Verkaufsassistent*in

zert.one

Der Schweizer Abschluss
für Online Bildung



NUTZEN & ARBEITSGEBIET

Dein Nutzen

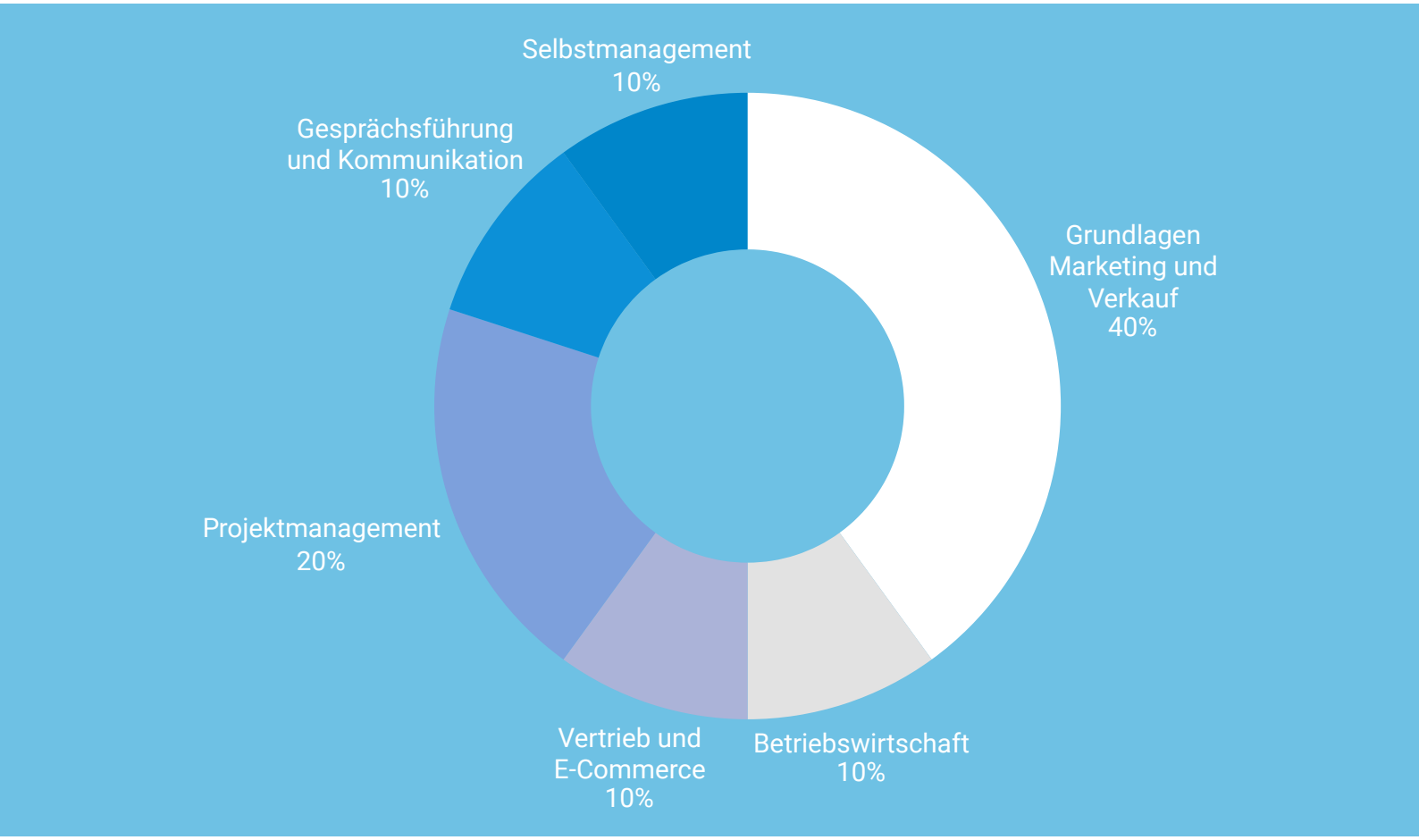
Die Ausbildung zur Verkaufsassistentin bzw. zum Verkaufsassistenten vermittelt Dir die Grundlagen im Verkauf. Du bist in der Lage, in Deinem Berufsalltag das Zusammenspiel der verschiedenen Ansätze, Instrumente und Methoden zu erfassen und konzeptionell sowie projektmässig für Deinen Bereich umzusetzen. Je nach Situation unterstützt Du Fachpersonen.

Dein Arbeitsgebiet

Verkaufsassistentinnen und Verkaufsassistenten arbeiten im Innen- wie auch im Aussendienst und setzen wirksame und moderne Verkaufstechniken ein. Dabei helfen ihnen die Grundkenntnisse im Marketing und Verkauf, Betriebswirtschaft, Vertrieb und E-Commerce.



