



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



KOMPETENZBEREICHE	KOMPETENZENTWICKLUNGSSTUFEN			
1. Organisieren und Durchführen von Verkaufs- und Dienstleistungsprozessen	<p>Er/Sie kann Kundenanfragen bearbeiten und angemessene Angebote (sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form) verfassen und mit klar umrissenen Kundenbestellungen bezüglich eingeführter Produktportfolios umgehen (dazu gehört Produkte, Dienstleistungen und Zahlungs- und Lieferprozesse erklären zu können).</p> <p>Er/Sie kann den Transport gemäß üblicher Standards organisieren (z. B. die Verfügbarkeit der Produkte und Transportleistungen klären, Standardformulare wie Packlisten und Ursprungszeugnisse ausfüllen).</p>	<p>Er/Sie kann die Angaben der Kundenanfragen analysieren und/oder bearbeiten. Er/Sie kann Kundenbestellungen durch die Erstellung eines auf Kundenwünschen basierenden Angebots initiieren und bearbeiten.</p> <p>Er/Sie kann Informationen (Berichte schreiben, Präsentationen erstellen) über Kundenwünsche, Produkt- und Dienstleistungsangaben, Marktsituationen und Lieferbedingungen für Kunden, Geschäftspartner oder Geschäftsführer vorbereiten und/oder zur Verfügung stellen und auch entsprechende Verträge und Vereinbarungen bereitstellen.</p> <p>Er/Sie ist auf Anfrage von Kunden, der Geschäftsleitung und/oder anderen Geschäftspartnern in der Lage den Informationsfluss zu organisieren und bereitzustellen (z. B. durch Werbung, Firmenbesichtigungen,...), um die Produktionsstätten vorzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann Kunden beraten, Probleme beim Bestellen klären und mit Personen in relevanten Einrichtungen umgehen (z.B. Logistikunternehmen, Handelssinformatikzentren, Handelskammern), um Verkaufsmöglichkeiten zu finden.</p> <p>Er/Sie kann den Verhandlungsprozess unter Berücksichtigung aller Aspekte (Preis, Vertrag, Lieferung, Versicherung, rechtliche Vorgaben, Vorzugszölle, Bezahlung, Kundenzufriedenheit und Konkurrenzangebote) organisieren.</p>	<p>Er/Sie findet Lösungen für Verkaufs, Zahlungs- und Lieferprobleme, Finanzierungs- und Vertragsschwierigkeiten.</p> <p>Er/Sie kann Statistiken vorbereiten und Strategien ausarbeiten, um Kundenzufriedenheit zu erreichen (Reaktionen von Kunden melden, auftretende Ansprüche kosteneffektiv bearbeiten).</p> <p>Er/Sie kann Produktschulungen für Verkaufspartner / Kunden organisieren und durchführen und Geschäftsreisen vorbereiten / unternehmen (z.B. Handelsmessen).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:			
	Er/Sie kann kunden- und dienstleistungsorientierte Unterhaltungen in Beratungs- und Verkaufsgesprächen führen (z.B. in Telefonaten, persönlichen Gesprächen, E-Mails und/oder Online-Bestellungen).			
	Er/Sie kann die relevanten Informationen aus schriftlichen oder mündlichen Standardanfragen erfassen.			
	Er/Sie kann die erforderlichen Informationen für ein gewöhnliches Angebot innerhalb der Firma / von anderen Firmen einholen und ein auf diesen Informationen zu Kunden und Produkten / Dienstleistungen beruhendes Angebot in einem vorgegebenen Rahmen erstellen.			
	Er/Sie kann grundlegende Informationen zur Verfügung stellen und gewöhnliche Kundenfragen beantworten (z.B. in Bezug auf Bestellungen, Preise, Versand oder Zahlungsprozesse).			
	Er/Sie kann den Prozess initiieren, der bei Standardbestellungen innerhalb der Firma / bei anderen Firmen erforderlich ist und kann die erforderlichen Dokumente vorbereiten.			
	Er/Sie kann die notwendigen Daten innerhalb eines Liefer- und Zahlungsvorgangs eingeben und verfolgen.			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



