1962 – 2006
 - KBV: «Bad Krozingen»

Seite

Messen

5	Messeprofile	59
6	Einen Messebesuch planen	69
	«... viel Zeit für persönliche Gespräche mit Kollegen und Lieferanten.»	
7	Messegespräche führen	77
	«... erwarten wir den Besuch Ihres Fachberaters.»	
	Wichtige Zielaktivitäten • Kenndaten von Messen auswerten • Messeprofile erläutern und vergleichen • Messeziele für Besucher beschreiben und gewichten • Messegespräche vereinbaren und führen • über einen Messebesuch berichten • <u>schriftliche Kommunikation</u> : Messebesucher anschreiben	Fachwortschatz • Kenndaten von Messen • Besucherziele • Standortfaktoren • Geschäftsanbahnung • Produktinformationen

- Gespräche und Besprechungen**
- Messegespräche

- Texte und Grafiken**
- Fallbeispiel
 - Messeprofil
 - Messekatalog
 - Fachzeitschrift
 - Fachliteratur
 - Checkliste

- Filme**
- *AUMA*:
 «Messen made in Germany»
 - *KÖLN MESSE*:
 «Imagefilm»
 - *JACKSTÄDT*:
 Unternehmensporträt

8 Auftragsabwicklung	87
9 Ein Angebot erstellen	99
«... und bitten um Ihre Auftragsbestätigung.»	
10 Über ein Angebot verhandeln	111
«Da kommen wir Ihnen gerne entgegen!»	

Wichtige Zielaktivitäten

- eine Auftragsabwicklung erläutern
- eine Anfrage auswerten
- ein Angebot erstellen
- über Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen verhandeln
- eine Kundenbeschwerde behandeln
- schriftliche Kommunikation:
Anfrage und Angebote verfassen

Fachwortschatz

- Anfrage, Angebot, Auftrag
- Auftragsabwicklung
- Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen
- Kaufverträge

Gespräche und Besprechungen

- Planungsbesprechung
- Verhandlungsgespräch

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Anfrage, Angebot, Rechnung, Reklamation
- Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen
- allgemeine Geschäftsbedingungen

Filme

- HKM:
«Wir über uns»

11 Vertriebswege und Vertriebspartner	121
12 Einen Vertriebspartner suchen	131
«Eine Geschäftsverbindung ist zulässig!»	
13 Einen Vertriebspartner auswählen	141
«Es müssen beide gewinnen!»	

Wichtige Zielaktivitäten

- Absatzwege beschreiben und vergleichen
- Vertriebsstrategien erläutern und werten
- über den Eintritt in einen neuen Markt entscheiden
- ein Beratungsangebot nutzen
- ein Gespräch mit einem Vertriebspartner vorbereiten und führen
- einen Vertriebspartner auswählen
- schriftliche Kommunikation:
Gesprächsergebnisse festhalten

Fachwortschatz

- Absatz-, Vertriebswege
- Absatzmittler, Vertriebspartner
- Kenndaten von Unternehmen
- Auswahlkriterien für Vertriebspartner
- vertragliche Regelungen (Handelsvertretung)

Gespräche und Besprechungen

- Gespräch über Geschäfts-anbahnung

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Schema, Tabelle
- Fachliteratur
- Auskunft (Auskunftei, Bank)
- Handelsvertretungsvertrag
- Geschäftskorrespondenz

14 Produktpolitik	153
15 Einen Bedarf ermitteln	161
«... es gibt da noch ein unausgeschöpftes Potenzial!»	
16 Ein neues Produkt entwickeln	171
«... ich sehe da kein Problem.»	

Wichtige Zielaktivitäten

- Charakteristika von Produkten beschreiben
- eine Marktstudie auswerten: Marktpositionen beschreiben, Marktdaten erläutern
- eine Produktidee werten
- Schritte einer Produktinnovation darstellen
- Fristen und Termine absprechen
- eine Projektpräsentation vorbereiten und durchführen
- schriftliche Kommunikation:
einen Kurzbericht verfassen
ein Besprechungsprotokoll schreiben

Fachwortschatz

- Charakteristika von Produkten
- Produktinnovation
- Produkteinführung
- Produktlebenszyklus
- Aufgaben des Produktmanagers
- Marketingziele
- Markt und Marktanteile
- Markenpolitik
- Qualitätssicherung

Gespräche und Besprechungen

- Planungsbesprechung zu einer Produktentwicklung
- Bericht über eine Produkteinführung

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Fachliteratur
- Checkliste
- Marktstudie
- Produkthistorie
- Produktbriefing
- Gesprächsprotokoll

Filme

- SAP: Image-Film
- HENKEL KGaA: «A brand like a friend»

Inhalt

	Seite
17 Markterschließung	185
18 Ein neues Produkt auf den Markt bringen	195
«... wollen wir neue Wege beschreiten!»	
19 Eine Verkaufsförderung planen	205
«Das ist 'ne faire Basis!»	

Wichtige Zielaktivitäten

- Strategien, Instrumente und Ergebnisse einer Markterschließung beschreiben
- marketingpolitische Instrumente erläutern, werten und auswählen
- Zielkonflikte zwischen Hersteller und Handel erläutern
- Kundenprofile erstellen und auswerten
- geeignete Vertriebspartner auswählen
- ein neues Produkt präsentieren
- ein Gespräch über eine Verkaufsförderungsaktion mit dem Vertriebspartner führen

Fachwortschatz

- Marketingmix
- Marketingplan
- Marktanalyse, Marktdaten
- Informationsquellen
- Instrumente zur Absatzförderung
- Handel
- Leistung und Nutzen von Produkten
- Kundenprofile

Gespräche und Besprechungen

- Gespräch über eine Verkaufsförderungsaktion

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Fachliteratur
- Fachzeitschrift
- Produktprospekt
- EU-Richtlinien
- Kundenportfolio

Filme

- *3M Deutschland GmbH*: «3M Innovation»

	Seite
Kleines Lexikon Gesprächsstrategien (Redemittel)	215
Quellenangaben	221