

**Berufsprüfung für Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis  
Examen professionnel pour spécialistes de vente avec brevet fédéral  
Esame per specialisti in vendita con attestato professionale federale**

**Prüfung 2014**

**Verkaufsplanung**

PROFIMAT

**Prüfungszeit: 180 Minuten**

Aufgabe	Punkte
1	6
2	12
3	17
4	5
5	8
6	10
7a-b	21
8	12
9	9
<b>Total</b>	<b>100</b>

Im Interesse der Lesbarkeit wurde darauf verzichtet, bei Personenbezeichnungen jedes Mal auch die weibliche Form zu schreiben.

Diese Aufgaben umfassen 9 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie die Aufgaben vollständig erhalten haben.

**Bitte beachten:** Es dürfen keine Lösungsblätter zusammengeheftet werden.

Alle Angaben im Fallbeispiel sind verändert und entsprechen nicht der tatsächlichen Marktsituation.

## **Geschichte und Ausgangslage**

Die Firma PROFIMAT vertreibt Einrichtungen für Fahrzeuge von Handwerksbetrieben und Serviceorganisationen. PROFIMAT wurde 1993 von Peter Schmid gegründet.

Peter Schmid, langjähriger Key Account Manager eines führenden Einrichtungshauses für Autogaragen und Reparaturbetriebe, entschied sich zur Selbstständigkeit, als es ihm gelang die Generalvertretung Schweiz für ein relativ günstiges Produkt für Fahrzeugeinrichtungen zu übernehmen. Es handelt sich um System-Einrichtungen im Laderaum von leichten Nutzfahrzeugen, wie Schubladen für Werkzeuge und Kleinteile.



Diese Einrichtungen dienen der Sicherheit, damit bei einer Vollbremsung die Insassen eines Fahrzeuges nicht gefährdet werden. Zudem sorgen die Einbausysteme für Ordnung im Laderaum und erleichtern die Arbeit der Handwerks- oder Serviceleute.

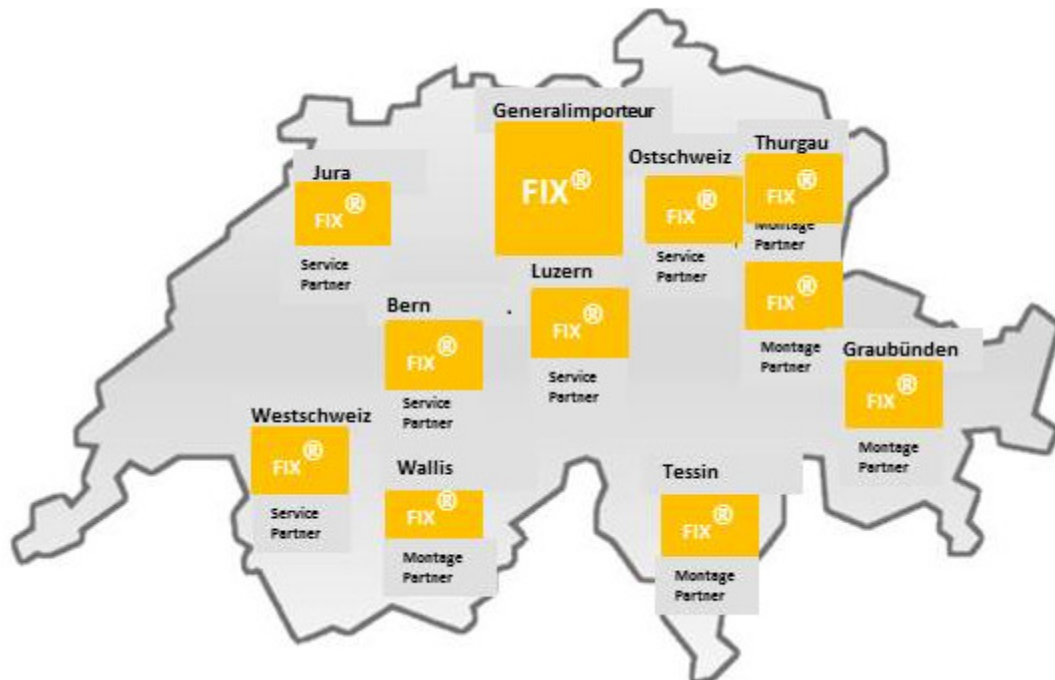
2008 ist es Herrn Schmid gelungen, das Angebot durch das qualitativ beste, aber auch hochpreisige Produkt des Lieferanten FIX®, zu erweitern.

