

LF2-LS05 Kundenorientiert argumentieren

Verlaufsplan							
Unter- richts- phase	Phase der vollständigen Hand- lung	Handeln		Sozial-/Akti- onsform	Binnendifferen- zierung	Material, Me- dien	Hinweise
		Schülerinnen und Schüler (SuS)	Lehrkraft (LK)				
Einstieg	Umsatzein- bruch	nehmen Stellung zur Grafik	Zeigt Umsatzentwick- lung	Impulssetzend Plenum		Lernsituation	
Erarbei- tung	Informieren <i>Was soll getan werden, was ist das Ziel?</i>	erfassen und analysie- ren die Situation und die Aufträge, verschaffen sich einen Überblick über den Datenkranz	berät/unterstützt bei Be- darf	Plenum		Lernsituation	
	Planen <i>Wie ist vorzu- gehen, um das Ziel zu errei- chen?</i>	planen, ob sie eine Hil- festellung brauchen, um Merkmale zu finden und Argumente zu formulie- ren	informiert über Bearbei- tung der Aufträge berät/unterstützt bei Be- darf	Plenum/Ein- zellarbeit/Part- nerarbeit		Lernsituation	
	Entscheiden <i>Welcher Ar- beits-/Lö- sungsweg wird gewählt? Wel- che Materia- lien etc. wer- den verwen- det?</i>	entscheiden sich für eine Vorgehensweise (mit oder ohne Hilfestel- lung)	berät/unterstützt bei Be- darf	Partnerarbeit		Lernsituation	
	Ausführen	leiten Vorteile ab, formu- lieren Kundennutzen und Verkaufsargumente		Partnerarbeit Einzelarbeit		Lernsituation	

Verlaufsplan							
Unter- richts- phase	Phase der vollständi- gen Hand- lung	Handeln		Sozial-/Akti- onsform	Binnendifferen- zierung	Material, Me- dien	Hinweise
		Schülerinnen und Schüler (SuS)	Lehrkraft (LK)				
Auswer- tung, ggf. Vertiefung	Kontrollieren <i>Wurden die Aufträge voll- ständig, sach- u. fachgerecht ausgeführt?</i>	präsentieren Verkaufs- argumente, vergleichen und diskutieren hinsicht- lich Vollständigkeit und korrigieren ggf. arbeiten die Fehler des Verkäufers aus dem Vi- deo heraus	moderiert und hinterfragt	Plenum Plenum			Video
Reflexion und Ver- tiefung	Bewerten <i>Was kann zu- künftig besser gemacht wer- den?</i>	bewerten in Einzelarbeit ihren Arbeitsprozess und ihre Handlungser- gebnisse wenden das Gelernte in den Übungen an	initiiert Bewertung/Refle- xion	Partnerarbeit, Plenum Einzelarbeit		Matrix H5P-Übung und Papierübung	

LF2-LS05 Kundenorientiert argumentieren

Lösungshinweise:

Individuelle Lösung möglich:

Auftrag 1-3



Auftrag 4

Schülerindividuelle Formulierung, z. B.:

„Die Softshelljacke ForKids ist aus einem wasserdichten Material gefertigt und schützt somit Ihr Kind bei Regen vor Nässe. Damit können Sie sicher sein, dass Ihr Kind sich auch im Regen pudelwohl fühlt und sich nicht so schnell erkältet.“

„Diese Jacke hat Klettverschlüsse an den Ärmeln, somit können Sie die Ärmellängen individuell anpassen. Egal wie lang die Arme Ihres Kindes sind, diese Jacke ist für alle Armlängen geeignet.“

„Die Softshelljacke hat Reflektoren an der Rückseite, um sich auch bei Dunkelheit sicher im Straßenverkehr zu bewegen. Wenn Ihr Kind in den Wintermonaten in der Dunkelheit zur Schule läuft, wird es von den Autofahrern nicht übersehen.“

Papierübungen zur Verkaufsargumentation

Sie sind zurzeit in der Qualitätsentwicklung der Waha GmbH eingesetzt und werden beauftragt, einzelne Verkaufsgespräche zu analysieren. In einer Schulung sollen Sie den neuen Auszubildenden aufzeigen, wie eine professionelle Beratung aussieht.

Schauen Sie sich die folgenden Auszüge aus den Verkaufsgesprächen an.

Verkaufsgespräch 1: Das Parfüm

Ein Mann im Anzug mittleren Alters steht in der Parfümerie vor dem Regal mit den Herrendüften. Die Auszubildende Esma spricht ihn an und ermittelt seinen Bedarf. Der Kunde möchte ein neues und besonderes Parfüm, welches nicht jeder hat.

1 Esma:	„Hier haben wir den neuen Duft ‚Fresh‘, ein sehr sportlicher und frischer Duft. Möchten Sie ihn mal ausprobieren?“
2 Kunde:	„Ja selbstverständlich!“ (Esma sprüht den Duft auf einen Teststreifen und reicht ihn dem Kunden) „Der riecht schon mal ganz gut.“
3 Esma:	„Es ist ein sehr sportlicher, frischer Duft, der zu unterschiedlichen Anlässen passt. Sie können ihn dadurch sowohl vor der Arbeit auftragen als auch abends, wenn sie ausgehen.“
4 Kunde:	„Das hört sich gut an. Haben Sie denn noch andere Düfte zum Vergleich da?“
5 Esma:	„Selbstverständlich. Der Duft ‚Lion‘ wird Ihnen sicherlich gefallen, er ist äußerst exklusiv.“ (Esma sprüht den Duft von „Lion“ auf einen Teststreifen)

Beurteilen Sie die Verkaufsargumentation in Abschnitt 3 und 5 und formulieren Sie gegebenenfalls einen Verbesserungsvorschlag.

