

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung / 11

---

## Lernfeld 1

### Die Ausbildung im Dialogmarketing mitgestalten

#### **1 Den Ausbildungsbetrieb präsentieren / 14**

- 1.1 Entscheidungsprozesse / 15
  - 1.1.1 Unternehmensführung / 15
  - 1.1.2 Unternehmensziele / 16
  - 1.1.3 Entscheidungsfindung / 18
  - 1.1.4 Mitarbeiterführung / 25
  - 1.1.5 Unternehmenskultur / 30
- 1.2 Organisationsprozesse / 35
  - 1.2.1 Aufbauorganisation / 36
  - 1.2.2 Leitungssysteme / 37
  - 1.2.3 Ablauforganisation / 41
- 1.3 Rechtsformen des Unternehmens / 42
  - 1.3.1 Handelsrechtliche Grundbegriffe / 42
  - 1.3.2 Personengesellschaft am Beispiel der KG / 44
  - 1.3.3 Kapitalgesellschaft am Beispiel der GmbH / 46
- 1.4 Zusammenarbeit mit externen Institutionen / 47

#### **2 Rechtliche Rahmenbedingungen in der Ausbildung und der Arbeitswelt berücksichtigen / 54**

- 2.1 Duale Ausbildung / 54
  - 2.1.1 Organisation der Ausbildung / 54
  - 2.1.2 Abschluss des Ausbildungsvertrages / 56
  - 2.1.3 Rechte und Pflichten während der Ausbildung / 57
  - 2.1.4 Beendigung des Ausbildungsvertrages / 57
- 2.2 Schutzbestimmungen / 58
  - 2.2.1 Jugendarbeitsschutzgesetz / 58
  - 2.2.2 Arbeitszeitgesetz / 60
  - 2.2.3 Bundesurlaubsgesetz / 61
  - 2.2.4 Entgeltfortzahlungsgesetz / 62
  - 2.2.5 Mutterschutzgesetz / 63
  - 2.2.6 Schwerbehindertenrecht / 64
  - 2.2.7 Arbeitsschutzgesetz / 64
- 2.3 Betriebliche Mitbestimmung und Tarifverträge / 65
  - 2.3.1 Betriebsrat / 65
  - 2.3.2 Jugend- und Auszubildendenvertretung / 69
  - 2.3.3 Betriebsvereinbarungen / 71
  - 2.3.4 Tarifverträge / 72
- 2.4 Soziale Sicherung / 74
  - 2.4.1 Zweige der gesetzlichen Sozialversicherung / 74
  - 2.4.2 Probleme der gesetzlichen Sozialversicherung / 78
  - 2.4.3 Private Vorsorge / 79

- 3 Sicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz am Arbeitsplatz beachten / 84**
    - 3.1 Arbeitsschutz / 84
    - 3.2 Unfallverhütung und Erste Hilfe / 85
    - 3.3 Brandschutz / 89
    - 3.4 Umweltschutz / 91
  - 4 Den Arbeitsplatz gestalten / 97**
    - 4.1 Arbeitsraum / 99
    - 4.2 Arbeitsplatzausstattung / 101
    - 4.3 Umweltfaktoren / 106
  - 5 Informationen verwalten / 112**
    - 5.1 Informationsmanagement / 113
    - 5.2 Vordrucke und Formulare / 120
    - 5.3 Ablagesysteme / 121
  - 6 Arbeits- und Lerntechniken nutzen / 132**
    - 6.1 Zeitmanagement / 133
    - 6.2 Arbeitsaufträge / 138
    - 6.3 Gruppenarbeit / 140
    - 6.4 Moderation / 143
    - 6.5 Brainstorming / 143
    - 6.6 Mindmap-Methode / 145
    - 6.7 Rollenspiel / 145
    - 6.8 Lerntypen / 148
    - 6.9 Lerngrundsätze / 148
- 

