

Einzelhandelsprozesse

Lernfeld 9

Preispolitische Maßnahmen durchführen und planen	9
1 Preispolitik im Einzelhandel	10
1.1 Bedeutung des Preises als absatzpolitisches Instrument	10
1.2 Rechtliche Grundlagen der Preispolitik	11
1.3 Preisstrategien im Einzelhandel	14
1.4 Preisbildung im Einzelhandel	15
1.4.1 Kostenorientierte Preisbildung	16
1.4.2 Konkurrenzorientierte Preisbildung	16
1.4.3 Nachfrageorientierte Preisbildung	17
1.4.4 Sortimentsorientierte Preisbildung	20
1.5 Weitere absatzpolitische Maßnahmen zur Preisgestaltung	21
2 Warenkalkulation	25
2.1 Bedeutung der Kalkulation für einen Einzelhandelsbetrieb	25
2.2 Kalkulationsschema bei Vorwärtskalkulation: vom Einkaufspreis zum Verkaufspreis	26
2.3 Kalkulation des Bareinkaufspreises	27
2.4 Kalkulation des Einstandspreises (Bezugspreis)	29
2.5 Kalkulation der Selbstkosten	32
2.6 Kalkulation des Bruttoverkaufspreises (Ladenpreis)	35
2.7 Kalkulation des Bruttoverkaufspreises mit Kundenskonto und Kundenrabatt	38
2.8 Kalkulatorische Rückrechnung	43
2.9 Differenzkalkulation	46
2.10 Verkürzte Kalkulationsverfahren	49
2.11 Verkürzte Vorwärtskalkulation mit Kalkulationszuschlag und Kalkulationsfaktor	49
2.12 Verkürzte Rückwärtskalkulation mit Kalkulationsabschlag und Handelsspanne	53

Lernfeld 12

Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden	57
1 Marketing und seine Ziele	58
1.1 Marketing als zentrale Aufgabe des Unternehmens	58
1.2 Marketingziele	60
2 Marktforschung	64
2.1 Aufgabe und Arten der Marktforschung	64
2.2 Primäre Marktforschung	65

2.3	Sekundäre Marktforschung.....	73
2.4	Marktforschungsprozess	78
3	Marketinginstrumente	81
3.1	Übersicht zu den Marketinginstrumenten	81
3.2	Sortimentspolitik	84
3.2.1	Festlegung der Sortimentsstruktur	85
3.2.2	Sortimentsdimensionen.....	86
3.2.3	Sortimentsgliederung.....	87
3.2.4	Analyse der Sortimentsstruktur	90
3.2.5	Steuerung der Sortimentsstruktur	92
3.3	Kommunikationspolitik	96
3.3.1	Werbeplanung.....	98
3.3.2	Werbeerfolgskontrolle	104
3.3.3	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations).....	106
3.4	Servicepolitik	110
3.4.1	Servicequalität	111
3.4.2	Besonderheiten von Serviceleistungen	112
3.4.3	Serviceleistungen als positive Kundensteuerung.....	113
3.4.4	Beschwerdemanagement	114
4	Kundenmanagement	117
4.1	Kunden.....	117
4.2	Zielgruppe	118
4.3	Kundengewinnung	119
4.4	Kundenbindung	120
4.5	Customer Relationship Management	124
5	Marketing und E-Commerce	127
5.1	Entwicklung des E-Commerce.....	128
5.2	E-Commerce als Marketing-Chance.....	132
5.3	Rechtliche Bestimmungen bei E-Commerce	134
6	Marketingmix	137

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Lernfeld 8

Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren	141
1 Buchführung als Teil des Rechnungswesens	142
1.1 Aufgaben und Bereiche des Rechnungswesens	142
1.2 Der Weg vom Beleg über das Journal zum Hauptbuch.....	145
2 Bilanz – Übersicht über Vermögen und Schulden	147
2.1 Inventur.....	147
2.2 Inventar.....	150
2.3 Aufbau der Bilanz	154
2.3.1 Bilanz – Kurzform des Inventars	154

2.3.2	Gesetzliche Grundlagen der Bilanz	155
2.3.3	Zusammenhang zwischen Inventar und Bilanz	156
2.3.4	Wertveränderungen in der Bilanz	158
2.4	Auflösung der Bilanz in Konten	161
3	Buchungen im laufenden Geschäftsjahr	166
3.1	Buchungen auf Aktivkonten	166
3.2	Buchungen auf Passivkonten	167
3.3	Einfacher Buchungssatz	169
3.3.1	Bestandteile des Buchungssatzes	169
3.3.2	Kontierung mit dem Buchungsstempel	171
3.4	Zusammengesetzter Buchungssatz	173
3.5	Buchungen anhand von Belegen	175
3.6	Eröffnung und Abschluss der Bestandskonten	185
3.7	Buchungen auf Ergebniskonten	192
3.7.1	Aufwand und Ertrag	192
3.7.2	Buchungen von Geschäftsvorfällen auf Ergebniskonten	193
3.7.3	Abschluss der Ergebniskonten	196
3.8	Geschäftsgang mit Bestands- und Ergebniskonten	201
4	Statistik – ein Instrument zur Vorbereitung betrieblicher Entscheidungen	207
4.1	Aufbereitung des statistischen Zahlenmaterials	207
4.2	Darstellung des statistischen Zahlenmaterials	210
5	Kennziffern im Verkauf	215
5.1	Umsatzauswertungen	215
5.2	Kennziffern – aktive Steuerung des Unternehmenserfolgs	222
5.2.1	Erfolgsbezogene Kennziffern	222
5.2.2	Umsatzbezogene Kennziffern	223

Kundenorientiertes Verkaufen

Lernfeld 10

Besondere Verkaufssituationen bewältigen	227
1 Kundenverhalten	228
1.1 Trends im Kundenverhalten	228
1.2 Kundenpflege und Kundenbindung	232
1.3 Kundengruppen	234
1.4 Konsumententypen	239
1.5 Kinder und Jugendliche als Kunden	242
1.6 Ältere Menschen als Kunden	245
1.7 Ausländer als Kunden	247
2 Verkauf bei Hochbetrieb	250
3 Verkauf kurz vor Ladenschluss	254

4	Kunden in Begleitung	258
5	Geschenk- und Besorgungskauf	261
6	Verkauf mit Finanzierung	264
7	Beratung und Verkauf am Telefon	268
8	Reklamation und Umtausch	271
8.1	Reklamationen kundenorientiert bearbeiten.....	271
8.2	Produkthaftung und Produktsicherheit.....	277
8.3	Garantie – mehr als Gewährleistung	279
8.4	Umtausch oder Rücktritt – Service zur Kundenbindung.....	281
9	Ladendiebstahl	284
9.1	Warendiebstähle – teuer für Geschäft und Kunden	284
9.2	Methoden des Ladendiebstahls.....	286
9.3	Verhinderung von Ladendiebstahl.....	287
	Sachwortverzeichnis	291