

# Verkaufsfachfrau – Verkaufsfachmann

## Generelle Umschreibung

Der Fachmann des Verkaufs ist befähigt, alle Bereiche des Verkaufs im Innen- und Aussendienst oder im Key Account Management selbstständig wahrzunehmen. Darüber hinaus verfügt er über umfassende betriebs- und volkswirtschaftliche Kenntnisse, sein Umfeld richtig einzuschätzen und sowohl für seine Kunden wie auch für die eigene Unternehmung optimale Lösungen zu erarbeiten.

## Aufgaben

### Analyse

Analysiert die Lage in seinem Verantwortungsbereich.

### Strategie und Konzept

Er erstellt, abgeleitet vom Marketingkonzept für sein Einsatzgebiet die Verkaufsplanung im primären und sekundären Bereich, incl. Budget und leitet daraus Massnahmen und Kontrollen für seinen Verantwortungsbereich ab. Er entwickelt verkaufsunterstützende Massnahmen und koordiniert diese mit den entsprechenden Spezialisten.

### Operative Tätigkeiten

Je nach Einsatzgebiet umfassen seine operativen Tätigkeiten:

**Im Aussendienst:** Er setzt eine zeitgemässe Verkaufstechnik situativ ein und führt Verkaufshandlungen zum positiven Abschluss; er realisiert verkaufsunterstützende Massnahmen in seinem Operationsgebiet. Er plant und realisiert Verkaufsevents und kann als Standchef an Messen eingesetzt werden. Er repräsentiert mit seiner unternehmerischen Denkweise sein Unternehmen vor Ort und baut ein Beziehungsnetz zu den Marktpartnern, seinen Kunden und zu Key Accounts auf.

**Im Innendienst:** Er entlastet die Verkaufsleitung wirksam, erledigt für sie Kontroll- und Koordinationsaufgaben und leitet den Verkaufsinendienst, das Call Center und andere verkaufsorientierte Fachstellen wirtschaftlich und zielgerichtet. Er stellt den Informationsfluss innerhalb der Verkaufsabteilung sicher. Er koordiniert die Aktivitäten des Innendienstes mit denjenigen des Aussendienstes. Er erstellt Kostenvergleiche und wendet verschiedene Kalkulationsmethoden an.

### Mitarbeiterführung

Er führt in seinem Verkaufs- oder Einsatzgebiet Mitarbeitende im Verkaufsaussen- und/oder Innendienst, leitet diese an und arbeitet mit andern Abteilungen und externen Dienstleistern erfolgreich zusammen. Er wird als Projektleiter oder als Mitglied eines Projektteams eingesetzt.

## Stellung und Verantwortung

Je nach Funktion und Einsatz unterscheidet sich die Stellung und Verantwortung:

**Im Aussendienst:** Er wird in allen Organisationen benötigt, die ihre Marktleistung wirkungsvoll anbieten und verkaufen wollen. Er gestaltet und realisiert auf Basis definierter quantitativer und qualitativer Ziele den persönlichen Verkauf professionell. Er ist für die Zielerreichung in seinem Verkaufsgebiet quantitativ und qualitativ verantwortlich.

**Im Innendienst:** Er unterstützt die Verkaufsleitung oder er übernimmt im kleineren Unternehmen die Verkaufsleitung oder Teile davon. Bei Planungs-, Koordinations- und Führungsaufgaben im Verkauf kann er den Lead übernehmen. Er gestaltet und realisiert auf Basis definierter quantitativer und qualitativer Zielsetzungen die Verkaufsaktivitäten und trägt für seinen Verantwortungsbereich die Umsatz- und Kostenverantwortung.

## Kompetenzen

### Fachkompetenzen

#### **Verkaufsplanung**

Abgeleitet aus dem Marketingkonzept definieren der Verkaufsstrategie (Kundenselektion, Produkteselektion, Kontaktquantität, Kontaktqualität, Kontaktperiodizität, Feldgrösse) und aufbauen der primären und sekundären Verkaufsplanung für das zugewiesene Verkaufsgebiet oder den Einsatzbereich; Anwenden der Kontrollinstrumente im Verkauf.

