

INHALT

BERUFSBILD/PRÜFUNGSZWECK	4
TRÄGER DER PRÜFUNG	6
ZULASSUNGSBEDINGUNGEN	6
DIPLOMPRÜFUNG	7
PRÜFUNGSTERMIN	7
LERNZIELE/PRÜFUNGSUMFANG	7
KURSDAUER/KURSZEITEN	8
FÄCHERVERTEILUNG	8
KURSLEISTUNGEN	9
KURSORGANISATION/KOSTEN	9
INFORMATIONSSABEND	10
IWB-DIPLOM/TITEL	10
ANMELDUNG/AUSKUNFT	11
STOFFÜBERSICHT	12

BERUFSBILD/PRÜFUNGSZWECK

In Zeiten eines fast unüberschaubaren Angebotes von Waren und Dienstleistungen kommt dem Verkauf eine immer grössere Bedeutung zu. Um dauerhaft erfolgreich zu sein, benötigt ein Verkäufer Kreativität, Markt- und Kundenorientierung sowie fundiertes Methodenwissen.

Dieser Lehrgang richtet sich an alle Personen mit einer abgeschlossenen Berufslehre, die in eine Verkaufstätigkeit einsteigen und/oder ihre berufliche Karriere im Verkauf suchen, sich darin spezialisieren und echte Verkaufsprofis werden wollen.

Angesprochen sind

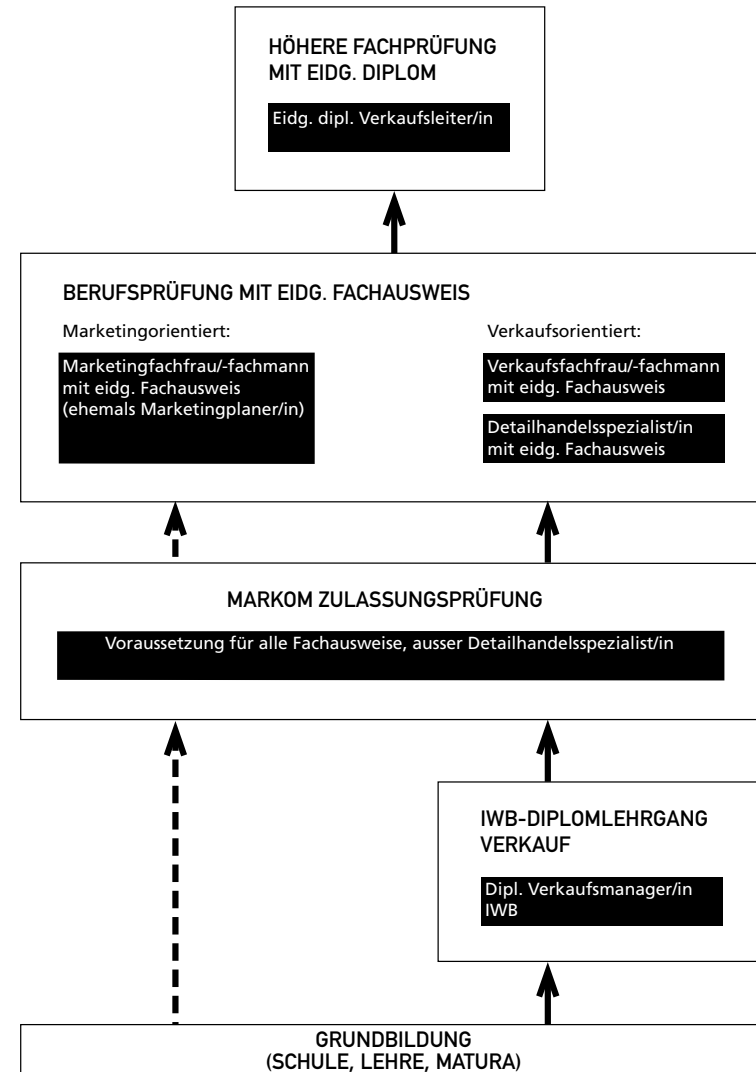
- Mitarbeiter von Klein-, Mittel- und Grossbetrieben, die im Verkaufsdienst oder Verkaufsaussendienst tätig sind
- Selbstständigerwerbende
- Personen, die im Auftragsverhältnis arbeiten.