PRÜFUNGSFÄCHER



Fächer

Das Zertifikat Verkaufsassistent*in
zert.one basiert auf folgenden Fächern:

- Grundlagen Marketing und Verkauf
- Betriebswirtschaft (inkl. Grundlagen des Rechnungswesens)
- Vertrieb und E-Commerce
- Projektmanagement
- Gesprächsführung und Kommunikation
- Selbstmanagement

1 ABSCHLUSS 3 ERFOLGE



Fachkompetenz

Das Zertifikat Verkaufsassistent*in zert.one zeigt, dass Du die Anforderungen fachlich erfüllst.

Digitale Kompetenz

Das Zertifikat Verkaufsassistent*in zert.one zeigt, dass Du mit digitalen Medien umgehen kannst.

Eigen-verantwortung

Das Zertifikat Verkaufsassistent*in zert.one zeigt, dass Du ausgeprägte Eigenverantwortung mitbringst.

ANFORDERUNGEN

Auf den folgenden Seiten findest Du die Inhalte und Anforderungen für die Erlangung des Zertifikats Verkaufsassistent*in zert.one



PROJEKTMANAGEMENT

Das System Projektmanagement	Stufe
Entwicklung des Projektmanagements	Verstehen
Was ist ein Projekt?	Verstehen
Portfolio und Programm	Verstehen
Projektarten	Verstehen
Projektmanagement	Verstehen
Elemente des Projektmanagements	Anwenden
Pflichtenheft und Lastenheft	Anwenden

Ziele und Phasen von Projekten	
Projektziele	Verstehen
Zielarten und Gewichtung	Verstehen
Wechselwirkung Ziele und Zielhierarchie	Verstehen
Ziele richtig formulieren	Anwenden
Projektphasen	Verstehen
Vorgehensweisen	Verstehen
Agile Methode	Verstehen
Scrum	Anwenden
Kanban	Anwenden

Projektorganisation	
Formen der Projektorganisation	Verstehen
Rollen und Aufgaben	Verstehen
Projektleitung	Anwenden
Beispiel Projektorganisation	Anwenden

Projektstrukturen

Übersicht Projektstruktur	Verstehen
Formen des Projektstrukturplans	Verstehen
Arbeitspaket	Anwenden

Ablauf- und Terminplanung

Übersicht Ablaufplanung	Verstehen
Beispiel Netzplantechnik	Anwenden
Projektablaufplan	Anwenden
Balkendiagramm	Anwenden

Analysemethoden und Kreativitätstechniken

Einleitung und SWOT Analyse	Verstehen
Nutzwertanalyse	Anwenden
ABC Analyse	Anwenden
Übersicht Kreativitätstechniken	Verstehen

Information und Dokumentation

Informationen und Informationsmanagement	Verstehen
Stakeholdermatrix	Anwenden
Dokumentation	Anwenden

Controlling und Berichtswesen

Projektcontrolling	Anwenden
Projektbericht gestalten	Anwenden
Vorgehen beim Projektbericht	Verstehen
Massnahmen und Strategien	Verstehen

Projektabschluss

Grundlagen zum Projektabschluss	Verstehen
Nutzung sicherstellen	Anwenden
Projekt auswerten	Anwenden
Abschlussbericht	Anwenden

GRUNDLAGEN MARKETING UND VERKAUF

Einführung ins Marketing	Stufe
Definition von Marketing	Verstehen
Geschichte des Marketings	Kennen
Kernaufgaben des Marketings	Verstehen
Berufe im Marketing	Kennen
SGF und SGE	Verstehen
Strukturmodell Markt als System	Verstehen
Marketingbegriffe	Kennen
Marktkennzahlen	Verstehen

4P und 7P	
4P oder 7P	Verstehen
Konkreter Marketingmix	Anwenden
Marketingmix nach Gütern	Verstehen

Marketingkonzept im Überblick	
Analyse, Märkte, Teilmärkte und Segmente	Verstehen
Strategien, Marktbearbeitung und Massnahmenplan	Anwenden
Marketinginfrastruktur und Budget	Anwenden
Operatives Marketing und Kontrolle	Anwenden

SWOT, BCG und Produktlebenszyklus	
SWOT Analyse	Anwenden
SWOT Matrix	Anwenden
BCG Matrix	Anwenden
Produktlebenszyklus	Verstehen

Ziele und Zielgruppen

Quantitative und qualitative Ziele	Verstehen
SMART Ziele	Anwenden
B2C Zielgruppen	Verstehen
B2B Zielgruppen	Verstehen
Sinus Milieus und Typologien	Kennen
Typologie nach Generationen	Kennen