#### **Verkaufpsychologie/Verkaufstechnik**

Verstehen und anwenden verkaufpsychologischer Grundsätze und anwenden einer zeitgemässen und situativ richtigen Verkaufstechnik in allen Phasen des Verkaufsgesprächs.

#### **Distribution**

Mitgestaltung des strategischen Bereichs der Distribution sowie der Marketinglogistik auf Grund seiner Markt- und Kundenkenntnisse; Ableiten eines Distributionskonzeptes aus Strategien im Absatzkanal und im logistischen System; Formulierung der Distributionsziele; Durchführung und Kontrolle aller Massnahmen zur zielkonformen Gestaltung der Distributionsprozesse; Beurteilung des Distributionssystems auf Zuverlässigkeit und betriebswirtschaftliche Effizienz.

#### **Verkaufsförderung/Werbung**

Darstellung und Erläuterung der Funktion und des Einsatzes der Verkaufsförderung/Werbung innerhalb der Marketingorganisation; Formulierung und Umsetzung von Verkaufsförderungs- und Werbemassnahmen anhand einer marktorientierten Kommunikationsstrategie; Auswahlverfahren verschiedener Medien; Verfassen eines Briefings zuhanden einer Agentur resp. Werbeabteilung; Erklärung von Arbeitsabläufen in der Zusammenarbeit mit Agenturen und Spezialisten; Beurteilung von Ver-

kaufsförderungsmassnahmen hinsichtlich ihrer Zielwirkung und Durchführbarkeit; Kenntnisse der rechtlichen Gegebenheiten in der Werbung und in der Verkaufsförderung.

### **Verkaufsstatistik**

Erfassen, analysieren, berechnen, bewerten und verarbeiten von Informationen in seinem Tätigkeitsgebiet an Hand verschiedener Methoden der betriebswirtschaftlichen, deskriptiven (beschreibenden) Statistik; Aufbereitung, Darstellung und Beurteilung statistischer Daten in Form von Tabellen und Grafiken.

### **Betriebliches Rechnungswesen und Controlling**

Anwenden der relevanten Gebiete des Rechnungswesens für betriebliche Entscheidungssituationen in seinem Tätigkeitsgebiet; Berechnen von Verkaufspreisen auf Grund verschiedener Kalkulationsmethoden; Grundbegriffe und Zweck des betrieblichen Rechnungswesen verstehen; Berechnung und Beurteilung der Wirtschaftlichkeit, Produktivität und Rentabilität einer Unternehmung.

### **Marketing**

Interpretierung der Grundlagen des Marketing und Erklärung der Begriffe und Funktionen; Beurteilung der verschiedenen Marketinginstrumente und deren Funktionen; Interpretation des Zusammenspiels innerhalb des Marketingmix.

### **Marktforschung**

Praxisorientierter Einsatz von primären und sekundären Marktforschungsmethoden; Beschaffung und Verarbeitung von verkaufsrelevanten Daten; Analyse, Interpretation und Darstellung von internen und externen Informationen/Zahlenmaterials (Panels) für den gezielten Absatz.

### **Methodenkompetenz**

- Effiziente Problemlösungs- und Entscheidungstechniken
- Effizientes Zeitmanagement
- Effiziente Arbeitstechnik und Tourenplanungstechniken
- Anwenden verschiedener Präsentationstechniken
- Anwenden verschiedener Kreativitätstechniken
- Effiziente Analyse und Interpretation von Daten- und Zahlenmaterial

### **Sozialkompetenz**

- Sicheres und situationsgerechtes Auftreten (Haltung, Höflichkeit etc.)
- Sorgfältiger Umgang mit Vertraulichkeiten
- Anwenden erfolgreicher verbaler und nonverbaler Kommunikation
- Erarbeiten tragbarer Lösungen bei Konflikten
- Lernfähigkeit
- Führungsfähigkeit
- Leistungsbereitschaft