

Swiss Marketing · Langwiesstrasse 30 · CH-8050 Zürich

## **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.