1. Organisieren und Durchführen von Verkaufs- und Dienstleistungsprozessen	<p>Er/Sie kann Kundenanfragen bearbeiten und angemessene Angebote (sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form) verfassen und mit klar umrissenen Kundenbestellungen bezüglich eingeführter Produktportfolios umgehen (dazu gehört Produkte, Dienstleistungen und Zahlungs- und Lieferprozesse erklären zu können).</p> <p>Er/Sie kann den Transport gemäß üblicher Standards organisieren (z. B. die Verfügbarkeit der Produkte und Transportleistungen klären, Standardformulare wie Packlisten und Ursprungszeugnisse ausfüllen).</p>	<p>Er/Sie kann die Angaben der Kundenanfragen analysieren und/oder bearbeiten. Er/Sie kann Kundenbestellungen durch die Erstellung eines auf Kundenwünschen basierenden Angebots initiieren und bearbeiten.</p> <p>Er/Sie kann Informationen (Berichte schreiben, Präsentationen erstellen) über Kundenwünsche, Produkt- und Dienstleistungsangaben, Marktsituationen und Lieferbedingungen für Kunden, Geschäftspartner oder Geschäftsführer vorbereiten und/oder zur Verfügung stellen und auch entsprechende Verträge und Vereinbarungen bereitstellen.</p> <p>Er/Sie ist auf Anfrage von Kunden, der Geschäftsleitung und/oder anderen Geschäftspartnern in der Lage den Informationsfluss zu organisieren und bereitzustellen (z. B. durch Werbung, Firmenbesichtigungen,...), um die Produktionsstätten vorzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann Kunden beraten, Probleme beim Bestellen klären und mit Personen in relevanten Einrichtungen umgehen (z.B. Logistikunternehmen, Handelsinformationszentren, Handelskammern), um Verkaufsmöglichkeiten zu finden.</p> <p>Er/Sie kann den Verhandlungsprozess unter Berücksichtigung aller Aspekte (Preis, Vertrag, Lieferung, Versicherung, rechtliche Vorgaben, Vorzugszölle, Bezahlung, Kundenzufriedenheit und Konkurrenzangebote) organisieren.</p>	<p>Er/Sie findet Lösungen für Verkaufs-, Zahlungs- und Lieferprobleme, Finanzierungs- und Vertragsschwierigkeiten.</p> <p>Er/Sie kann Statistiken vorbereiten und Strategien ausarbeiten, um Kundenzufriedenheit zu erreichen (Reaktionen von Kunden melden, auftretende Ansprüche kosteneffektiv bearbeiten).</p> <p>Er/Sie kann Produktschulungen für Verkaufspartner / Kunden organisieren und durchführen und Geschäftsreisen vorbereiten / unternehmen (z.B. Handelsmessen).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:			
	<p>Er/Sie kann eingehende Sonderanfragen von Kunden analysieren und ein entsprechendes Angebot unterbreiten (ein Kundenkonto anlegen, falls erforderlich).</p>			
	<p>Er/Sie kann, durch die Unterbreitung von Angeboten gemäß Kundenwunsch, Kundenbestellungen auslösen.</p>			
	<p>Er/Sie kann den Verkaufs- und Versandprozess organisieren.</p>			
	<p>Er/Sie kann die relevanten Zahlungsprozessdaten überwachen, die notwendigen Dokumente ausstellen und die erforderlichen Prozesse einleiten.</p>			
	<p>Er/Sie kann notwendige Markt-, Kunden- und Firmendaten zusammenstellen und diese Informationen zu einem Bericht zusammenfassen, der bei Entscheidungsprozessen unterstützt.</p>			
	<p>Er/Sie kann den Informationsfluss zwischen Firmen und Kunden in einer fremden Sprache lenken.</p>			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



1. Organisieren und Durchführen von Verkaufs- und Dienstleistungsprozessen	<p>Er/Sie kann Kundenanfragen bearbeiten und angemessene Angebote (sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form) verfassen und mit klar umrissenen Kundenbestellungen bezüglich eingeführter Produktportfolios umgehen (dazu gehört Produkte, Dienstleistungen und Zahlungs- und Lieferprozesse erklären zu können).</p> <p>Er/Sie kann den Transport gemäß üblicher Standards organisieren (z. B. die Verfügbarkeit der Produkte und Transportleistungen klären, Standardformulare wie Packlisten und Ursprungszeugnisse ausfüllen).</p>	<p>Er/Sie kann die Angaben der Kundenanfragen analysieren und/oder bearbeiten. Er/Sie kann Kundenbestellungen durch die Erstellung eines auf Kundenwünschen basierenden Angebots initiieren und bearbeiten.</p> <p>Er/Sie kann Informationen (Berichte schreiben, Präsentationen erstellen) über Kundenwünsche, Produkt- und Dienstleistungsangaben, Marktsituationen und Lieferbedingungen für Kunden, Geschäftspartner oder Geschäftsführer vorbereiten und/oder zur Verfügung stellen und auch entsprechende Verträge und Vereinbarungen bereitstellen.</p> <p>Er/Sie ist auf Anfrage von Kunden, der Geschäftsleitung und/oder anderen Geschäftspartnern in der Lage den Informationsfluss zu organisieren und bereitzustellen (z. B. durch Werbung, Firmenbesichtigungen,...), um die Produktionsstätten vorzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann Kunden beraten, Probleme beim Bestellen klären und mit Personen in relevanten Einrichtungen umgehen (z.B. Logistikunternehmen, Handelsinformationszentren, Handelskammern), um Verkaufsmöglichkeiten zu finden.</p> <p>Er/Sie kann den Verhandlungsprozess unter Berücksichtigung aller Aspekte (Preis, Vertrag, Lieferung, Versicherung, rechtliche Vorgaben, Vorzugs-zölle, Bezahlung, Kundenzufriedenheit und Konkurrenzangebote) organisieren.</p>	<p>Er/Sie findet Lösungen für Verkaufs, Zahlungs- und Lieferprobleme, Finanzierungs- und Vertragsschwierigkeiten.</p> <p>Er/Sie kann Statistiken vorbereiten und Strategien ausarbeiten, um Kundenzufriedenheit zu erreichen (Reaktionen von Kunden melden, auftretende Ansprüche kosteneffektiv bearbeiten).</p> <p>Er/Sie kann Produktschulungen für Verkaufspartner / Kunden organisieren und durchführen und Geschäftsreisen vorbereiten / unternehmen (z.B. Handelsmessen).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:			
	Er/Sie kann Probleme in Verbindung mit Kundenbestellungen analysieren und ihre Ursachen ergründen.			
	Er/Sie kann sich mit unterschiedlichen Interessensgruppen vorwiegend im Fachjargon austauschen, um Lösungsmöglichkeiten bei Problemen im Rahmen von Bestellungen zu finden.			
	Er/Sie kann Kunden während des Bestellprozesses verständlich beraten.			
	Er/sie kann Angebote der eigenen Firma mit fremden Angeboten von Wettbewerbern vergleichen und Firmenstrategien aus diesen Vergleichen ableiten.			
	Er/Sie kann Angebote in Zusammenarbeit mit anderen Firmen/ Institutionen entwickeln.			
	Er/Sie kann alle Aspekte einer Bestellung mit dem Kunden aushandeln.			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