## **Lernfeld 2**

### **Dienstleistungen im Dialogmarketing analysieren und vergleichen**

- 1 Bedeutung und Funktion des Dialogmarketings erkennen / 152**
  - 1.1 Entwicklung der Dialogmarketingbranche / 154
    - 1.1.1 Historische Entwicklung / 154
    - 1.1.2 Aktueller Branchenüberblick / 155
    - 1.1.3 Internationaler Vergleich / 157
  - 1.2 Dialogmarketing in der Dienstleistungsgesellschaft / 159
    - 1.2.1 Das Sektorenmodell der Volkswirtschaft / 159
    - 1.2.2 Sachleistungen und Dienstleistungen / 161
  - 1.3 Dialogmarketing im Marketingmix / 163
    - 1.3.1 Instrumente im Marketingmix / 163
    - 1.3.2 Klassisches Marketing und Dialogmarketing / 166
- 2 Leistungen der Dialogmarketingbranche unterscheiden / 170**
  - 2.1 Unternehmen im Dialogmarketing / 171
    - 2.1.1 Typologie der Unternehmensformen / 171
    - 2.1.2 Vom Callcenter zum Contact Center / 173
    - 2.1.3 Frontoffice und Backoffice / 177
  - 2.2 Das Leistungsspektrum im Dialogmarketing / 178
    - 2.2.1 Leistungen im Inbound / 179
    - 2.2.2 Leistungen im Outbound / 180

- 2.2.3 Zusatzleistungen / 182
  - 2.2.4 Kundenorientierung und Service / 183
  - 2.2.5 Unternehmensvergleich / 186
  - 2.3 Mitarbeiter im Dialogmarketing / 187
    - 2.3.1 Vielfalt der Berufsbezeichnungen / 187
    - 2.3.2 Anforderungen an die Mitarbeiter / 189
    - 2.3.3 Ausbildungsberufe / 190
    - 2.3.4 Aufstieg und Weiterbildung / 193
  - 3 Präsentieren im Dialogmarketing / 196**
    - 3.1 Vorbereitungsschritte / 197
    - 3.2 Visualisierung / 199
    - 3.3 Präsentationsmedien / 204
    - 3.4 Durchführung / 207
    - 3.5 Nachbereitung / 209
- 

## **Lernfeld 3**

### **Mit Kundinnen und Kunden kommunizieren**

- 1 Texte formulieren, gliedern und gestalten / 212**
  - 1.1 Texte nach DIN-Norm verfassen / 213
  - 1.2 Kundenorientiert formulieren / 217
  - 1.3 Textbausteine und Standardformulierungen / 221
  - 1.4 E-Mail-Gestaltung / 223
  - 1.5 Chat und Social-Media-Kommunikation / 225
- 2 Kommunikationspsychologie berücksichtigen / 230**
  - 2.1 Kommunikationsmittel / 231
  - 2.2 Das Sender-Empfänger-Modell / 233
  - 2.3 Die fünf Axiome der Kommunikation nach Watzlawick / 235
  - 2.4 Die vier Seiten einer Nachricht nach Schulz von Thun / 241
  - 2.5 Die Transaktionsanalyse nach Berne / 248
  - 2.6 Das Johari-Fenster / 260
  - 2.7 Das neurolinguistische Programmieren (NLP) / 262
  - 2.8 Die Bedürfnispyramide nach Maslow / 265
- 3 Rhetorische Mittel einsetzen / 271**
  - 3.1 Grundlagen der klassischen Rhetorik / 272
  - 3.2 Techniken der Gesprächsführung / 274
    - 3.2.1 Argumentationstechnik / 274
    - 3.2.2 Fragetechnik / 285
    - 3.2.3 Zuhören / 291
    - 3.2.4 Gesprächsstörer und Gesprächsförderer / 294
    - 3.2.5 Sprechausdruck / 298
    - 3.2.6 Körpersprache / 299
- 4 Kundentypen und Sprachverhalten erkennen / 304**
  - 4.1 Wahrnehmungstypen / 304
  - 4.2 Kundentypologie / 306
  - 4.3 Sprachverhalten von Kunden / 308