Strategien und Marktbearbeitung

Ansoff Matrix	Anwenden
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Einleitung	Verstehen
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Konkurrenzstrategie	Verstehen
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Teilmarktentwicklungsstrategie	Anwenden
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Marktentwicklungsstrategie	Anwenden
Positionierung	Anwenden
Absatzkanal	Verstehen
Multi-, Cross- und Omni-Channel	Verstehen

Massnahmenpläne und Kontrolle

Standard Dominanz Modell	Verstehen
Produkteebenen	Verstehen
Grobmassnahmenplan	Anwenden
Marketingbudget	Anwenden

Verpackung und Sortiment

Design, Verpackung und Service	Verstehen
Dienstleistungen	Verstehen
Nutzenhierarchie	Verstehen
Verpackung als Gesamtpaket	Anwenden
Sortiment	Verstehen

Preis

4K Modell	Verstehen
Festpreisstrategien	Verstehen
Dynamische Preisstrategien	Verstehen
Preiswettbewerbsstrategie	Verstehen
Preisdifferenzierung	Verstehen
Kalkulation Grundlagen	Verstehen
Kalkulationsschema Industrie	Anwenden
Kalkulationsschema Handel	Anwenden

BETRIEBSWIRTSCHAFT (INKL. GRUNDLAGEN DES RECHNUNGSWESENS)

Einführung Betriebswirtschaft

Einordnung Betriebswirtschaft	Verstehen
Zweck von Unternehmen & Wirtschaftsgüter	Verstehen
Ziele von Unternehmen	Verstehen
Management	Verstehen
St. Galler Managementmodell	Verstehen
Arbeitsauftrag: Grundlagen meines Unternehmens	Anwenden

Klassifizierungssysteme für Unternehmen

Rechtsform	Verstehen
Sektor und Branche	Verstehen
Leistungsart	Verstehen
Grösse	Verstehen
Geographische Tätigkeit	Verstehen
Trägerschaft	Verstehen

Management von Unternehmen

Organisationale Wertschöpfung	Verstehen
Governance und drei Managementebenen	Verstehen
Normatives Management	Verstehen
Strategisches und operatives Management	Verstehen
Managementzirkel	Anwenden

Umwelt von Unternehmen

Modelle zur Kategorisierung	Verstehen
Soziales Umfeld	Verstehen
Technologisches Umfeld	Verstehen
Ökonomisches Umfeld	Verstehen
Politisches Umfeld	Verstehen
Anspruchsgruppen	Anwenden

Strategie

Vision, Mission, Leitwerte	Verstehen
Definition Strategie	Verstehen
Market Based View	Verstehen
Resource Based View	Verstehen
Positionierung	Anwenden
Wachstumsstrategien	Verstehen
Teilstrategien	Verstehen

Struktur

Aufbau der Struktur	Verstehen
Funktionale Struktur	Verstehen
Divisionale Struktur	Verstehen
Matrix-Struktur	Verstehen
Weitere Strukturmodelle	Kennen

Kultur

Gesellschaftskultur	Verstehen
Organisationskultur	Verstehen
Elemente der Organisationskultur	Anwenden
Kulturtypologie	Verstehen
Subkultur	Verstehen
Kulturveränderung	Anwenden

Prozesse

Prozesskategorien	Verstehen
Managementprozesse	Verstehen
Geschäftsprozesse	Verstehen
Unterstützungsprozesse	Verstehen
Prozesslandkarten	Anwenden

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Ethik und ethische Modelle	Verstehen
Unternehmensethik & Code of Conduct	Verstehen
Global Compact der UNO und weitere Standards	Verstehen
Corporate Social Responsibility	Verstehen
Compliance	Verstehen

Change Management

Organisationale Veränderung	Verstehen
Organisationales Lernen	Verstehen
Individuelle Veränderung: Faktoren	Verstehen
Individuelle Veränderung: Phasenmodelle	Verstehen
Change Management Instrumente	Anwenden

Führungsinstrumente & Kennzahlen

SWOT-Analyse	Anwenden
Nutzwertanalyse	Anwenden
Indirekte Führung	Verstehen
Direkte Führung: Ziele	Anwenden
Direkte Führung: Delegation	Anwenden
Direkte Führung: Verhalten	Anwenden
Arten von Kennzahlen	Verstehen
Grundlagen Reporting	Verstehen
Balanced Scorecard	Anwenden

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Definition und Begriffe Marketing	Verstehen
Shareholder- und Stakeholder-Value-Ansatz	Verstehen
Marktwahlentscheidung	Anwenden
Bedürfnisse und Bedarf	Verstehen
Marktkennzahlen	Verstehen
Unternehmenskommunikation	Verstehen
Marketing-Kommunikation	Anwenden
Instrumente der Kommunikation	Anwenden