1. Organisieren und Durchführen von Verkaufs- und Dienstleistungsprozessen	<p>Er/Sie kann Kundenanfragen bearbeiten und angemessene Angebote (sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form) verfassen und mit klar umrissenen Kundenbestellungen bezüglich eingeführter Produktportfolios umgehen (dazu gehört Produkte, Dienstleistungen und Zahlungs- und Lieferprozesse erklären zu können).</p> <p>Er/Sie kann den Transport gemäß üblicher Standards organisieren (z. B. die Verfügbarkeit der Produkte und Transportleistungen klären, Standardformulare wie Packlisten und Ursprungszeugnisse ausfüllen).</p>	<p>Er/Sie kann die Angaben der Kundenanfragen analysieren und/oder bearbeiten. Er/Sie kann Kundenbestellungen durch die Erstellung eines auf Kundenwünschen basierenden Angebots initiieren und bearbeiten.</p> <p>Er/Sie kann Informationen (Berichte schreiben, Präsentationen erstellen) über Kundenwünsche, Produkt- und Dienstleistungsangaben, Marktsituationen und Lieferbedingungen für Kunden, Geschäftspartner oder Geschäftsführer vorbereiten und/oder zur Verfügung stellen und auch entsprechende Verträge und Vereinbarungen bereitstellen.</p> <p>Er/Sie ist auf Anfrage von Kunden, der Geschäftsleitung und/oder anderen Geschäftspartnern in der Lage den Informationsfluss zu organisieren und bereitzustellen (z. B. durch Werbung, Firmenbesichtigungen,...), um die Produktionsstätten vorzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann Kunden beraten, Probleme beim Bestellen klären und mit Personen in relevanten Einrichtungen umgehen (z.B. Logistikunternehmen, Handelsinformationszentren, Handelskammern), um Verkaufsmöglichkeiten zu finden.</p> <p>Er/Sie kann den Verhandlungsprozess unter Berücksichtigung aller Aspekte (Preis, Vertrag, Lieferung, Versicherung, rechtliche Vorgaben, Vorzugszölle, Bezahlung, Kundenzufriedenheit und Konkurrenzangebote) organisieren.</p>	<p>Er/Sie findet Lösungen für Verkaufs-, Zahlungs- und Lieferprobleme, Finanzierungs- und Vertragsschwierigkeiten.</p> <p>Er/Sie kann Statistiken vorbereiten und Strategien ausarbeiten, um Kundenzufriedenheit zu erreichen (Reaktionen von Kunden melden, auftretende Ansprüche kosteneffektiv bearbeiten).</p> <p>Er/Sie kann Produktschulungen für Verkaufspartner / Kunden organisieren und durchführen und Geschäftsreisen vorbereiten / unternehmen (z.B. Handelsmessen).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:			
	Er/Sie kann komplexe Probleme im Verkaufs- oder Dienstleistungsprozess innerhalb der Firma und/oder in Zusammenarbeit mit anderen Firmen / Institutionen lösen.			
	Er/Sie kann den Zahlungsprozess überwachen, Probleme erkennen (ausstehende Zahlungen) und Maßnahmen zur Störungsbeseitigung ergreifen (z.B. Vertragsstrafen).			
	Er/Sie kann eine umfassende Verkaufsstrategie für die Firma entwickeln und Kampagnen daraus ableiten.			
	Er/Sie kann Produkt und Dienstleistungsschulungen für Mitarbeiter und andere Personen durchführen.			
	Er/Sie kann Geschäftsreisen organisieren und unternehmen und/oder Treffen mit Kunden arrangieren.			
	Er/Sie kann Absatzmöglichkeiten analysieren und evaluieren (z.B. durch Geschäftsreisen).			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