- 5 Stimme und Sprechen trainieren / 312**
    - 5.1 Physiologische Grundlagen / 312
    - 5.2 Belastungen im Arbeitsalltag / 313
    - 5.3 Stimmstörungen erkennen und beheben / 315
  - 6 Stress managen / 317**
    - 6.1 Stress im Arbeitsalltag / 317
    - 6.2 Umgang mit Stress / 320
- 

## **Lernfeld 4**

### **Simultan Gespräche führen, Datenbanken nutzen und Informationen verarbeiten**

- 1 Kommunikationsanlagen nutzen / 322**
  - 1.1 Betriebsübliche Kommunikationsmedien / 323
    - 1.1.1 Telefonkonferenz / 323
    - 1.1.2 Anrufbeantworter/Voicemail / 324
    - 1.1.3 Unified Messaging/Desktop / 325
    - 1.1.4 Homeoffice und mobiler Arbeitsplatz / 327
    - 1.1.5 Telefax / 328
    - 1.1.6 Netzwerke / 328
    - 1.1.7 Internet / 330
    - 1.1.8 Intranet / 331
  - 1.2 Branchenspezifische Kommunikationsmedien / 332
    - 1.2.1 TK-Anlage / 332
    - 1.2.2 ACD (Automatic Call Distribution) / 333
    - 1.2.3 IVR (Interactive Voice Response) / 338
    - 1.2.4 CTI (Computer Telephony Integration) / 339
    - 1.2.5 Outbound Dialer / 340
    - 1.2.6 Omnichannel / 342
- 2 Betriebssysteme und Software einsetzen / 347**
  - 2.1 Betriebssysteme / 347
  - 2.2 Standardsoftware / 348
  - 2.3 Branchensoftware / 351
- 3 Informationsnetze und -dienste verwenden / 355**
  - 3.1 Fernsprechdienste / 356
  - 3.2 Servicrufnummern / 358
  - 3.3 Mobilfunk / 361
  - 3.4 Internetnutzung / 365
- 4 Datenbanken nutzen / 372**
  - 4.1 Funktionsweise einer Datenbank / 372
  - 4.2 Nutzungsmöglichkeiten / 373
  - 4.3 Relationale Datenbank / 373
  - 4.4 Datenarten / 376
- 5 Datensicherheit beachten / 379**
  - 5.1 Bedrohungen / 379
    - 5.1.1 Schaden verursachende Software / 380
    - 5.1.2 Spam / 381
    - 5.1.3 Phishing / 382
    - 5.1.4 Ransomware / 382
    - 5.1.5 Weitere Bedrohungen / 383

- 5.2 Schutzmaßnahmen / 383
    - 5.2.1 Passwortsicherheit / 383
    - 5.2.2 Antivirenprogramme / 385
    - 5.2.3 Firewall / 387
    - 5.2.4 IT-Richtlinien / 389
    - 5.2.5 Spamfilter / 390
    - 5.2.6 Physikalischer Schutz / 390
    - 5.2.7 Backup / 391
    - 5.2.8 SSL-Zertifikate / 391
  - 6 Datenschutzbestimmungen einhalten / 394**
    - 6.1 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) / 395
    - 6.2 Betriebliche Umsetzung / 400
- 