Als Inhaber/in des Titels «Dipl. Verkaufsmanager/in IWB» haben Sie den nachhaltigen Beweis erbracht, dass Sie

- über gründliche theoretische und anwendungsorientierte Kenntnisse in Marketing und Verkauf verfügen
- vernetzt denken können
- für die erfolgreiche Verkaufstätigkeit die benötigten fundierten Kenntnisse besitzen und diese in der Verkaufspraxis effektiv umsetzen können
- im Verkaufsbereich und in der Verkaufssituation kompetent sind
- Verkaufsgespräche zielorientiert und erfolgreich führen können.

Mit dem Erwerb des IWB-Diploms eröffnet sich interessierten Teilnehmern/-innen der Weg zu weiteren, höheren Verkaufsausbildungen:

- Detailhandelspezialist/in mit eidg. Fachausweis
- Verkaufsfachfrau/-fachmann mit eidg. Fachausweis (ehemals Verkaufskordinator/in)
- Marketingfachfrau/-fachmann mit eidg. Fachausweis (ehemals Marketingplaner/in)
- eidg. dipl. Verkaufsleiter/in



TRÄGER DER PRÜFUNG

INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB, LUZERN



INSTITUT FÜR
WEITERBILDUNG IWB

Unsere Fachdozenten und Experten sind praxisbezogene Spezialisten.

ZULASSUNGSBEDINGUNGEN

Zur IWB-Diplomprüfung wird zugelassen, wer einen der nachstehenden Ausweise besitzt:

- ein Fähigkeitszeugnis eines Berufes, dessen Ausbildungszeit mindestens zwei Jahre dauert
 - Fachausweis einer kaufmännischen Berufsprüfung
 - Diplom einer kaufmännischen Höheren Fachprüfung
 - Diplom einer vom Bund anerkannten Handelsmittelschule
- oder mindestens zwei Jahre praktische Tätigkeit in den Fachgebieten Marketing, Verkauf und/oder Werbung nachweisen kann.

Die IWB-Prüfungskommission kann Ausnahmen beschliessen.

Weitere Auskünfte erteilt:
Prüfungsleitung IWB
Barbara Truninger
Dreilindenstrasse 20
6000 Luzern 6
Telefon 079 757 42 40

DIPLOMPRÜFUNG

Die Diplomprüfung ist schriftlich und mündlich. Sie umfasst die nachstehenden Fächer:

	Schriftlich	Mündlich
Marketing/ Marketinginfrastruktur	2	1/2
Verkauf	2	–
Verkaufsförderung/ Merchandising	2	–
Verkaufstechnik/ Verkaufpsychologie	–	1/2
Rhetorik/Präsentationstechnik	–	1/2
Total in Stunden	6	1 1/2

PRÜFUNGSTERMIN

Die IWB-Diplomprüfung findet in der Regel jedes Jahr im Frühling bzw. im Herbst statt.

LERNZIELE/PRÜFUNGSUMFANG

Siehe Stoffübersicht ab Seite 12.

KURSDAUER/KURSZEITEN

DAUER

Ca. 8 Monate berufsbegleitend (ca. 182 Lektionen)

BEGINN

Jeweils im August und im Januar

KURSTAGE

Jeweils Montag und Mittwoch

KURSZEITEN

17.45–21.00 Uhr

FÄCHERVERTEILUNG

Lektionen zu 45 Minuten

Fächer	Lektionen
Verkauf	28
Verkaufstechnik/Verkaufpsychologie	28
Marketing	40
Verkaufsförderung/Merchandising	28
Rhetorik/Präsentationstechnik	20
Lerntransfer/Lernpsychologie/ Prüfungstechnik	8
Probeproofung mündlich	12
Diplomprüfung schriftlich	8
Diplomprüfung mündlich	2
Kompetenzmanagement	8
Total	182

Änderungen bleiben vorbehalten.