2. Einkaufsprozesse sicherstellen	<p>Er/Sie kann klar definierte Mengen und Produkte bestellen (bekannte Produkte, Lieferanten- und Zustelldienste) mit Hilfe des Enterprise Resource Planning-Systems (ERP wie SAP/Navision).</p> <p>Er/Sie kann mit Bestelldokumenten umgehen und den Informationsfluss zu verschiedenen Abteilungen und Firmen sicherstellen.</p>	<p>Er/Sie kann Angebote hinsichtlich Preis, Qualität und Lieferbedingungen vergleichen.</p> <p>Er/Sie kann Einkaufsprozesse beobachten und dem Verkäufer Informationen und die notwendigen Dokumente (z.B. Frachtbriebe, CMR Luftfrachtbrief, Seefrachtbrief, Rechnung, Ursprungszeugnis, Ausfuhrerklärung, Anweisungen für den Verkäufer, Packliste) zur Verfügung stellen und im Falle von Problemen entsprechend reagieren (durch Korrektur fehlerhafter Dokumente).</p> <p>Er/Sie kann den Absatzmarkt analysieren und regionale Marktanalysen durchführen, um geeignete Einkaufsprozesse (Benchmarking, Marken, Produktbereiche, verschiedene Transportunternehmen) sicherzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann den Einkaufsprozess in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen des Unternehmens analysieren (z.B. Qualitätswesen), um Entscheidungen bezüglich geeigneter Lieferanten, passender Produkte hinsichtlich Material/Dienstleistungen für die Produktion und des besten Transportunternehmens und Transportprozesses zu treffen unter Berücksichtigung von Lieferbedingungen (Zeit, Preis, Transportbedingungen, die für unterschiedliche Waren benötigt werden ...)</p> <p>Er/Sie kann Preise und Lieferbedingungen aushandeln.</p> <p>Er/Sie kann Probleme lösen im Hinblick auf das Beschaffen fehlender Informationen, die Korrektur fehlerhafter Dokumente, den Abschluss des Zahlungsprozesses und das Treffen angemessener Absprachen im Falle von Lieferproblemen (wie z.B. Ersatz für eine Transportfirma finden).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:		
	<p>Er/Sie kann mit den Unternehmensdaten umgehen, um Standardinformationen zu laufenden Bestellungen zu finden.</p>		
	<p>Er/Sie kann im Datenbestand des Unternehmens notwendige Informationen über bekannte Lieferanten finden.</p>		
	<p>Er/Sie kann Informationen für eine Bestellung bei einem bekannten Lieferanten bei vorgegebenen Produkten und Geschäftsbedingungen und Konditionen zusammentragen.</p>		
	<p>Er/Sie kann Standardformulare und Bestelldokumente des Unternehmens ausfüllen.</p>		
	<p>Er/Sie kann relevante Bestellinformationen an Kolleg(inn)en weitergeben.</p>		
	<p>Er/Sie kann notwendige und korrekte Informationen an einen Lieferanten in einer Fremdsprache weitergeben.</p>		



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



2. Einkaufsprozesse sicherstellen	<p>Er/Sie kann klar definierte Mengen und Produkte bestellen (bekannte Produkte, Lieferanten- und Zustelldienste) mit Hilfe des Enterprise Resource Planning-Systems (ERP wie SAP/Navision).</p> <p>Er/Sie kann mit Bestelldokumenten umgehen und den Informationsfluss zu verschiedenen Abteilungen und Firmen sicherstellen.</p>	<p>Er/Sie kann Angebote hinsichtlich Preis, Qualität und Lieferbedingungen vergleichen.</p> <p>Er/Sie kann Einkaufsprozesse beobachten und dem Verkäufer Informationen und die notwendigen Dokumente (z.B. Frachtbriefe, CMR Luftfrachtbrief, Seefrachtbrief, Rechnung, Ursprungszeugnis, Ausfuhrerklärung, Anweisungen für den Verkäufer, Packliste) zur Verfügung stellen und im Falle von Problemen entsprechend reagieren (durch Korrektur fehlerhafter Dokumente).</p> <p>Er/Sie kann den Absatzmarkt analysieren und regionale Marktanalysen durchführen, um geeignete Einkaufsprozesse (Benchmarking, Marken, Produktbereiche, verschiedene Transportunternehmen) sicherzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann den Einkaufsprozess in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen des Unternehmens analysieren (z.B. Qualitätswesen), um Entscheidungen bezüglich geeigneter Lieferanten, passender Produkte hinsichtlich Material/Dienstleistungen für die Produktion und des besten Transportunternehmens und Transportprozesses zu treffen unter Berücksichtigung von Lieferbedingungen (Zeit, Preis, Transportbedingungen, die für unterschiedliche Waren benötigt werden ...)</p> <p>Er/Sie kann Preise und Lieferbedingungen aushandeln.</p> <p>Er/Sie kann Probleme lösen im Hinblick auf das Beschaffen fehlender Informationen, die Korrektur fehlerhafter Dokumente, den Abschluss des Zahlungsprozesses und das Treffen angemessener Absprachen im Falle von Lieferproblemen (wie z.B. Ersatz für eine Transportfirma finden).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:		
	<p>Er/Sie kann Angebote von Verkäufern einholen.</p>		
	<p>Er/Sie kann Angebote hinsichtlich Preis, Produktqualität und Distributionsbedingungen vergleichen.</p>		
	<p>Er/Sie kann einen laufenden Einkaufsprozess mit Hilfe des unternehmenseigenen Enterprise Resource Planning-Systems überwachen.</p>		
	<p>Er/Sie kann die sowohl für den Lieferanten als auch für das Unternehmen notwendigen Informationen zusammentragen und umfassend informieren.</p>		
	<p>Er/Sie kann Probleme im Einkaufsprozess zur Zufriedenheit von Verkäufer und Käufer bewältigen.</p>		
	<p>Er/Sie kann eine regionale Marktanalyse durchführen, um neue Lieferanten im Hinblick auf einen vorgegebenen Bedarf zu finden.</p>		



