

# EBC\*L Lernzielkatalog Businessplan / Marketing / Verkauf

Tabellen für die EBC\*L (European Business Competence License) Stufe B Prüfungsvorbereitung nach den Easy Business-Büchern (Auflage 2009-10). Das Format orientiert sich an der Vorbereitung zur Stufe A.

| Lernziel   |  |
|--|--|
| Die Ziele eines Businessplans sowie Anlässe und Bereiche, für die Businesspläne erstellt werden, nennen und erläutern können.  |  |
| Mögliche Adressaten eines Businessplans und deren Ziele und Interessen erläutern können.   |  |
| Fragen und Themen, sowie den grundlegenden Aufbau und die Struktur eines Businessplans erläutern können.   |  |
| Kriterien, die zur Beurteilung von Businessplänen durch Entscheidungsträger herangezogen werden, sowie entsprechende Regeln und Fehler bei der Erstellung von Businessplänen erläutern können. |  |

## Lernziel

Den Begriff "Kritische Erfolgsfaktoren" erläutern können.

Möglichkeiten zur attraktiven und übersichtlichen Gestaltung eines Businessplans erläutern können.

Probleme und Grenzen der unternehmerischen Planung erläutern können.

Ziele und Aufbau der Stärken/Schwächen-Analyse erläutern können.

Ziele und Aufbau der Chancen/Risiko-Analyse erläutern können.

## Lernziel

Ziele der SWOT-Analyse erläutern können.

Ziele und Aufbau der Szenario-Analyse erläutern können.

Ziele und Aufbau der Portfolio-Analyse erläutern können.

Ziele und Aufbau der Lebenszyklus-Analyse erläutern können.

Ziele und Aufbau der ABC-Analyse erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Kreativitätstechnik" erläutern können.

Den Begriff "Brainstorming" erläutern können.

Ziele und Aufbau eines Projektplans erläutern können.

Den Begriff "Zielplanung" erläutern können.

Den Begriff "Ressourcenplanung" erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Projektteam" erläutern können.

Den Begriff "Umsetzungs- und Maßnahmenplanung" erläutern können.

Den Begriff "Meilensteine" erläutern können.

Die Begriffe "Aktivitätenplan" und "Zeitplanung" erläutern können.

Möglichkeiten, einen Projektplan darzustellen, erläutern können.

## Lernziel

Fehler bei der Erstellung eines Projektplans erläutern können.

Die Geschäftsidee und die strategischen Geschäftsfelder eines Unternehmens erläutern können.

Den Begriff "USP" (Unique Selling Proposition) erläutern können.

Den Begriff "Corporate Vision" erläutern können.

Den Begriff "Corporate Identity" erläutern können.

## Lernziel

Strategische Ziele eines Unternehmens nennen und erläutern können.

Finanzielle Ziele eines Unternehmens nennen und erläutern können.

Kriterien, die bei der Zielformulierung beachtet werden sollen, erläutern können.

Den Begriff "Shareholder Value" erläutern können.

Den Begriff "Stakeholder Value" erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Corporate Social Responsibility" (CSR) erläutern können.

Die Rechtsform eines Unternehmens und daraus resultierende Vertretungs- und Entscheidungsbefugnisse zuordnen können.

Faktoren zur Beschreibung eines Unternehmerteams bzw. Projektteams nennen und erläutern können.

Faktoren zur Standortanalyse nennen und erläutern können.

Entwicklungen und Trends, denen eine Branche unterliegen kann, nennen und erläutern können.

## Lernziel

Faktoren zur Branchenanalyse nennen und erläutern können.

Die Begriffe "Marktpotenzial", "Marktvolumen", "Marktdurchdringung", "Marktanteile" erläutern können.

Den Begriff "Marktnische" erläutern können.

Den Begriff "Markteintrittsbarriere" erläutern können.

Den Begriff "Substitutionsprodukt" erläutern können.

## Lernziel

Die Begriffe "Monopol", "Oligopol", "Polypol" erläutern können.

Faktoren zur Wettbewerbsanalyse nennen und erläutern können.

Die Ziele, Methoden und Grenzen des Benchmarkings erläutern können.

Den Begriff "Marketing" und die Ziele des Marketings erläutern können.

Die Instrumente des Marketings nennen und erläutern können (Überblick).

## Lernziel

Die Begriffe "externes Marketing" und "internes Marketing" erläutern können.

Den Begriff "Selbstmarketing" erläutern können.

Den Begriff "Marketing-Mix" erläutern können.

Den Aufbau eines Marketingplans erläutern können.

Kaufmotive von Kunden nennen und erläutern können.

## Lernziel

Die Maslow'sche Bedürfnispyramide erläutern können.

Die Begriffe "Bedürfnis" und "Bedarf" erläutern können.

Die Phasen der Kaufentscheidung erläutern können.

Den Begriff "Kognitive Dissonanz" erläutern können.

Den Begriff "Kundensegmentierung" erläutern können.

## Lernziel

Möglichkeiten der Kundenqualifikation (Kudentypen) erläutern können.

Den Begriff "Customer Relationship Management" (CRM) erläutern können.

Den Begriff "Gläserner Konsument" erläutern können.

Den Begriff "Datamining" erläutern können.

Kundenbindungsinstrumente nennen und erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Beschwerdemanagement" erläutern können.

Den Begriff "Cross Selling" erläutern können.

Den Begriff "Vollkundenprinzip" erläutern können.

Ziele und Bereiche der Marktforschung erläutern können.

Die Qualitätskriterien Validität, Reliabilität und Objektivität erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Stichprobe" erläutern können.

Die Phasen (Ablauf) der Marktforschung erläutern können.

Die Begriffe "primäre Marktforschung" und "sekundäre Marktforschung" erläutern können.

