

Schullehrplan DHF

Fachbereich: Detailhandelskenntnisse

Semester 5 Beratung

Leistungsziel	Fachkompetenzen (Stoffplan)	Methodenkompetenzen	Sozial- und Selbstkompetenzen	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Verknüpfungen / Schnittstellen Produkte	Lektionen
5.12.1 Die Lernenden können die Wirkung der verbalen und nonverbalen Kommunikation erklären. K2	Die Lernenden können die verbale und nonverbale Sprache als Arbeitsinstrument ihres Betriebsalltages einordnen. Sie beschreiben verschiedene Formen von Kommunikationsstörungen und können die Kommunikation mit Kunden und im Team gezielt fördern.	Die Lernenden erkennen anhand Verhaltensmustern der nonverbalen Kommunikation (Augen, Mimik, Gestik, Körperhaltung, Gang) den augenblicklichen Zustand der Kundschaft.	Die Lernenden unterscheiden in verschiedenen Kommunikationssequenzen (Rollenspiel, Mediendiskussion, Kundengespräch) Hören, Hinhören und Zuhören. Sie können die unterschiedlichen Auswirkungen dank der Wahrnehmungskanäle in ihrem eigenen Verhalten erkennen und sich darauf einstellen.	U Rollenspiel U Videoaufnahmen und deren Analyse.	6 Lektionen
5.14.1 Die Lernenden können die verschiedenen Frageformen situationsgerecht anwenden. K3	Die Lernenden begründen den unterschiedlichen Einsatz der verschiedenen Frageformen. Sie setzen Frageformen situationsgerecht ein.	Die Lernenden setzen die verschiedenen Frageformen im Verkaufsgespräch bewusst und zielgerecht ein. (Wie die Fragen so die Antworten).	Die Lernenden wenden die Frageformen und Fragetechniken nach den Regeln für Diskussionen als Leiter bzw. Teilnehmende an.	P Produzieren einer Power Point Präsentation oder Plakate über eine Gruppenarbeit. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 8. Diskussion.	4 Lektionen
5.14.2 Die Lernenden können ihre Fragetechnik beurteilen. K4	Die Lernenden analysieren die eigene Fragetechnik und erkennen Verbesserungsmöglichkeiten in der Fragetechnik.		Siehe 5.14.1. Beurteilung der Sozialkompetenzen.	L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 8. Diskussion.	6 Lektionen
5.11.1 Die Lernenden verstehen die Wirkung einer Warenvorlage auf den Betriebserfolg. K2	Die Lernenden vergleichen die Wirkungen verschiedener Vorlagetechniken auf den Kunden. Sie begründen die Notwendigkeit professioneller Warenvorlage als Voraussetzung für den Betriebserfolg.			P Eigene, mitgebrachte Waren präsentieren.	4 Lektionen

Leistungsziel	Fachkompetenzen (Stoffplan)	Methodenkompetenzen	Sozial- und Selbstkompetenzen	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Verknüpfungen / Schnittstellen Produkte	Lektionen
5.11.2 Die Lernenden können verschiedene Argumentationstechniken situationsgerecht einsetzen. K3	Die Lernenden übertragen verschiedene Argumentationstechniken auf konkrete Beratungssituationen. Sie erkennen die Zielsetzungen.	Die Lernenden wenden die Argumentationstechnik bewusst und auf den Kaufwunsch und das Kaufmotiv gezielt an.	Die Lernenden setzen einzelne Regeln der offenen Kommunikation als Unterstützung der Argumentationstechnik um.	P Die Lernenden entwickeln einen strukturierten Argumentationskatalog für verschiedene Verkaufssituationen. U Rollenspiele U Gruppenarbeit mit anschliessender Analyse.	6 Lektionen
5.14.3 Die Lernenden können Zusatz- und Anschlussverkäufe im Verkaufsgespräch einbauen. K3	Die Lernenden formulieren Kriterien für den geschickten Einsatz von Anschluss- und Zusatzverkäufen.	Die Lernenden erwähnen und/oder zeigen mögliche Zusatz- und Anschlussverkäufe im Hinblick auf den Nutzen für die Kunden.	siehe 5.11.2 Die Lernenden sind in der Lage Zusatzverkäufe kundengerecht einzusetzen.	P Die Lernenden entwickeln einen strukturierten Katalog möglicher Zusatz- und Anschlussverkäufe verschiedener Sortimentsbereiche P Liste notwendiger und ergänzender Zusatzverkäufe erstellen lassen (branchenbezogen).	4 Lektionen
5.13.1 Die Lernenden können den Einfluss ihrer Persönlichkeit auf den Erfolg des Verkaufsgesprächs beurteilen. K4	Die Lernenden analysieren ihr Verhalten in Verkaufsgesprächen und können daraus ihre eigene Verkaufspersönlichkeit skizzieren. Sie erkennen die Anforderungen an die Beratungsperson im Umgang mit Personen mit besonderen Bedürfnissen (Behinderte, Kinder, alte Menschen usw.).		Die Lernenden legen Einsatzmöglichkeiten des positiven Denkens im Verkaufsgespräch dar. Sie setzen diese Technik bewusst in Beratungsübungen ein.	P Rollenspiele und Analyse.	8 Lektionen