KURSLEISTUNGEN

Ca. 182 Lektionen, inkl. Zwischen- bzw. Probeprüfungen

KURSORGANISATION/KOSTEN

TEILNEHMERZAHL

Maximal 24 Personen

KURSORTE

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20/Landenbergstrasse 37
Luzern

KOSTEN

Gemäss aktuellem KursInfo und www.kbz.ch

INFORMATIONSSABEND

ZEITPUNKT

Gemäss aktuellem KursInfo und www.kbz.ch

ORT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20
6006 Luzern

INHALT

- Zulassungsbedingungen
- Kursinhalt, Aufbau
- Kosten
- Prüfungsformen
- Prüfungstermine

IWB-DIPLOM/TITEL

DIPL. VERKAUFSMANAGER/IN IWB

Am Schluss des Lehrganges wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein Diplom des INSTITUTS FÜR WEITERBILDUNG IWB ausgestellt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Besuch von 80 % der Kurslektionen pro Fach
- Bestehen der Diplomprüfung.

ANMELDUNG/AUSKUNFT

Schriftlich mit der Anmeldekarte, die Sie im aktuellen KursInfo finden, oder online unter www.kbz.ch

ADMINISTRATIVE AUSKUNFT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20
6006 Luzern
Telefon 041 417 16 23
Telefax 041 417 16 01
iwb@kbz.ch
www.kbz.ch

FACHLICHE AUSKUNFT

Barbara Truninger, Lehrgangsleiterin
Telefon 079 757 42 40

Luzern, Mai 2009

STOFFÜBERSICHT

IWB-Diplom

MARKETING/MARKETINGINFRASTRUKTUR

(Prüfungsdauer: schriftlich 2 Stunden/mündlich 30 Minuten)

- Begriff, Entstehung und Aufgaben des Marketings innerhalb des Unternehmens
- Marketing als Teil der Unternehmenspolitik
- Marktsystem, Marktkennziffern, Marktsegmentierung, Teilmärkte
- Marketingkonzeption
- Marketinginfrastruktur

AUFGABEN UND METHODEN DER MARKTFORSCHUNG

- Grundsätzliche Marktforschungsmethoden
- Die unterschiedlichen Befragungsmethoden
- Sinn und Zweck der Panelforschung

PRODUKTMANAGEMENT

- Die Instrumente des Produktemix
- Angebotsleistung (Hauptleistung, Nebenleistungen, Zusatzleistungen)
- Sortimentsgestaltung
- Funktionen der Verpackung
- Produktpositionierung
- Markenpolitik
- Produktlebenszyklus

PREIS- UND KONDITIONENMIX

- Einflussfaktoren auf die Preispolitik
- Preisstrategien
- Strategische Vorgehensweise zur Preisbestimmung

WERBUNG

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Werbestrategie, Werbebriefing, Werbepattform

SPONSORING

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Sponsoringarten

VERKAUFSFÖRDERUNG

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Ebenen der Verkaufsförderung
- Verkaufsförderungsmassnahmen

MERCHANDISING

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Physisches und psychisches Merchandising

VERKAUF

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Aufgabenkatalog Verkauf Innendienst
- Aufgabenkatalog Verkauf Aussendienst
- Verkaufsprozess
- Verkaufsplanung

DIRECT MARKETING

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Einsatz
- Konzeption

PPR

- Aufgaben und Zielwirkungen
- Unterschiede der Public Relations (Produkte, Unternehmung, intern, extern)

DISTRIBUTIONSMIX

- Bedeutung der Distribution
- Begriffe der strategischen und physischen Distribution
- Wahl der Vertriebswege und Distributionsarten
- Handelsformen

VERKAUF

(Prüfungsdauer: schriftlich 2 Stunden)

- Zusammenhänge zwischen Marketing und Verkauf
- Stellung, Funktion und Einsatz des Verkaufs innerhalb der Marketingorganisation
- Aufbau und langfristige Sicherung von Kundenbeziehungen