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



2. Einkaufsprozesse sichern	<p>Er/Sie kann klar definierte Mengen und Produkte bestellen (bekannte Produkte, Lieferanten- und Zustelldienste) mit Hilfe des Enterprise Resource Planning-Systems (ERP wie SAP/Navision).</p> <p>Er/Sie kann mit Bestelldokumenten umgehen und den Informationsfluss zu verschiedenen Abteilungen und Firmen sicherstellen.</p>	<p>Er/Sie kann Angebote hinsichtlich Preis, Qualität und Lieferbedingungen vergleichen.</p> <p>Er/Sie kann Einkaufsprozesse beobachten und dem Verkäufer Informationen und die notwendigen Dokumente (z.B. Frachtbriefe, CMR Luftfrachtbrief, Seefrachtbrief, Rechnung, Ursprungszeugnis, Ausfuhrerklärung, Anweisungen für den Verkäufer, Packliste) zur Verfügung stellen und im Falle von Problemen entsprechend reagieren (durch Korrektur fehlerhafter Dokumente).</p> <p>Er/Sie kann den Absatzmarkt analysieren und regionale Marktanalysen durchführen, um geeignete Einkaufsprozesse (Benchmarking, Marken, Produktbereiche, verschiedene Transportunternehmen) sicherzustellen.</p>	<p>Er/Sie kann den Einkaufsprozess in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen des Unternehmens analysieren (z.B. Qualitätswesen), um Entscheidungen bezüglich geeigneter Lieferanten, passender Produkte hinsichtlich Material/Dienstleistungen für die Produktion und des besten Transportunternehmens und Transportprozesses zu treffen unter Berücksichtigung von Lieferbedingungen (Zeit, Preis, Transportbedingungen, die für unterschiedliche Waren benötigt werden ...)</p> <p>Er/Sie kann Preise und Lieferbedingungen aushandeln.</p> <p>Er/Sie kann Probleme lösen im Hinblick auf das Beschaffen fehlender Informationen, die Korrektur fehlerhafter Dokumente, den Abschluss des Zahlungsprozesses und das Treffen angemessener Absprachen im Falle von Lieferproblemen (wie z.B. Ersatz für eine Transportfirma finden).</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:		
	Er/Sie kann den Einkaufsprozess analysieren und optimieren.		
	Er/Sie kann eine sinnvolle Einkaufsstrategie für das Unternehmen entwickeln.		
	Er/Sie kann aus der Einkaufsstrategie eine Einkaufsaktion ableiten.		
	Er/Sie kann die Kosten des gesamten Einkaufsprozesses überwachen.		
	Er/Sie kann Probleme und Problemursachen innerhalb des Einkaufsprozesses analysieren.		
	Er/Sie kann komplexe Probleme im Einkaufsprozess unter Zeitdruck lösen.		



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



3. Organisieren des Verpackungs-, Lagerungs- und Transportprozesses (Logistik)	<p>Er/Sie kann die Transportprozesse durch Herausfinden des Lagerortes und Zuweisens der Verpackung und Lieferung der Waren an Frachtunternehmen unter Berücksichtigung von Gewichten, Maßen, Transportbedingungen, Kundenwünschen und Bedürfnissen zur Anpassung an fremde Märkte (z.B. fremdsprachliche Warenauszeichnung) organisieren.</p> <p>Er/Sie ist in der Lage verschiedene Unternehmen und Abteilungen für Verkauf, Einkauf, Transport und Montage im Ausland zu koordinieren.</p>	<p>Er/Sie kann Lager- und Logistikprozesse durch Nutzung der WWS Software steuern, um sicherzustellen, dass genügend Waren vorrätig sowie Frachtunternehmen verfügbar und Transportmöglichkeiten bereitgestellt sind.</p> <p>Er/Sie kann sowohl den Distributionsprozess durch Weitergabe der Produktionsaufträge als auch den Fertigungsprozess organisieren.</p>	<p>Er/Sie kann Verpackungsarten und bestmögliche Verpackungen und Transportwege für Produkte (unter Berücksichtigung der Lieferziele, der Lieferzeit und der Transportwege) analysieren.</p> <p>Er/Sie ist in der Lage Ausfuhrdokumente (z.B. Ausfuhrmeldungen, EUR. 1, ...) unter Berücksichtigung der Transportvorschriften, Warenumschlagsregelungen und Befolgung von Umwelt- und Sicherheitsstandards auszustellen.</p> <p>Er/Sie kann korrekte Produkt- und Verpackungskennzeichnung (Land, Gewicht, Anzahl, Größe, Warenumschlag etc.) organisieren.</p>
	Teilkompetenzen / Lernergebnisse: nicht vom Arbeitskreis ermittelt		
4. Koordinieren und Durchführen von Dokumenten- und Finanztransaktionsflüssen	<p>Er/Sie kann die gesamte Korrespondenz, die die Marktforschung, den Verkauf, den Einkauf, die Finanztransaktionen, die Logistikprozesse und die Kooperationsangelegenheiten betrifft, dokumentieren und archivieren.</p> <p>Zu diesem Zweck ist er/sie fähig, sowohl angemessene Kommunikations- und Konferenzsysteme als auch datenbankgesteuerte Archivierungs- und Distributionssysteme zu nutzen.</p>	<p>Er/Sie kann Statistiken für Berichte zur Verfügung stellen und Transaktionen den Kosteneinheiten und Kostenstellen zuordnen.</p>	<p>Er/Sie kann den Finanztransaktionsprozess überwachen und notwendige Eingriffe wie Zahlungserinnerungen und Mahnschreiben einleiten.</p>
	Teilkompetenzen / Lernergebnisse: nicht vom Arbeitskreis ermittelt		



