

Der neue üK 2

Planen, Beraten und Verkaufen

Wie jedes Jahr fanden an den Berufsfachschulen in Bern und Zürich die überbetrieblichen Kurse für die Gestalterinnen und Gestalter Werbetechnik im 2. Lehrjahr statt.

■ R. METTAUER UND F. KÜNG* Das Konzept des üK 2 wurde im Vorfeld durch die üK-Kommission überprüft und zusammen mit den Referenten überarbeitet. Um den aktuellen Anforderungen und Bedürfnissen der Branche gerecht zu werden, wurden einige Optimierungen vorgenommen, damit eine hohe Praxisorientierung erreicht wird. Im Fokus steht nach wie vor der Aufbau von Handlungscompetenzen in «Kundenberatung» und «Verkauf». Mit dem Einsatz von geeigneten Methoden, wird während den fünf üK-Tagen laufend und gezielt an den verschiedenen Kompetenzen gearbeitet. Nach der Einführung der Sechs-Schritte-Methode «IPERKA» im üK 1, kommt diese nun zur konkreten Anwendung und strukturiert den Wochenplan.

Der «neue» üK 2 bietet beste Voraussetzungen zur Weiterentwicklung der Fachkompetenzen und zur Erreichung der Lern- und Leistungsziele gemäss dem Bildungsplan. Der Anteil an handlungsorientiertem und praktischem Unterricht wurde erweitert und zeitlich ausgebaut. Dazu erhalten die Lernenden einen konkreten Kundenauftrag, den sie während der gesamten Woche bearbeiten. Das eigens geplante und visualisierte «Open-Day-Projekt» wird am letzten üK-Tag im Rahmen eines beratenden Kundengesprächs präsentiert. Zur Selbstevaluation und Reflexion werden die «Verkaufs-Szenen» und die «Fach-Gespräche» mit dem iPad aufgenommen. Die Lernenden überprüfen und reflektieren ihren Lernprozess laufend mit Einträgen ins Lernjournal.

Tag 1

Nach erfolgreichem Einstieg steht die Kommunikation im Vordergrund. Kommunikationsgrundlagen legen die Basis für die praktische Umsetzung

Goldsponsoren

antalis 
Just ask Antalis

sih direct
PRINTING STARTS HERE!

 spandex

Wochenplan üK 2 | Kundenberatung und Verkauf

Tag 1

Kommunikation
Telefontraining
Informationen

Planung
2-Do-Liste
Organisation
Terminierung

I = Informieren
P = Planen

Kundenauftrag
Briefing
Auftragsklärung

I = Informieren

Tag 2

Stress
Organisation

P = Planen
E = Entscheiden

Kundenauftrag
Auftragsklärung
Planung
Organisation

P = Planen
E = Entscheiden

Tag 3

Präsentation
Aufbau
Rhetorik

R = Realisieren

Kundenauftrag
Ideen
Lösungen
Visualisierungen

E = Entscheiden
R = Realisieren

Tag 4

Verkaufsgespräch
6 Phasen

R = Realisieren
K = Kontrollieren

Kundenauftrag
Visualisierungen
Begründungen
Präsentation
Kontrolle

R = Realisieren
K = Kontrollieren

Tag 5

Einwände
Reklamationen

R = Realisieren
K = Kontrollieren
A = Auswerten

Kundenauftrag
Präsentation
Verkaufsgespräch
Feedback
Auswertung

R = Realisieren
K = Kontrollieren
A = Auswerten

am Telefon mit Kunden. Telefontraining ist angesagt und soll helfen, die Hemmschwelle zu überwinden und die Lernenden zu einer professionellen Kommunikation am Telefon zu führen. Vor- und Nachbearbeitung eines Telefonats sowie die Sicherung von Informationen sind zusätzlicher Bestandteil. Im Bereich der Planung werden To-Do-Listen geführt, sowie Aufgabenlisten zur Organisation, Priorisierung und Terminierung erstellt.

Das Briefing zum Kundenauftrag «Open-Day» erfolgt und die Lernenden können dabei aus verschiedenen Branchen einen Kunden auswählen. Informationen, beispielsweise zum «Coiffeur HAARSCHARF» oder zum «Surfshop WAVE» werden gesammelt und eine gezielte Auftragsklärung findet statt.

Tag 2

Mit den Themen Selbstmanagement und dem Umgang mit Stress, beginnt der zweite Kurstag. Anhand von Beispielen der Lernenden werden Auswirkungen und Verminderung von Stress bearbeitet und in Kontext zur persönlichen Organisation gestellt sowie mit praktischen Strategien verknüpft.

Mithilfe verschiedener Planungstools, wird für den Kundenauftrag

Silbersponsoren

 PROFOT®

 PUBLISHER

eine «Planung» erstellt und eine Organisationsstruktur festgelegt. Erste Ideen, Skizzen und Visualisierungen entstehen. «Entscheidungen» müssen getroffen werden, um passende Werbetechnik-Lösungen für den Open-Day weiterzuentwickeln.

Tag 3

Eine professionelle Präsentationstechnik wird konkretisiert und mit entsprechenden Rollenspielen eingeübt. Aufbau, Struktur und Hilfsmittel werden thematisiert und praxisorientiert erarbeitet. Rhetorische Aspekte bieten den Lernenden eine Kompetenzerweiterung und zusätzliche Sicherheit beim Präsentieren.

Konkrete Visualisierungen werden zeichnerisch realisiert und in Form gebracht. Die gestalterischen Kompetenzen aus dem Unterricht der Berufsfachschule werden eingesetzt, geübt und gefestigt.

Tag 4

Die sechs Phasen eines idealtypischen Kundengesprächs werden durch die kompetenten Referenten aufgezeigt, erläutert und durch die Lernenden erarbeitet. In praxisnahen Rollenspielen erfolgen das Einüben, das Festigen und das Nachvollziehen der verschiedenen Phasen.

Die Präsentation und das Kundengespräch werden nun mithilfe der Visualisierungen und einer groben Kostenberechnung vorbereitet, eingeübt und mit dem Briefing verglichen, sowie kontrolliert. Argumente und Begründungen gilt es festzuhalten. Farben- und Folienfächer dienen als kompetente Hilfsmittel.

Tag 5

Auf kundenseitige Einwände vorbereitet zu sein, fördert die Begründung und die Argumentation von werbetchnischen Lösungen. Der passende Umgang mit Reklamationen mittels einer bestimmten Schrittfolge, soll den Lernenden als geschickte Strategie dienen. Auch hier werden die entsprechenden Lerninhalte mit Rollenspielen eingeübt und gefestigt.

Die Lernenden realisieren und präsentieren nun ihre drei werbetchnischen Produkte für den «Open-Day» der ausgewählten Firma. Die Präsentationen und das Kundengespräch werden auch hier mit einem iPad aufgenommen. Die Filmsequenzen werden kontrolliert und im Anschluss zusammen ausgewertet. Es entstehen wichtige Erkenntnisse und Schlussfolgerungen.

Die Referenten und die Lernenden schauen nun kurz auf die üK-Woche zurück. Das Lernjournal und die Feedbackbogen werden abschliessend ausgefüllt und der «neue» üK 2 geht erfolgreich zu Ende. Es macht immer wieder Freude, zu sehen, was die Lernenden in dieser Woche erarbeiten und abschliessend präsentieren. ■

* Roger Mettauer und Florian Küng gehören beide der üK-Kommission des VWP an.


Verband Werbetechnik+Print
www.verband-werbetechnik-print.ch