VERKAUFSKONZEPT

- Strategie: die sechs Subvariablen
- Ziele quantitativ und qualitativ
- Primäre Verkaufsplanung: Umsatz- und Absatzplanung, Touren- und Reiseplanung
- Sekundäre Verkaufsplanung: Organisation (Aufbau, Ablauf), Rayoneinteilung, Verkaufsformen, Personalmarketing, Entlohnung, Motivation, Ausbildung, Verkaufshilfen
- Budget der Verkaufsorganisation
- Kontrollmethoden und -techniken
- Account-Pläne
- Offertwesen/Auftragsabwicklung
- Messen/Ausstellungen
- Direct Marketing: Direct Mail, Telefonmarketing, Call Center

VERKAUFSFÖRDERUNG/MERCHANDISING

(Prüfungsdauer: schriftlich 2 Stunden)

- Stellung, Funktion und Einsatz der Verkaufsförderung
- Das Zusammenspiel zwischen Verkaufsförderung, Verkauf, Distribution und Werbung
- Verkaufsförderungsebenen
- Verkaufsförderungsziele und -massnahmen
- Verkaufsförderungskonzept
- Wettbewerbe (Aussendienst, Innendienst, Handel, Konsument)
- Demonstrationen
- Degustationen
- Gesetze und Verordnungen

MERCHANDISING

- Physisches Merchandising
 - Grundsätze und Kriterien der Warenpräsentation
 - Regeln der Warenplatzierung
 - Platzierung von Werbe- und Verkaufsförderungsmaterial
 - Verkaufsfördernde Massnahmen
 - Verkaufsraumgestaltung
- Psychisches Merchandising
 - Kaufphasen
 - Lenkung des Kundenumlaufs/Kundenstroms
 - Psychologische Erkenntnisse

VERKAUFSTECHNIK/VERKAUFSPSYCHOLOGIE

(Prüfungsdauer: mündlich 30 Minuten)

VERKAUFSTECHNIK

- Verkaufshilfen/Hilfsmittel: Zeigebücher, Referenzlisten, Modelle, Muster, Sales Folders, Prospektmaterial, Give-aways
- Organisation: Gesprächsteilnehmer Anbieter/Kunde, Zeitpunkt/Zeitmanagement, technische Hilfsmittel, Einrichtungen, Rahmenbedingungen

VERKAUFSPSYCHOLOGIE

- Psychologie/Verkaufpsychologie
- Emotionales Verhalten
- Menschenkenntnis, Einfühlungsvermögen
- Motivation
- Gesprächsvorbereitung und -führung
- Beratung, Bedarfsermittlung
- Verhandlungs-/Fragetechnik
- Argumentationstechnik/Einwände/Vorwände
- Präsentationstechnik
- Telefonverkauf, Telefonmarketing
- Kaufmotive/Kaufentscheide
- Reklamationsbehandlung
- Begrüssung/Verabschiedung
- Positive Gesprächsatmosphäre schaffen
- Kundenbindung
- Erscheinungsbild

RHETORIK- UND PRÄSENTATIONSTECHNIK

(Prüfungsdauer: mündlich 30 Minuten)

GRUNDREGELN DER RHETORIK/PRÄSENTATIONSTECHNIK

- Rahmenbedingungen
- Dialektik
- Modulation
- Körpersprache/Kinesik (Gestik, Mimik)
- Wichtigste Faktoren der Andragogik
- Grundregeln der Methodik und Didaktik
- Kommunikationsformen in der Ausbildung
- Regeln der Gesprächsführung
- Hilfsmittel

MÖGLICHE THEMEN:

- Begrüssung und überzeugende Darstellung von
 - Zielsetzung einer Tagung mit Merchandiser
 - Produktmanagement
 - Vorstellung eines Produktes oder einer neuen Dienstleistung
 - Briefing mit einer Agentur: Verkauf, Verkaufsförderung, Merchandising
 - Entscheid über die Produktion von Handels- bzw. Eigenmarken, Me-too
 - Verkaufs- und Ausbildungsmanagement
 - Direct Marketing
 - Marketingplanungsmassnahmen
 - Ausbildungsmanagement: Merchandising, Handelspartner-Distributionskanäle

Quelle: Prüfungsreglement IWB/Prüfungswegleitung IWB

NOTIZEN

NOTIZEN