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



5. Unterstützung firmeneigener Prozesse für Verkauf und Einkauf einschließlich Qualitätsmanagement	<p>Er/Sie kann Verwaltungsprozesse für Finanztransaktionen, Lieferung etc. organisieren und Koordinationsabläufe zwischen verschiedenen Abteilungen unter Einbezug religiöser, kultureller und sprachlicher Aspekte überwachen.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage typische Qualitätsmanagementaufgaben durchzuführen, um die Ordnungsmäßigkeit und Richtigkeit der Dokumente für Verkauf, Lager, Transport und Einkauf der Güter zu gewährleisten.</p> <p>Er/Sie kann sicherstellen, dass Geschäftsprozesse reibungslos funktionieren, indem er/sie das gesamte Personal und alle Abteilungen über Veränderungen, der Verkaufs-, Einkaufs- und Transportbedingungen (z.B. Warenumschlagsgebühren, Steuern) informiert.</p> <p>Er/Sie kann Maßnahmen zur Absicherung (z.B. Versicherungen, Genehmigungen, ...) in die Wege leiten.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage Projekte bezüglich neuer Geschäftsprozesse, Einfuhr oder Ausfuhr neuer Waren und Entwicklung von Konzepten zur Erweiterung und Neugliederung von Produktportfolios und Dienstleistungen zu initiieren.</p> <p>Er/Sie ist in der Lage zugehörige Risikoanalysen durchzuführen.</p>
	Teilkompetenzen / Lernergebnisse: nicht vom Arbeitskreis ermittelt		



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



6. Beobachtung und Analyse ausländischer Märkte und ausländischer Gegebenheiten	<p>Er/Sie kann Informationen sammeln (Firmendaten wie z. B. Marktanteil, Umsatz oder Firmengeschichte, derzeitige Abnehmer, Lieferanten).</p> <p>Er/Sie kann von der Firma geforderte Statistiken und Zahlenmaterial erstellen.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage, konkrete Stärken und erforderliche Maßnahmen zur Bestimmung der Marktposition der Firma zu ermitteln.</p> <p>Er/Sie kann Informationen über ausländische Märkte ermitteln und aufbereiten, unter Berücksichtigung bekannter Indikatoren für Marktentwicklung (z. B. Wachstumsrate, Produktivität,...).</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage Marktforschungsergebnisse zu analysieren und Indikatoren nicht nur für Kundenwünsche und zukünftige Entwicklungen zu erkennen, sondern auch um einen Vergleich mit den Konkurrenten vorzunehmen.</p> <p>Er/Sie kann die Risiken verschiedener Finanz-, Liefer- und Import /Export -Strukturen erkennen.</p> <p>Er/Sie kann Chancen und Risiken des Ver- und Ankaufs auf der Grundlage verschiedener Produktportfolios abschätzen.</p>	<p>Er/Sie kann Marktforschung in neuen Märkten und Ländern vornehmen und die Auswirkungen der jeweiligen kulturellen, religiösen und rechtlichen Aspekte (insbesondere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Handelsmarken) und Vorschriften bewerten.</p> <p>Er/Sie kann Trends am Markt systematisch überwachen.</p> <p>Er/Sie kann strategische Umfeldfaktoren erkennen und ihren Einfluss auf Geschäftstätigkeit auf diesen Märkten analysieren, sie in Bezug auf ihre Folgen für Handelsbeziehungen mit diesen Märkten analysieren.</p>
	Teilkompetenzen / Lernergebnisse:			
	Er/Sie kann Daten über die aktuelle Marktposition der Firma aus interner Sicht innerhalb der Firma sammeln.			
	Er/Sie kann anhand der Firmendaten oder durch den Vergleich mit anderen Firmen Indikatoren für die Entwicklung der Firma erkennen.			
	Er/Sie kann Schlüsseldaten der Abnehmer und Lieferanten der Firma erheben.			
	Er/Sie kann Forschungsinstrumente verwenden, um an notwendige Informationen zu gelangen.			
	Er/Sie kann Software verwenden, um Daten und Informationen für Präsentationen aufzubereiten.			
	Er/Sie kann Berichte/ Präsentationen über die aktuelle Marktposition der Firma zusammenstellen.			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



