

# Inhaltsverzeichnis

<b>3. SEMESTER</b>			
<b>I Eigenverantwortlich handeln und unternehmerisch denken</b>			
<b>Eigenverantwortung, Werte und Arbeitshaltung</b>	8	3.2.6 Distanzzenonen 3.2.7 Sprechdynamik	45 46
1 Wie eigenverantwortlich bin ich?	10	7 <b>Informationsbeschaffung und -bearbeitung</b>	49
1.1 Eigenverantwortlich handeln	10	1 Wie wissbegierig bin ich?	50
1.2 Verantwortung für das Praktikum übernehmen	11	2 Informationen beschaffen 2.1 Informationsquellen 2.2 Richtiges Sichten und Sammeln	50 51 52
2 Wie ist meine Einstellung zur Arbeitswelt?	12	3 Informationen bilden die Grundlage für Kaufentscheidungen	52
2.1 Werte	12	3.1 Anpreisung 3.2 Anfrage 3.2.1 Die mündliche Anfrage 3.2.2 Die schriftliche Anfrage	53 53 54 55
2.1.1 Meine persönlichen Werte	13	3.3 Angebot	56
2.1.2 Die Werte von Unternehmen	13	17 <b>Ein- und Verkaufsgespräche</b>	57
2.2 Arbeitshaltung und innere Einstellung	15	1 Wie kundenorientiert bin ich?	59
3 Unternehmerisches Denken und Handeln	16	2 Fragearten im Verkaufsgespräch 3 Ablauf des Verkaufsgesprächs 3.1 Kontaktaufnahme 3.1.1 Begrüßung 3.1.2 Bedarf ermitteln 3.2 Beratungsphase 3.2.1 Beraten und Produkt präsentieren 3.2.2 Kaufentscheidung argumentieren und herbeiführen 3.2.3 Auf Kundeneinwände reagieren 3.3 Abschlussphase 3.3.1 Kaufvertrag abschließen 3.3.2 Zahlung 3.3.3 Verabschiedung 3.4 Nach dem Kaufvertrag	60 60 62 62 63 64 64 66 67 70 70 72 73 73
<b>Umgangsformen – Business Behaviour</b>	17		
1 Wie verhalte ich mich meiner Kundenschaft gegenüber?	18		
2 Worauf Sie im Umgang mit Ihrer Kundenschaft achten sollten	18		
2.1 Der erste Eindruck	19		
2.2 Das Image	20		
2.3 Kleidung	21		
2.4 Pünktlichkeit	22		
2.5 Grüßen und Begrüßen, die richtige Anrede	22		
2.6 Sich vorstellen	23		
2.7 Per „Du“ oder per „Sie“?	24		
2.8 „Verzeihung“, „bitte“, „danke“	24		
2.9 Schrift- und Umgangssprache	25		
2.10 Small Talk	26		
3 Interkulturelle Besonderheiten	27		
<b>II Ein- und Verkaufen</b>	31	<b>Kundenorientierte Telefongespräche</b>	75
<b>Kundenorientierte Kommunikation</b>	31		
1 Wie kommunikativ bin ich?	32	1 Wie geht es mir beim Kundenkontakt am Telefon?	75
2 Grundlagen der kundenorientierten Kommunikation	33	2 Telefonische Kundenbetreuung 2.1 Einsatzmöglichkeiten der telefonischen Kundenbetreuung	76 76
3 Kundenorientierte Kommunikation richtig einsetzen	33	2.2 Sie möchten ein Telefonat führen 2.2.1 Telefongespräch vorbereiten 2.2.2 Telefongespräch durchführen 2.2.3 Telefongespräch nachbereiten	77 78 78 82
3.1 Kundenorientierte Sprache	35	2.3 Sie werden angerufen	82
3.1.1 Verständlich sprechen	36	38 <b>Besonderheiten des Onlineverkaufs</b>	85
3.1.2 Aktiv zuhören	37		
3.1.3 Positiv formulieren	38	39 1 Wie geht es mir beim Einkaufen im Internet?	85 86
3.1.4 Zuhörerorientiert formulieren	39	40 2 Vertragspartner des E-Commerce	86
3.2 Kundenorientierte Körpersprache	41	41 3 E-Commerce-Lösungen 3.1 E-Commerce-Lösungen im Einzelhandel	87 87
3.2.1 Mimik	42	42 3.1.1 Unternehmenseigene Onlineshops 3.1.2 Virtueller Markt	88 88
3.2.2 Gestik	42	43 3.1.3 Mobile Commerce	88
3.2.3 Körperhaltung	43		
3.2.4 Händedruck	44		
3.2.5 Blickkontakt	45		