VERTRIEB UND E-COMMERCE

Vertrieb: Theoretische Grundlagen

	Stufe
Definition Distribution	Verstehen
Eingliederung in den Marketing-Mix	Verstehen
Begriffe und Aufgaben der Distribution	Verstehen
Zieldefinitionen in der Distribution	Verstehen
Konkrete Ziele in der Distribution	Anwenden
Kostenfaktoren und Strategie in der Distribution	Verstehen
Bedeutung E-Commerce in der Distribution	Verstehen

Vertrieb: Zentrale Aspekte

Vertriebsweg, Vertriebsstufen und Vertriebskanäle	Verstehen
Distributionsdifferenzierung	Verstehen
Entscheid über direkte & indirekte Distribution	Anwenden
Exkurs Gütersystem, Marktsystem und Nutzwertanalyse	Verstehen
Entscheid wenn indirekt – Wahl des passenden Kanals	Anwenden
Entscheid ob Franchising, Agenten, Makler und Kommissionäre	Anwenden
Entscheid wenn direkt – Wahl zentraler oder dezentraler Vertrieb	Anwenden
Eintritt in den Handel	Verstehen
Die physische Distribution	Verstehen
Entscheide und Ziele der Absatzlogistik / Vertriebslogistik	Anwenden

Vertrieb: Lager und Verkauf

Entscheid Fremd- oder Eigentransport	Anwenden
Entscheid eigenes Lager oder fremdes Lager	Anwenden
Entscheid zentral oder dezentral	Anwenden
Lager & Lagerarten	Verstehen
Standortkriterien für den Standortentscheid	Verstehen
Standortmarketing, Standortförderung (Abgrenzung)	Verstehen
Point-of-Sale, Verkaufspunkte	Verstehen
Merchandising	Verstehen
Studium von Fachformaten	Kennen

E-Commerce

E-Commerce Einführung	Verstehen
Abgrenzung E-Business, E-Marketing oder E-Commerce	Verstehen
E-Commerce Geschäftsmodelle	Verstehen
E-Commerce in B2C und B2B	Verstehen
E-Commerce – Make, buy or leave?	Anwenden
Der Funktionsumfang entscheidet	Anwenden
Was benötigt Dein Kunde	Anwenden
Optimierungszyklen und Updatemanagement im E-Commerce	Anwenden
Deine Ziele, die Webshop Ziele und die Ziele Deines Kunden	Anwenden
Controlling im E-Commerce	Anwenden
Entscheidende Erfolgsfaktoren im E-Commerce	Verstehen
Das E-Commerce Konzept	Anwenden

GESPRÄCHSFÜHRUNG UND KOMMUNIKATION

Grundlagen der Kommunikation

Definition	Verstehen
Prozess	Verstehen
Sender und Empfänger	Verstehen
Kanäle der Wahrnehmung	Verstehen
Verbale, nonverbale und prosodische Kommunikation	Verstehen

Modelle

Paul Watzlawick & Schulz von Thun	Verstehen
5 Axiome und Eisbergmodell	Verstehen
Carl Rogers	Verstehen
Gerard Egan	Verstehen
Weitere Ansätze	Kennen

Verhaltenstechniken

Empathie	Verstehen
Aktives Zuhören	Anwenden
Körpersprache	Verstehen

Fragetechniken

W-Fragen	Anwenden
STAR und Behavioral Description Interview (BDI)	Verstehen
Situational Interview (SI)	Verstehen
Weitere Fragetechniken	Kennen

Gesprächsführung

Gesprächsprozess	Verstehen
Gesprächsvorbereitung	Anwenden
Situation: Kritikgespräch	Anwenden
Situation: Führungsgespräch	Anwenden
Situation: Kündigungsgespräch	Anwenden
Exkurs: Gewaltfreie Kommunikation	Verstehen

Feedback

Johari Fenster	Verstehen
Feedbackregeln	Anwenden
Ich-Botschaften	Anwenden

Schriftliche Kommunikation

Dos and Don’ts in der schriftlichen Kommunikation	Anwenden
Schriftliche Kommunikationskanäle	Verstehen

SELBSTMANAGEMENT

Einführung und Zeitmanagement

Begriff und Prozess	Verstehen
Persönliche Analyse	Anwenden
Zeitmanagement	Anwenden

Ressourcenmanagement

Arbeitsgestaltung	Verstehen
Ressourcen- und Stressmanagement	Anwenden
Typische Stressoren	Verstehen
Problemlösung	Anwenden


zert.one