

## Berufsbilder Marketing- und Verkaufsfachleute

### Investieren und profitieren

**Die Ausbildungen Marketing- und Verkaufsfachleute eignen sich optimal für alle, die eine praxisnahe Ausbildung mit einem eidgenössischen Fähigkeitsausweis im Bereich Marketing oder Verkauf anstreben. Neu erhalten Studierende vom Bund bis zu 50 % der Ausbildungskosten rückerstattet. Die kluge Investition in die persönliche Zukunft erhält damit auch einen finanziellen Anreiz.**

Berufe in Marketing und Verkauf haben gegenüber anderen Berufen einen nicht zu unterschätzenden Vorteil: Sie sind unabhängig von Branchen, Technologien und geografischen Regionen. Professionelle Ausbildungen und kontinuierliche Weiterbildungen befähigen Marketing- und Verkaufsfachleute, weltweit für nahezu jedes Unternehmen oder jede Organisation zu arbeiten. Dabei sind Profis, die sich in der Schweiz ausgebildet haben, wegen ihres starken Praxisbezugs auf dem Arbeitsmarkt besonders begehrt. Die Wirtschaft weiss, dass sie mit diplomierten Marketing- und Verkaufsfachleute (MFL und VFL) Profis erhält, die ihr Wissen nicht nur in Schulräumen, sondern auch im Arbeitsalltag erworben haben. Arbeitgeber haben überdies die Gewähr, dass die Ausbildung neuste Entwicklungen miteinschliesst. Stichworte dazu sind Globalisierung, Digitalisierung, Individualisierung, Beschleunigung, Vereinfachung und Vernetzung.

### Reform der Berufsbilder MFL und VFL

Der Berufsverband Swiss Marketing hat diese Entwicklungen schon vor Jahren erkannt und gemeinsam mit weiteren Trägerverbänden eine umfassende Reform der Berufsbilder Marketing- und Verkaufsfachleute (MFL und VFL) eingeleitet. Die Reform betrifft die beiden Berufsbilder als Ganzes sowie die entsprechenden Ausbildungen und die eidgenössischen Prüfungen. 2019 werden die ersten eidgenössischen Prüfungen für Marketing- und Verkaufsfachleute nach dem neuen Reglement durchgeführt.

Welches Wissen und welche Fähigkeiten braucht die Wirtschaft? Um die Berufsbilder auf die heutigen und die zu erwartenden Bedürfnisse auszurichten, wurden Unternehmen in einer gross angelegten Erhebung nach den aktuellen Job-Beschrieben sowie den künftigen Anforderungen an Marketing- und Verkaufsfachleute befragt. Die Ergebnisse aus den verschiedensten Branchen dienen als Kompass für die Gestaltung der künftigen Berufsbilder genutzt. Für die befragten Unternehmen ist über alle Betriebsgrössen und Branchen hinweg klar, dass sie Fachleute mit Praxis brauchen. Deshalb gilt ab 2019 eine mindestens zweijährige einschlägige Berufspraxis als zwingendes Kriterium für die Zulassung zur eidgenössischen Prüfung. Studierende, die den praxisnahen Weg wählen, erhalten eine Weiterbildung, die ihnen das theoretische Rüstzeug bietet, sie darüber hinaus aber auch befähigt, das Gelernte in ihrer täglichen Arbeit umzusetzen. So wurde bei der Erarbeitung der Prüfungswegleitung besonderes Augenmerk auf die operativen Kompetenzen gelegt.

Um den Schulungsinstituten die Möglichkeit zu geben, ihre Lehrgänge auf die veränderten Rahmenbedingungen auszurichten, wurden sie bereits früh über die Reform informiert. Die beiden Weiterbildungen Marketing- und Verkaufsfachleute sind auf der Liste des SBF1 (Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation) aufgeführt. Studierende können direkt von Bundesbeiträgen von bis zu 50 % an die Kurskosten profitieren.

## Das Berufsbild Marketingfachleute

Die Marketingfachleute arbeiten in allen Branchen, analysieren dabei stets das Marktgeschehen, konzipieren sowie planen Marketingaktivitäten und setzen diese selbst oder mit Hilfe von Spezialistinnen und Spezialisten um. Ihr Arbeitsgebiet erstreckt sich über alle wirtschaftlichen Güterarten und alle Marketinginstrumente. Sie unterstützen die Marketingleitung in ihren Aufgaben oder verantworten selbstständig einen Teilbereich des Marketings, beispielsweise im digitalen Marketing oder im Produktmanagement. Sie bilden eine zentrale Schnittstelle zwischen allen am Wertschöpfungsprozess beteiligten Anspruchsgruppen sowie den Kunden.