Die Firma FIX®, seit Jahren im CH Markt vertreten, hatte einen eher schlechten Ruf. Gründe dafür waren in der Art der Marktbearbeitung zu suchen. Kaum ein Kunde war restlos zufrieden. Nach dem Motto „Jeder Kunde der unzufrieden ist, machen wir zufrieden.“, wurden Marktbearbeitung und Verkaufsaussendienst neu organisiert.

Als Erfolgsfaktoren erwiesen sich der Aufbau vom „Service- und Montagepartner-Netz“, sowie die Professionalisierung der Kundenpflege und des Verkaufsaussendienstes. Bei den Mitbewerbern erfolgt der Einbau in einer zentralen Werkstätte. Die Fahrzeuge der PROFIMAT Kunden können, dank dem Partner-Netz in der Region des Kunden, mit den Einrichtungen versehen werden. Dadurch spart man Zeit und Kilometer.

**PROFIMAT Servicepartner** sind nicht nur Einbauspezialisten, sondern auch aktive Verkäufer des PROFIMAT Sortimentes.

**PROFIMAT Montagepartner** erhalten Material und die Einbauaufträge direkt über den Aussendienst von PROFIMAT, welcher alle Termine bis zur Auslieferung des fertig eingerichteten Fahrzeuges koordiniert und überwacht.



Übersicht Service- und Montagepartner der Firma PROFIMAT

Die Aussendienstmitarbeiter verfügen neben einem Demofahrzeug über ein Computersystem, mit dem Konfiguration und Ausrüstung auf den Fahrzeugtyp zugeschnitten als Simulation vorgenommen werden kann. Zusammen mit dem Kunden wird die Einrichtung vor Ort am Bildschirm mit diesem System geplant.

Simultan wird der Preis berechnet. Der Kunde kann so aktiv mitbestimmen, wie weit alle seine Wünsche in dem von ihm vorgegebenen Budgetrahmen berücksichtigt werden können.

Nach Abschluss dieses Prozesses wird die Bestellung direkt an die Fabrikation im europäischen Ausland übermittelt, womit auch Liefertermine in kurzer Zeit abgestimmt werden können. Zusammen mit dem Lieferanten des Fahrzeuges und dem Montagepartner erfolgt die Terminplanung bis zur Auslieferung des ausgerüsteten Fahrzeuges an den Kunden.

PROFIMAT verfügt auch über eine Flotte von Ausstellungsfahrzeugen, welche dem Automobilhandel für lokale Ausstellungen zur Verfügung gestellt werden.

## **Idee zur Mittel- und langfristigen Ausrichtung des Unternehmens**

Rückblickend auf 10 erfolgreiche Jahre macht sich PROFIMAT Gedanken über die zukünftige Ausrichtung der Unternehmung.

### **Bereich Fahrzeugeinrichtungen**

Das Geschäft mit den Flottenbetreibern soll im Bereich „grösser als 6 Fahrzeuge“ weiter ausgebaut werden. Aus Kostengründen übertragen grössere Unternehmen vermehrt ihr gesamtes Fuhrparkmanagement an darauf spezialisierte Firmen. Die Verkaufsorganisation von PROFIMAT muss diesem Umstand vermehrt Rechnung tragen.

Der Entscheider über den Ersatz der Fahrzeugflotte ist nicht mehr allein im Unternehmen des Kunden zu finden. Flottenmanagement-Firmen (z.B. Spezialisten von Leasing-Gesellschaften) beeinflussen diesen Zeitpunkt ebenfalls. Der Umsatz von 1 Mio. Franken im Jahr 2014, soll mittelfristig (4-6 Jahre) um jährlich 5% wachsen.

### **Bereich Arbeitswelten (Betriebseinrichtungen und Arbeitsplatzsysteme)**

Eine interessante Option bietet sich durch den Lieferanten FIX®, der sein System in einigen Ländern ebenfalls als Betriebseinrichtungs- und Arbeitsplatzsystem in der Industrie verkauft. Besonders in Betrieben für Montage- und Konfektionierungsarbeiten mit Produktionslinien, deren Prozesse hohe Ansprüche an Effizienz, Ergonomie und Sicherheit stellen.

Im Fokus für die Schweiz sind Industrien der Sparten Chemie, Pharma, Labor, Uhren, Elektronik sowie Garagen gut vorstellbar.

Peter Schmid plant deshalb sein Sortiment um das Angebot „Arbeitswelten“ zu erweitern und dieses im Markt Schweiz einzuführen. Dabei will man realistisch bleiben. Er ist sich der starken Mitbewerber bewusst und plant deshalb ein pragmatisches Vorgehen.



**Mit FIX® Betriebseinrichtung versehener Industriebetrieb**

Das Angebot wird deshalb im Jahr 2015 erstmals an folgenden Fachmessen präsentiert:

- Ineltec (Technologiemesse für Gebäude und Infrastruktur) in Basel im September.
- Transport-CH (Schweizer Nutzfahrzeugsalon) in Bern im November.
- Im Januar 2016 folgt ein Messeauftritt an der Swissbau in Basel.