3.1.4	Intelligente Multi-Channel-Lösungen	89	3	Der Weg zum erfolgreichen Marketing	128
3.2	E-Commerce-Lösungen im Großhandel	91	4	Marketingziele	129
<b>Kaufvertragssituationen in der Praxis</b>		92	5	Marketingstrategien als Wege zu Marketingzielen	130
1	Wie fit fühle ich mich beim Anwenden der Grundlagen des Kaufvertrages?	93	6	Marktforschung	131
2	Voraussetzungen eines gültigen Kaufvertrages	93	6.1	Aufgaben der Marktforschung	131
3	Bestandteile des Kaufvertrages	96	6.2	Marktforschungsmethoden	131
4	Rücktrittsrechte (Widerrufsrechte)	99	6.2.1	Sekundärforschung	132
5	Vertragswidrige Erfüllung des Kaufvertrages	100	6.2.2	Primärforschung	132
<b>4. SEMESTER</b>					
<b>III</b>	<b>Beschwerden erfolgreich behandeln</b>	107	7	Instrumente des Marketings	135
<b>Mit Konflikten umgehen</b>		108	7.1	Produkt- und Sortimentspolitik	136
1	Wie gehe ich mit Konflikten um?	109	7.2	Preis- und Konditionenpolitik	136
2	Ein Konflikt als Chance	109	7.3	Distributionspolitik	138
3	Konfliktlösungsstrategien	110	7.4	Kommunikationspolitik	138
3.1	Konflikte vermeiden	110	7.4.1	Instrumente der Kommunikationspolitik	139
3.2	Konflikte ignorieren	110	7.4.2	Werbeplanung	140
3.3	Konflikten konstruktiv begegnen	111	<b>Customer Relationship Management (CRM)</b>		
<b>Beschwerdemanagement</b>		115	1	Wie wichtig ist für mich Kundenbindung?	146
1	Wie geht es mir bei Kundenbeschwerden?	116	2	Grundlagen des CRM	146
2	Ursachen für Kundenbeschwerden	116	2.1	Zufriedene Kunden als Chance für die Zukunft	147
3	Beschwerdemanagement als Chance	117	2.2	CRM erfolgreich umsetzen	148
4	Kanäle zum Erfassen von Kundenbeschwerden	118	2.2.1	Kunden in den Produktentwicklungsprozess einbinden	149
5	Das Beschwerdegespräch	120	2.2.2	Kundenbefragungen	149
5.1	Beschwerdegespräch vorbereiten	120	2.2.3	Kundenkarten	151
5.2	Beschwerdegespräch führen	121	2.2.4	Kundenzeitschriften und elektronische Newsletter	153
5.3	Beschwerdegespräch nachbereiten	123	2.2.5	Social CRM	154
2.3	CRM-Datenbank	123	2.3	CRM-Datenbank	155
<b>IV</b>		125	<b>Ethik im Marketing und im Verkauf</b>		
<b>Marketing und marketingpolitische Instrumente</b>		126	1	Wie wichtig ist mir Ethik?	160
1	Wie sehr lasse ich mich durch Marketing beeinflussen?	127	2	Bedeutung von Ethik im Marketing und im Verkauf	160
2	Der Kunde im Mittelpunkt	127	3	Ethik im Marketing und im Verkauf umsetzen	162
3.1	Richtlinien für ethisches Handeln	127	3.1	Richtlinien für ethisches Handeln	162
3.2	Maßnahmen zur Umsetzung von Ethik	127	3.2	Maßnahmen zur Umsetzung von Ethik	163
Stichwortverzeichnis					
Bildnachweis					