6. Beobachtung und Analyse ausländischer Märkte und ausländischer Gegebenheiten	<p>Er/Sie kann Informationen sammeln (Firmendaten wie z. B. Marktanteil, Umsatz oder Firmengeschichte, derzeitige Abnehmer, Lieferanten).</p> <p>Er/Sie kann von der Firma geforderte Statistiken und Zahlenmaterial erstellen.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage, konkrete Stärken und erforderliche Maßnahmen zur Bestimmung der Marktposition der Firma zu ermitteln.</p> <p>Er/Sie kann Informationen über ausländische Märkte ermitteln und aufbereiten, unter Berücksichtigung bekannter Indikatoren für Marktentwicklung (z. B. Wachstumsrate, Produktivität,...).</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage Marktforschungsergebnisse zu analysieren und Indikatoren nicht nur für Kundenwünsche und zukünftige Entwicklungen zu erkennen, sondern auch um einen Vergleich mit den Konkurrenten vorzunehmen.</p> <p>Er/Sie kann die Risiken verschiedener Finanz-, Liefer- und Import /Export -Strukturen erkennen.</p> <p>Er/Sie kann Chancen und Risiken des Ver- und Ankaufs auf der Grundlage verschiedener Produktportfolios abschätzen.</p>	<p>Er/Sie kann Marktforschung in neuen Märkten und Ländern vornehmen und die Auswirkungen der jeweiligen kulturellen, religiösen und rechtlichen Aspekte (insbesondere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Handelsmarken) und Vorschriften bewerten.</p> <p>Er/Sie kann Trends am Markt systematisch überwachen.</p> <p>Er/Sie kann strategische Umfeldfaktoren erkennen und ihren Einfluss auf Geschäftstätigkeit auf diesen Märkten analysieren, sie in Bezug auf ihre Folgen für Handelsbeziehungen mit diesen Märkten analysieren.</p>
	Teilkompetenzen / Lernergebnisse:			
	<p>Er/Sie kann Schlüsseldaten zur Ermittlung der Marktposition der Firma unter Berücksichtigung der Marktstrukturen auf ausländischen Märkten ermitteln.</p>			
	<p>Er/Sie kann externe Marktanalysen durchführen (Marktindizes, Analyse der Konkurrenten).</p>			
	<p>Er/Sie kann Trends und Entwicklungen auf ausländischen Märkten erkennen.</p>			
	<p>Er/Sie kann Marketinginstrumente zur Analyse von Märkten gemäß vorher festgelegtem Informationsbedarf anwenden (z. B. SWOT Analyse, Konkurrentenanalyse, ...).</p>			
	<p>Er/Sie kann Maßnahmen zur Erhaltung und Verbesserung der Marktposition der Firma planen.</p>			
	<p>Er/Sie kann aussagekräftige Berichte und Präsentationen vor Kollegen und Firmenleitung geben.</p>			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



6. Beobachtung und Analyse ausländischer Märkte und ausländischer Gegebenheiten	<p>Er/Sie kann Informationen sammeln (Firmendaten wie z. B. Marktanteil, Umsatz oder Firmengeschichte, derzeitige Abnehmer, Lieferanten).</p> <p>Er/Sie kann von der Firma geforderte Statistiken und Zahlenmaterial erstellen.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage, konkrete Stärken und erforderliche Maßnahmen zur Bestimmung der Marktposition der Firma zu ermitteln.</p> <p>Er/Sie kann Informationen über ausländische Märkte ermitteln und aufbereiten, unter Berücksichtigung bekannter Indikatoren für Marktentwicklung (z. B. Wachstumsrate, Produktivität,...).</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage Marktforschungsergebnisse zu analysieren und Indikatoren nicht nur für Kundenwünsche und zukünftige Entwicklungen zu erkennen, sondern auch um einen Vergleich mit den Konkurrenten vorzunehmen.</p> <p>Er/Sie kann die Risiken verschiedener Finanz-, Liefer- und Import /Export -Strukturen erkennen.</p> <p>Er/Sie kann Chancen und Risiken des Ver- und Ankaufs auf der Grundlage verschiedener Produktportfolios abschätzen.</p>	<p>Er/Sie kann Marktforschung in neuen Märkten und Ländern vornehmen und die Auswirkungen der jeweiligen kulturellen, religiösen und rechtlichen Aspekte (insbesondere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Handelsmarken) und Vorschriften bewerten.</p> <p>Er/Sie kann Trends am Markt systematisch überwachen.</p> <p>Er/Sie kann strategische Umfeldfaktoren erkennen und ihren Einfluss auf Geschäftstätigkeit auf diesen Märkten analysieren, sie in Bezug auf ihre Folgen für Handelsbeziehungen mit diesen Märkten analysieren.</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:			
	<p>Er/Sie kann relevante Indikatoren für die aktuelle und künftige Entwicklungen von Märkten und Kundenbedürfnissen erkennen.</p>			
	<p>Er/Sie kann die Indikatoren auf der Grundlage von Daten über die Firma, die Konkurrenten und den Markt deuten.</p>			
	<p>Er/Sie kann Chancen und Risiken auf den Märkten erkennen und die Einflussfaktoren analysieren.</p>			
	<p>Er/Sie kann eine Risikoanalyse auf der Grundlage des aktuellen Produkt-/Dienstleistungsportfolios durchführen.</p>			
	<p>Er/Sie kann das Produkt-/Dienstleistungsportfolio der Firma weiterentwickeln und die Risiken dessen bewerten.</p>			
	<p>Er/Sie kann die Ergebnisse von Marktforschung und/oder SWOT-Analysen deuten.</p>			
	<p>Er/Sie kann Konsequenzen ableiten und Kollegen und Firmenleitung entsprechend beraten.</p>			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