38 Lektionen

Semester 6 **Beratung**

Leistungsziel	Fachkompetenzen (Stoffplan)	Methodenkompetenzen	Sozial- und Selbstkompetenzen	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Verknüpfungen / Schnittstellen Produkte	Lektionen
5.11.3 Die Lernenden verstehen es mit unterschiedlichen Kaufsituationen erfolgsorientiert umzugehen. K3	Die Lernenden entwickeln Strategien für den Abschluss eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs und im Umgang mit Reklamationen.		Die Lernenden realisieren das Konfliktpotenzial in einem Verkaufsgespräch. Sie bestimmen Konflikte im Verkaufsgespräch nach der Ursachenanalyse.	U Rollenspiele P Fallbeispiele mit Analyse.	8 Lektionen
5.15 Die Lernenden verstehen es mit verschiedenen Arbeitssituationen richtig umzugehen. K3	Die Lernenden verstehen es mit Arbeitssituationen wie Konflikte im Team, Mobbing und Stress umzugehen.		Die Lernenden bestimmen persönliche Stressfaktoren und entwickeln persönliche Strategien zur Stressbewältigung.	P Fallbeispiele analysieren. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 10. Stress. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 7. Feedback.	6 Lektionen
5.14.4 Die Lernenden kennen ihre Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg und können diese beurteilen. K4	Die Lernenden legen ihre persönlichen Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg dar. Sie erkennen die Auswirkungen von kostenbewusstem Verhalten. Sie analysieren die unterschiedlichen persönlichen Verhaltensweisen im Betrieb und können diese nutzbringend anpassen.	Die Lernenden analysieren den Betriebserfolg anhand einzelner Verkaufssequenzen, wie Begrüssung, Kaufmotivierung usw. anhand pers. Erfahrungen.	Die Lernenden beobachten sich gegenseitig am Arbeitsplatz und geben sich Feedback in dem sie sich an die Feedbackregeln halten.	P Die Lernenden erstellen eine systematisches Protokoll (Baumstruktur, Netzwerkmodell oder Mischformen) einer Eigen- und einer Fremdbeobachtung im Betrieb (siehe Sozialkompetenz).	5 Lektionen
5.16.1 Die Lernenden verstehen den Nutzen des Marketings im Detailhandel. K2	Die Lernenden unterscheiden die verschiedenen Ziele des Marketings (Umsatz, Kundenzufriedenheit, Marktanteil, Kundenfrequenz). Sie zeigen die systematische Vorgehensweise des Marketings auf.			U Mind Map Technik	5 Lektionen
5.16.2 Die Lernenden können die Marketing-Instrumente ihres Lehrbetriebes erklären. K2	Die Lernenden beschreiben den Einsatz der Marketing-Instrumente im Lehrbetrieb und begründen deren Einsatz.			U Vortrag U Betriebsbesichtigung	5 Lektionen

Leistungsziel	Fachkompetenzen (Stoffplan)	Methodenkompetenzen	Sozial- und Selbstkompetenzen	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Verknüpfungen / Schnittstellen Produkte	Lektionen
5.16.3 Die Lernenden können aktuelle Erkenntnisse der Marktforschung auf ihre Betriebe übertragen. K3	Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	Die Lernenden können eine Primärerhebung selbständig vornehmen oder eine Sekundärerhebung analysieren und auf den Betrieb adaptieren.	Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	U Die Lernenden erstellen mit der Fragebogentechnik einen Fragebogen, den sie in einer praktischen Kundenbefragung einsetzen.	5 Lektionen

34 Lektionen