Im Kalenderjahr 2015 ist in der Sparte „Arbeitswelten“ ein Umsatz von CHF 0.5 Mio. geplant.

In den nachfolgenden vier Jahren soll sich der Umsatz jeweils **verdoppeln**.



**FIX® - System Einzelarbeitsplatz zur Konfektionierung**

## Auftrag

Herr Schmid bittet Sie, als Verkaufsfachmann um qualitativen Input.  
Lösen Sie für seinen Betrieb folgende Aufgaben:

### Aufgabe 1

6 Punkte

#### Kundenselektion bei Handwerkern und Fahrzeugflotten mit weniger als 6 Fahrzeugen

Für PROFIMAT zählen wir schweizweit 35'000 relevante Handwerkerbetriebe mit einer Fahrzeugflotte von weniger als 6 Fahrzeugen. Im Schnitt werden die Fahrzeuge alle 7 Jahre ersetzt. PROFIMAT möchte eine Kundenselektion nach „ABC“, in Anwendung der Regel 20/80 einführen (Pareto-Prinzip).

1. **Berechnen** Sie, gemäss „ABC Theorie“, die Anzahl von A, B und C-Kunden.
2. **Kommentieren** Sie Ihre Berechnung.

### Aufgabe 2

12 Punkte

#### Auftrag an externes Call-Center

Um zu wissen ob ein Ersatz der Fahrzeugflotte ansteht, beabsichtigt PROFIMAT den Auftrag an ein externes „Outbound“ Call-Center zu geben.

1. **Berechnen** Sie zuhanden der Ausschreibung an die Betreiber von Call-Centern, wie viele telefonische Kontakte im Jahr durchzuführen sind. Vorgabe: A-Kunden 2 x pro Jahr und die B-Kunden 1 x pro Jahr kontaktieren.
2. **Erstellen** Sie eine Gesamt-Kostenschätzung für das Jahr 2015 inklusive folgender Kostenarten:
  - Telefonkosten (5 Min. pro Anruf inkl. Protokoll/Systemerfassung)
  - Tägliche Statistiken / Reports (1 h pro Arbeitstag)
  - Datenübernahme (Aufwand 1 Arbeitstag)
  - Softwareeinrichtung (Aufwand 1 Arbeitstag)
  - Notwendige Anzahl der parallel beschäftigten Personen (Kosten: CHF 600 pro Person/Arbeitstag)

### **Aufgabe 3**

**17 Punkte**

#### **Vertrieb der Produktlinie „Arbeitswelten“**

Als Alternativen stehen Direktverkauf über die eigene Organisation oder aber ein Vertrieb über Wiederverkäufer zur Debatte.

1. **Benennen** Sie je 3 Vorteile und Nachteile dieser beiden Verkaufsformen.
2. **Nennen** Sie welche Verkaufsform Sie zur weiteren Ausarbeitung vorschlagen.
3. **Begründen** Sie ihre Wahl.

### **Aufgabe 4**

**5 Punkte**

#### **Umsatzplanung Produktlinie „Arbeitswelten“**

**Erstellen** Sie aufgrund der in der Fallstudie genannten Anhaltspunkte eine Umsatzplanung für die Produktlinie „Arbeitswelten“ für die Jahre 2016 bis 2019.

### **Aufgabe 5**

**8 Punkte**

#### **Verkaufszielsetzung für die Produktlinie „Arbeitswelten“**

Die Herausforderungen, welche aufgrund der Vorgabe „verdoppeln“ auf die PROFIMAT zukommen, erfordern klare und messbare Kriterien beim Ausarbeiten der Verkaufszielsetzung.

1. **Formulieren** Sie die Verkaufszielsetzung für das Jahr 2017.
2. **Nennen** Sie dabei die Kriterien welche dabei zu berücksichtigen sind.