## Wichtigste berufliche Handlungskompetenzen

Marketingfachleute sind fähig:

- von den Marketingzielen abgeleitete Konzepte zu erstellen;
- sich in den Konzepten sinnvolle Ziele zu setzen, Strategien abzuleiten, die benötigten Massnahmen innerhalb des Budgets zu definieren sowie diese entsprechend zu kontrollieren;
- eine über alle Kommunikationsinstrumente integrierte, crossmediale Planung zu realisieren und dabei die einzelnen Instrumente gemäss Zielvorgaben richtig zu gewichten;
- die geplanten Massnahmen rechtlich korrekt umzusetzen und mit externen Spezialistinnen und Spezialisten zusammenzuarbeiten;
- den Bereich des digitalen Marketings konzeptionell und operativ abzudecken;
- digitale Kampagnen zu planen und die dafür benötigten Instrumente und Kanäle systematisch zu nutzen;
- ihre Aufgaben interdisziplinär zu bearbeiten;
- Informationen über das Marktgeschehen mit den verschiedenen Marktteilnehmern zu erheben, zu analysieren und daraus richtige Schlüsse zu ziehen;
- die Marktleistung inklusive Angebots- und Preisgestaltung zu planen und zu realisieren, die Qualität stets zu sichern und bei Bedarf anzupassen;
- die einzelnen Instrumente der Kommunikation zu planen, zu vernetzen sowie einzusetzen und zu kontrollieren;
- die operative Distribution zu gestalten, sinnvolle Partnerschaften einzugehen sowie die Distributionsprozesse laufend zu optimieren;
- Informationen und Wissen zu sammeln und mit geeigneten Arbeitstechniken, methodischen Kompetenzen, Projektmanagement-Know-how und dem richtigen innerbetrieblichen sowie ausserbetrieblichen Netzwerk ihre Arbeit zielführend und effizient zu gestalten.

## Das Berufsbild Verkaufsfachleute

Die Verkaufsfachleute arbeiten in allen Branchen und für alle wirtschaftlichen Güterarten und übernehmen dabei von der Planung bis zur Realisierung der Verkaufsaktivitäten alle Aufgaben im Bereich des Verkaufs. Sie gestalten und realisieren auf Basis definierter quantitativer sowie qualitativer Ziele den persönlichen Verkauf und übernehmen die Verantwortung für das Erreichen dieser Ziele in ihrem Verkaufsgebiet. Sie unterstützen die Verkaufsleitung in allen administrativen und koordinativen Aufgaben, pflegen und entwickeln selbst Kundenbeziehungen. Ihr Arbeitsgebiet erstreckt sich auf alle Verkaufsprozesse, von der Erhebung und Analyse der Kundenbedürfnisse über die Ausgestaltung der Marktleistungen und die Bearbeitung des Marktes bis hin zum Verkaufsabschluss und zu Massnahmen zur Kundenpflege, -bindung und -intensivierung.

## Wichtigste berufliche Handlungskompetenzen

Verkaufsfachleute sind fähig:

- von der Unternehmens- und Marketingstrategie abgeleitete Verkaufskonzepte zu erstellen;
- Verkaufsprozesse mit der Pflege und Nutzung des betrieblichen Customer-Relationship-Managements (CRM) administrativ sicherzustellen, Verkaufskontrollen durchzuführen und Berichte sowie Kundenofferten zu erstellen;
- Verkaufsinteraktionen umzusetzen, indem sie Kundengespräche und Verkaufsverhandlungen führen, die Kundenbetreuung sicherstellen, das Reklamationswesen betreuen und dabei das Unternehmen repräsentieren;
- bedürfnisorientierte Angebotsgrundlagen zu erstellen, eine operative Verkaufsplanung bis hin zu Tourenplänen und Entlohnungsgrundlagen auszuarbeiten sowie Verkaufsaktivitäten umzusetzen;
- Informationen über das Marktgeschehen mit den verschiedenen Marktteilnehmern zu erheben, zu analysieren und daraus richtige Schlüsse zu ziehen;
- die Marktleistung inklusive Angebots- und Preisgestaltung zu realisieren, die Qualität stets zu sichern und bei Bedarf anzupassen;
- die einzelnen Instrumente der Kommunikation zu planen, zu vernetzen, anzuwenden sowie zu kontrollieren;
- die strategische und operative Distribution zu gestalten, sinnvolle Partnerschaften einzugehen sowie die Distributionsprozesse laufend zu optimieren;
- Informationen und Wissen zu sammeln und mit geeigneten Arbeitstechniken, methodischen Kompetenzen, Projektmanagement-Know-how und dem richtigen innerbetrieblichen sowie ausserbetrieblichen Netzwerk ihre Arbeit zielführend und effizient zu gestalten.