Die Methoden der primären Marktforschung Befragung, Beobachtung und Test erläutern können.

Fehlerquellen der Marktforschung erläutern können.

## Lernziel

Faktoren zur Wettbewerbsanalyse erläutern können (s. Seite 12).

Den Begriff "Produktpolitik" und mögliche produktpolitische Strategien erläutern können.

Den Begriff "Produktlebenszyklus" erläutern können.

Die Begriffe "Sortimentspolitik", "Sortimentsbreite", "Sortimentstiefe" erläutern können.

Die Begriffe "Produktinnovation", "Produktvariation", "Produktdifferenzierung", "Produktelimination" erläutern können.

## Lernziel

Eine Produkt-Portfolio-Analyse erläutern können (s. Seite 4).

Rahmenbedingungen der Preispolitik erläutern können.

Den Begriff "Preis-Absatz-Funktion" erläutern können.

Den Begriff "Signalfunktion des Preises" erläutern können.

Den Begriff "Preiselastizität der Nachfrage" erläutern sowie diese berechnen können.

## Lernziel

Preispolitische Strategien nennen und erläutern können.

Die Begriffe "Abschöpfungsstrategie" und "Penetrationsstrategie" erläutern können.

Den Begriff "Preisdifferenzierung" erläutern können.

Den Begriff "Konditionenpolitik" und deren Instrumente erläutern können.

Den Begriff "Rabatt" und verschiedene Rabattarten erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Skonto" erläutern können.

Den Begriff "Zahlungsverzugszinsen" erläutern können.

Die Lieferbedingungen "frei Haus" und "ab Werk" erläutern können.

Den Begriff "Vertriebspolitik" bzw. "Distributionspolitik" erläutern können.

Den Begriff "Direktvertrieb", dessen Instrumente sowie Vor- und Nachteile erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Indirektvertrieb", dessen Instrumente sowie Vor- und Nachteile erläutern können.

Den Begriff "Franchising" erläutern können.

Den Begriff "Kommunikationspolitik" erläutern können.

Den Begriff "Corporate Image" und dessen Bedeutung erläutern können.

Die Begriffe "Marke", "Logo", "Slogan" und deren Bedeutung erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Corporate Design" erläutern können.

Den Begriff "Werbung" und deren Instrumente erläutern können.

Die Schritte zur Planung einer Werbekampagne nennen und erläutern können.

Werbeziele nennen und erläutern können.

Die Begriffe "Werbebudget" und "Kostenfaktoren" der Werbung erläutern können.

## Lernziel

Die Begriffe "Werbemittel" und "Werbeträger" erläutern können.

Den Begriff "Tausender-Kontakt-Preis" erläutern können.

Den Begriff "Streuverlust" erläutern können.

Den Begriff "Werbeerfolgskontrolle" erläutern können.

Die Begriffe "Werbewirkung" und "Werbeerinnerung" erläutern können.

## Lernziel

Werbepsychologische Grundlagen nennen und erläutern können.

Strategien bei der Gestaltung von Werbung nennen und erläutern können.

Kritikpunkte an der Werbung nennen und erläutern können.

Den Begriff "Direct Mailing" erläutern können.

Die wichtigsten Regeln und häufige Fehler bei der Gestaltung eines Mailingbriefs nennen und erläutern können.

## Lernziel

Die AIDA-Formel erläutern können.

Den Begriff "Telefonmarketing" erläutern können.

Den Begriff "Call Center" erläutern können.

Den Begriff "Verkaufsförderung" bzw. "Sales Promotion" erläutern können.

Den Begriff "Event-Marketing" erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Öffentlichkeitsarbeit" bzw. "Public Relations" (PR) erläutern können.

Den Begriff "Sponsoring" erläutern können.

Den Begriff "Internetwerbung" erläutern können.

Den Begriff "Merchandising" erläutern können.

Den Verkauf als alltäglichen und jeden Einzelnen betreffenden Prozess im Geschäftsleben erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Verkaufsethik" (seriöser, partnerschaftlicher Verkauf) erläutern können.

Den Begriff "Win-Win-Situation" erläutern können.

Voraussetzungen und erforderliche Kompetenzen für den Verkauf nennen und erläutern können.

Die Phasen eines Verkaufsgesprächs nennen und erläutern können.

Wichtige Aspekte bei der Vorbereitung eines Verkaufsgesprächs nennen und erläutern können.

## Lernziel

Wichtige Aspekte beim Gesprächseinstieg erläutern können.

Die Begriffe "Beziehungsebene" und "Sachebene" erläutern können.

Wichtige Aspekte der Bedarfserhebung nennen und erläutern können.

Den Unterschied zwischen Bedürfnis und Bedarf erläutern können.

Wichtige Aspekte der Fragetechnik nennen und erläutern können.

## Lernziel

Die Begriffe "offene Fragen" und "geschlossene Fragen" erläutern können.

Den Begriff "Suggestivfrage" erläutern können.

Den Begriff "Aktives Zuhören" erläutern können.

Wichtige Aspekte der Verkaufsargumentation erläutern können.

Den Unterschied zwischen Merkmalen/Eigenschaften und Nutzen eines Produkts/einer Leistung erläutern können.

## Lernziel

Den Begriff "Visualisierung" erläutern können.

Den Unterschied zwischen Einwand und Vorwand sowie mögliche Reaktionen darauf erläutern können.

Wichtige Aspekte bei der Preisargumentation erläutern können.

Wichtige Aspekte für den erfolgreichen Abschluss eines Verkaufsgesprächs nennen und erläutern können.

Kaufsignale nennen und erläutern können.

## Lernziel

Besonderheiten beim Verkauf an Firmenkunden erläutern können.

Den Begriff "Key Account Management" erläutern können.