## **Lernfeld 5**

### **Kundinnen und Kunden im Dialogmarketing betreuen und binden**

- 1 Professionelle Beratungsgespräche führen / 407**
  - 1.1 Die vier Schritte im Beratungsgespräch / 409
    - 1.1.1 Begrüßung und Kontaktaufbau / 409
    - 1.1.2 Bedarfsermittlung / 412
    - 1.1.3 Beratung und Lösung / 413
    - 1.1.4 Gesprächsabschluss / 419
  - 1.2 Gesprächsleitfaden verwenden / 420
- 2 Kundendaten erfassen und pflegen / 425**
  - 2.1 Kundendatenbank / 426
  - 2.2 Daten von neuen Kunden erfassen / 430
  - 2.3 Daten von Bestandskunden pflegen / 431
  - 2.4 Multitasking / 432
- 3 Instrumente der Kundenbindung anwenden / 435**
  - 3.1 Customer Relationship Management (CRM) / 436
    - 3.1.1 Aufgaben im Dialogmarketing / 436
    - 3.1.2 Einsatz und Integration im Unternehmen / 437
    - 3.1.3 CRM-Datenbanken und Software / 441
    - 3.1.4 Integration von Social Media in CRM / 442
  - 3.2 Zufriedenheitsbefragungen / 444
  - 3.3 Weitere Instrumente der Kundenbindung / 445
- 4 Besondere Gesprächssituationen bearbeiten / 449**
  - 4.1 Beschwerden / 449
    - 4.1.1 Professionelles Beschwerdemanagement / 450
    - 4.1.2 Schritte des Beschwerdemanagements / 453
    - 4.1.3 Positives Formulieren / 454
    - 4.1.4 Unfaire Gesprächsmethoden / 455
    - 4.1.5 Die zehn Fehler im Beschwerdegespräch / 457
    - 4.1.6 Techniken zum Gesprächsabschluss / 459
  - 4.2 Haltegespräche / 460
    - 4.2.1 Schritte im Haltegespräch / 461
    - 4.2.2 Widrigkeiten im Haltegespräch / 462
    - 4.2.3 Kulanz und wirtschaftliches Prinzip / 463

- 4.3 Kundenrückgewinnung / 463
  - 4.3.1 Anlässe zur Kundenrückgewinnung / 464
  - 4.3.2 Schritte der Kundenrückgewinnung / 465
- 4.4 Kundenservice in Chat und Social Media / 466
- 5 Erfolgskennzahlen berücksichtigen / 471**
  - 5.1 Erfolgskennzahlen im Inbound / 471
    - 5.1.1 Average Handling Time (AHT) / 472
    - 5.1.2 Servicelevel / 473
    - 5.1.3 Lost Calls / 474
    - 5.1.4 Produktivität/Auslastung / 475
    - 5.1.5 First Call Resolution (FCR) / 476
    - 5.1.6 Verkaufsquote / 477
  - 5.2 Erfolgskennzahlen im Outbound / 478
    - 5.2.1 Ausschöpfungsquote / 478
    - 5.2.2 Erfolgsquote / 479
    - 5.2.3 Stornoquote / 480
- 6 Zahlungsverkehr abwickeln / 484**
  - 6.1 Bonität der Kunden prüfen / 485
    - 6.1.1 Bonitätsrelevante Daten / 485
    - 6.1.2 Datenbeschaffung / 486
    - 6.1.3 Datenschutz / 488
  - 6.2 Zahlungsmöglichkeiten für Kunden / 489
    - 6.2.1 Barzahlung / 490
    - 6.2.2 Halbbare Zahlung / 490
    - 6.2.3 Bargeldlose Zahlung / 491
    - 6.2.4 Elektronische Zahlung / 495
    - 6.2.5 Finanzierung / 498
- 7 Warenlieferungen disponieren / 501**
  - 7.1 Träger der Güterbeförderung / 502
  - 7.2 Zustellung durch die Deutsche Post DHL Group / 504
  - 7.3 Zustellung durch private Paketdienste / 506
  - 7.4 Unternehmenseigene Zustellung / 507
- 8 Produkte und Dienstleistungen kennen / 510**
  - 8.1 Wissensbereiche / 511
  - 8.2 Informationsquellen / 512

---

## Anhang

## Die Zwischenprüfung / 517

---

### Glossar / 520

### Bildquellenverzeichnis / 524

### Sachwortverzeichnis / 526