Beurteilung	Verbesserungsvorschlag
Abschnitt 3: Argumentation ist gut, da Esma eine Merkmal-Vorteil-Nutzen-Kette formuliert. Abschnitt 5: Argumentation ist nicht gelungen, da Esma nur Merkmale nennt.	„Den Duft ‚Lion‘ gibt es exklusiv nur bei uns, dadurch erhält er seine Besonderheit und Sie werden mit Sicherheit in Ihrem Freundeskreis positiv auffallen.“

Verkaufsgespräch 2: Kaffeemaschine

Eine ältere Dame steht vor dem Regal mit den Kaffeemaschinen. Der Auszubildende Alex spricht die Kundin an und ermittelt ihren Bedarf. Die Kundin möchte eine neue, günstige Kaffeemaschine ohne viel Schnickschnack, weil ihre alte kaputt gegangen ist.

Alex:	„Ich empfehle Ihnen den hochwertigen Selaco Vollautomaten, mit dem Sie ganz einfach auch leckeren Milchschaum zubereiten können.“
Kundin:	„Ich brauche eigentlich nur eine ganz normale Kaffeemaschine und ich trinke meinen Kaffee immer schwarz!“
Alex:	„Dann kann ich Ihnen diese einfache Kaffeemaschine von Lapressa empfehlen. Sie hat einen 1,5-Liter-Wassertank, eine doppelwandige Thermoskanne und eine 1000-Watt-Pumpe.“ (Alex zeigt der Kundin ein Markenprodukt und die einfache Bedienung, das Befüllen des Wassertanks etc.)
Kundin:	„Na ja, aussehen tut sie ja nicht schlecht. Aber gibt's die auch kleiner? Ich habe nicht so viel Platz in meiner Küche.“
Alex:	„Ja, selbstverständlich. Da haben wir das Modell Piccolina von Lapressa. Die Kaffeemaschine ist sehr leicht zu bedienen, hat einen kleineren Wassertank mit 0,7 Liter Fassungsvermögen und eine automatische Abschaltfunktion.“

Produktinformationen:

Thermoskanne – Kaffee bleibt länger frisch und heiß

1000-Watt-Pumpe – schnelle und effektive Zubereitung

1,5-Liter-Wassertank – Zubereitung von 10-15 Tassen Kaffee

Automatische Abschaltfunktion – Energie sparen, Sicherheit

Beurteilen Sie die Verkaufsargumentation und formulieren Sie gegebenenfalls einen Verbesserungsvorschlag.

Beurteilung	Verbesserungsvorschlag
Alex nennt in beiden Abschnitten nur Vorteile und keine vollständige Merkmal-Vorteil-Nutzen-Kette.	„Das Modell Piccolina hat eine automatische Abschaltfunktion für eine optimale Energieeinsparung, somit sparen Sie Strom, schonen die Umwelt und es gibt Ihnen ein Sicherheitsgefühl, falls Sie mal vergessen, die Kaffeemaschine auszuschalten.“

--	--

Verkaufsgespräch 3: E-Bike

Eine sportliche Frau mittleren Alters schaut sich bei den E-Bikes um. Der Auszubildende Emre spricht die Kundin an und ermittelt ihren Bedarf. Die Kundin möchte ein neues Fahrrad, mit dem sie lange Strecken fahren kann und auch problemlos Berge hinaufkommt.

Emre:	„Schauen Sie mal, hier haben wir das neue ‚Cityrad 2022‘ mit 26-Zoll-Rädern und einem entnehmbaren Akku.“
Kundin:	„Ist das auch das Richtige für mich, das sieht so klein aus?“
Emre:	„Ja, klar! Das Cityrad ist ein einfaches E-Bike, welches für lange Fahrten geeignet ist. Wie oft fahren Sie denn?“
Kundin:	„Ich fahre täglich mit dem Fahrrad zur Arbeit.“
Emre:	„Da kann ich Ihnen das ‚City Pro 2022‘ mit 28-Zoll-Rädern zeigen. Kommen Sie bitte mit. (Läuft mit der Kundin zu einem Regal, auf dem das City Pro 2022 eingehängt ist). Schauen Sie, dieses Modell hat einen Aluminium-Rahmen, einen stabilen Gepäckträger und einen Lithium-Ionen-Akku.“
Kundin:	„Ich weiß nicht so genau.“

Produktinformationen:

Aluminium-Rahmen – rostet nicht, geringes Gewicht

Lithium-Ionen-Akku – hervorragende Leistung, lange Lebensdauer, leicht

Beurteilen Sie die Verkaufsargumentation und formulieren Sie gegebenenfalls einen Verbesserungsvorschlag.

Beurteilung	Verbesserungsvorschlag
Es werden nur Merkmale aufgezählt, Vorteile und Nutzen fehlen. Außerdem werden Fachbegriffe genannt mit der die Kundin eventuell nichts anfangen kann.	„Hier haben wir das City Pro 2022, welches einen Aluminium-Rahmen hat. Dieses Material besticht durch seine Leichtigkeit. Somit können Sie mit Leichtigkeit jeden Berg erklimmen.“