6. Beobachtung und Analyse ausländischer Märkte und ausländischer Gegebenheiten	<p>Er/Sie kann Informationen sammeln (Firmendaten wie z. B. Marktanteil, Umsatz oder Firmengeschichte, derzeitige Abnehmer, Lieferanten).</p> <p>Er/Sie kann von der Firma geforderte Statistiken und Zahlenmaterial erstellen.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage, konkrete Stärken und erforderliche Maßnahmen zur Bestimmung der Marktposition der Firma zu ermitteln.</p> <p>Er/Sie kann Informationen über ausländische Märkte ermitteln und aufbereiten, unter Berücksichtigung bekannter Indikatoren für Marktentwicklung (z. B. Wachstumsrate, Produktivität,...).</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage Marktforschungsergebnisse zu analysieren und Indikatoren nicht nur für Kundenwünsche und zukünftige Entwicklungen zu erkennen, sondern auch um einen Vergleich mit den Konkurrenten vorzunehmen.</p> <p>Er/Sie kann die Risiken verschiedener Finanz-, Liefer- und Import /Export -Strukturen erkennen.</p> <p>Er/Sie kann Chancen und Risiken des Ver- und Ankaufs auf der Grundlage verschiedener Produktportfolios abschätzen.</p>	<p>Er/Sie kann Marktforschung in neuen Märkten und Ländern vornehmen und die Auswirkungen der jeweiligen kulturellen, religiösen und rechtlichen Aspekte (insbesondere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Handelsmarken) und Vorschriften bewerten.</p> <p>Er/Sie kann Trends am Markt systematisch überwachen.</p> <p>Er/Sie kann strategische Umfeldfaktoren erkennen und ihren Einfluss auf Geschäftstätigkeit auf diesen Märkten analysieren, sie in Bezug auf ihre Folgen für Handelsbeziehungen mit diesen Märkten analysieren.</p>
	Teilkompetenzen/ Lernergebnisse:			
	<p>Er/Sie kann neue Märkte und potentielle neue Märkte in neuen Ländern analysieren.</p>			
	<p>Er/Sie kann den Einfluss von soziokulturellen Faktoren auf Märkte erkennen (z. B. Kultur, Rechtssystem, Religion) und ihre Potenziale und Grenzen bewerten.</p>			
	<p>Er/Sie kann Trends auf relevanten Märkten systematisch analysieren.</p>			
	<p>Er/Sie kann sozioökonomische Faktoren und ihre Folgen für die Firma erkennen.</p>			
	<p>Er/Sie kann relevante Bedingungsfaktoren analysieren und Schlussfolgerungen für Geschäftstransaktionen ableiten.</p>			
	<p>Er/Sie kann Ergebnisse und die Firmenstrategie gut fundiert und angemessen für verschiedene Zielgruppen präsentieren.</p>			



THEME Kompetenzmatrix - Handel mit Teilkompetenzen/ Lernergebnisse



7. Kooperationsstrukturen mit internationalen Partnern einrichten	<p>Er/Sie ist in der Lage mit Auslandsvertretungen, internationalen Partnern und offiziellen Institutionen (z.B. Zollbehörden) Kontakt aufzunehmen um standardisierte Verkaufs- und Einkaufsabläufe (z.B. Vorbereitung von Daten, Einholen von Informationen über Personen, Ablauf und Status der Lieferung, Versand...) zu organisieren und zu koordinieren.</p>	<p>Er/Sie ist in der Lage potentielle neue Partner zu finden, Kooperationsmöglichkeiten anzubieten und zu koordinieren, und Treffen zu veranlassen.</p>	<p>Er/Sie kann Joint Ventures einrichten und vertragliche Unterlagen bereitstellen (z.B. Technologielizenzierung, Patente, Handelsmarken, gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Bedingungen).</p> <p>Er/Sie kann für Entscheidungsprozesse wie das Aufbauen von firmeneigenen Verkaufsagenturen und Geschäften oder das Zuteilen von Verantwortlichkeiten zwischen den Partnern Handelshemmnisse, steuerliche und finanzielle Bedingungen und andere Informationen erkennen. Er/Sie kann für diese Aufgaben mit Experten verschiedener Bereiche (Rechtsanwälte, Berater) kooperieren, um Rat einzuholen.</p>
	Teilkompetenzen / Lernergebnisse: nicht vom Arbeitskreis ermittelt		

Abbreviations:

- BOL B/L Bill of lading
- CMR **C**onvention relative au contrat de transport international de **m**archandises par **r**oute (Frachtbrief)
- ERP Enterprise Resource Planning
- L/C Letter of Credit
- SOP Sales Order Process
- EUR 1 EUR 1. movement certificate



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert.

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