### **Aufgabe 6**

**10 Punkte**

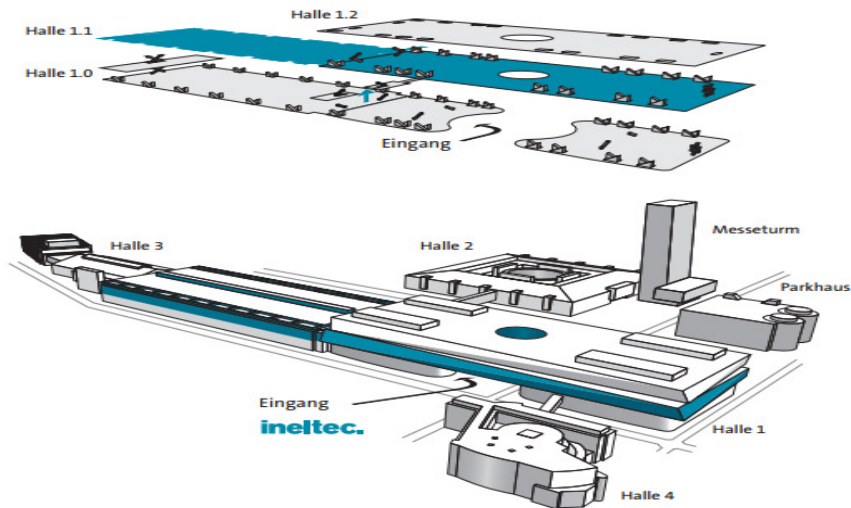
#### **Kontaktqualität**

Die Markteinführung Schweiz der Produktlinie „Arbeitswelten“ erfolgt über Messen. Nebst vorgängig erfolgter Presse-Information werden Kunden und Markt hierbei erstmals über das erweiterte Sortiment von PROFIMAT konkret informiert. PROFIMAT verfügt zu diesem Zeitpunkt noch nicht über einen separaten Kundendienst. Das Standpersonal rekrutiert sich aus Vertretern vom bestehenden Verkaufsteam der Sparte Fahrzeugeinrichtung, der Geschäftsleitung sowie einem Repräsentanten der Herstellerfirma FIX®.

1. **Beschreiben** Sie konkret das Ziel der Verkaufsgespräche (Erstkontakt) an der Messe.
2. **Entwickeln** Sie den Verkaufsstufenplan für eine Messe inklusive der Nachbearbeitung für den Zeitraum 6 Monate nach der Messe.

## Aufgabe 7 Messeplanung

Die Produktlinie „Arbeitswelten“ wird dem breiten Publikum im Jahr 2015, anlässlich der Messe Ineltec (8. bis 11. September in Basel) erstmals vorgestellt. Der von PROFIMAT geplante Budgetrahmen für diese 4 Tage wurde mit CHF 70'000 bis maximal CHF 80'000 veranschlagt. Bereits gebucht ist ein 40m<sup>2</sup> grosser Eckstand in der Halle 1.0. (Seitenlängen 5x8m).



Die Standmiete beträgt CHF 20'000 plus 20% Zuschlag für den Eckstand.

### Aufgabe 7a

9 Punkte

**Erstellen** Sie das Messe-Gesamtbudget (inkl. Vor- und Nachbearbeitung) und nennen Sie dabei die relevanten Kostenträger und den Budgetanteil den Sie jeder Kostenart **zuordnen**.

### Aufgabe 7b

12 Punkte

**Skizzieren** Sie die Standfläche und **identifizieren** (zeichnen und benennen) Sie darauf die für einen solchen Messestand übliche „Zoneneinteilung“.  
**Beschreiben** Sie die Inhalte (Zweck und Zielsetzung) von 2 Zonen.  
Ihre Skizze (konkreter Messestand-Layout) dient als Bestandteil um Offerten und Detailpläne bei verschiedenen Messebauunternehmen einholen zu können.



**Aufgabe 8**  
**Ausbildungs- und Personalplanung**

**12 Punkte**

Bei den „Arbeitswelten“ wird man Teil eines über einen längeren Zeitraum laufenden Projektes, damit die Ziele hinsichtlich Ergonomie und Ökonomie erreicht werden. Die Produktlinie „Arbeitswelten“ erfordert somit eine Abkehr von den in der Sparte Fahrzeugeinrichtungen gewohnten Verkaufsprozessen. PROFIMAT will die Verkaufsmannschaft mittelfristig mit einem „Verkäufer/Projektleiter Arbeitswelten“ verstärken.

**Entwickeln und formulieren** Sie ein strukturiertes Anforderungsprofil mit 12 Kriterien. Gliedern Sie die Kriterien nach „Muss“, „Soll“ und „Kann“.

**Aufgabe 9**  
**Entlöhnungs-System**

**9 Punkte**

Aufgrund der Dimension der Investitionsprojekte im Bereich „Arbeitswelten“, lässt sich das „klassische“ Modell von Fixum und variablem Lohnanteil nur bedingt anwenden.

**Beschreiben** Sie geeignete Leistungskomponenten, Anreize und Kriterien die Sie verwenden würden, um:

1. die **Motivation** der Mitarbeitenden hoch zu halten.
2. **in der Führung und Steuerung vom Verkauf transparente und messbare Kriterien** zu erhalten, welche einen fairen Massstab bilden, um sowohl grosse (Investition >0.5Mio) als auch kleinere Projekte (Investition <0.1Mio) ausgewogen zu gewichten.