

# Höhere Fachprüfung für Verkaufsleiter mit eidg. Diplom

## Prüfungsfall 2021

### Prüfungsteil 2 Integrative Fallstudie

#### Prüfungsposition 2.2 Konzept

#### Vertiefungsrichtung Key-Account-Management

**Prüfungszeit: 240 Minuten**

**Punktzahl: 24 Punkte**

**Beachten Sie bitte folgende Punkte:**

1. Kontrollieren Sie, ob dieser Aufgabensatz vollständig ist. Er umfasst neben dem Deckblatt insgesamt 3 Seiten (ohne Beilagen).
2. Schreiben Sie Ihren Namen und Ihre Kandidatennummer auf jedes Lösungsblatt.
3. Legen Sie die Lösungsblätter und allfällige Notizblätter in das Prüfungscouvert.
4. Es dürfen keine Lösungsblätter zusammengeheftet werden.
5. Im Interesse der Lesbarkeit wurde darauf verzichtet, bei Personenbezeichnungen jedes Mal auch die weibliche Form aufzuführen.

**Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!**

## 1 Fallstudie Versandapotheke MedicoFair

### 1.1 Ausgangssituation

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der MedicoFair haben sich für die Variante Marketingkooperation entschieden. Diese sieht vor, dass beim Partner ein Shop-in-Shop aufgebaut werden kann, der eigenständig auftritt.

Die Gespräche mit potenziellen Kooperationspartnern führten dazu, dass man sich für die Halora entschieden hat. Die Verträge sollen zeitnah unterschrieben werden.

Für Halora sprechen die 194 Standorte an guter Bahnhofslage mit hoher Kundenfrequenz. Zusätzlich zur Übereinstimmung der strategischen Stossrichtung beider Unternehmen verfügt Halora über langfristige Mietverträge, die es erlauben, Untermieter aufzunehmen. Die SBB als Vermieterin stellt eine moderne Infrastruktur mit Zugang zum Glasfaser-Netz (Dark Fibre) zur Verfügung.

Auf Seiten Halora steht Ihnen die Leiterin Unternehmensentwicklung zur Seite. Sie koordiniert Anfragen zu

- Recht, z. B. Fragen zu den Verträgen
- Logistik und Distribution, z. B. Fragen zu Standorten und räumlichen Verhältnissen sowie zu Öffnungszeiten und Vorgaben der SBB
- Technik, z. B. Fragen zur technischen Infrastruktur, Nutzung des Netzwerks
- Marketing, z. B. Fragen zur Kommunikation, zu Werbemaßnahmen usw.
- Halora-Standortleitung, z. B. Einsatzzeiten, Auftritt und Vor-Ort Aktivitäten

## 2 Aufgaben

Sie sind Key-Account-Manager bei der MedicoFair. Die Geschäftsleitung hat den Aufbau des neuen Absatzkanals Marketingkooperation priorisiert. Sie werden damit beauftragt, das Projekt von der Umsetzungsplanung bis zum Betrieb zu begleiten und erfolgreich in die Gesamtorganisation MedicoFair einzugliedern.

Bearbeiten Sie in diesem Zusammenhang die folgenden Aufgaben:

### 2.1 Vertrag

Sie als Key-Account-Manager beauftragen einen Wirtschaftsanwalt mit der Ausgestaltung eines Kooperationsvertrags mit der Halora.

Welche Punkte müssen berücksichtigt werden, damit es beim Start der Kooperation und in Zukunft keine Unstimmigkeiten und Konfliktpotenziale in der Zusammenarbeit gibt? Erstellen Sie ein klares, detailliertes Briefing für Ihren Anwalt, damit dieser einen Vertragsentwurf erarbeiten kann, der alle MedicoFair-relevanten Rechtsaspekte abdeckt.

## 2.2 Projektmanagement

Zur Umsetzung des Shop-in-Shop-Konzepts von MedicoFair erstellen Sie einen ganzheitlichen, systematischen Projektvorgehensplan. Dieser soll der Geschäftsleitung aufzeigen, welche Mitarbeiter zur Erstellung von Fachexpertisen von MedicoFair und Halora benötigt werden. Leiten Sie auf Basis dieser Fachexpertisen Ziele und Massnahmen ab, welche Sie beschreiben und begründen. Erstellen Sie auch einen übersichtlichen, realistischen Projektmanagementzeitplan.

## 2.3 Lieferkette und Lieferkonzept

Um das Leistungsversprechen, «die wichtigsten rezeptpflichtigen Medikamente immer verfügbar zu haben», einhalten zu können, braucht es eine durchgehend organisierte Lieferkette. Mit dem Aufbau des neuen Absatzkanals am Standort St. Gallen stehen 20 m<sup>2</sup> Lager zur Verfügung. Wie stellen Sie sicher, dass das Leistungsversprechen eingehalten werden kann? Erstellen Sie ein sinnvolles Lieferkonzept, welches aufzeigt, wie Synergien mit der bestehenden Logistik und dem Vertrieb der MedicoFair genutzt und mögliche Lieferanten/Partner eingebunden werden können.

## 2.4 Technik

Aufgrund datenschutzrechtlicher und sicherheitstechnischer Anforderungen darf das Kassen- und Kundendatensystem des MedicoFair-Shops (St. Gallen) nicht auf das Netzwerk von Halora zugreifen. Es braucht eine eigenständige System-Infrastruktur.

Erarbeiten Sie einen überzeugenden Vorschlag, wie der MedicoFair-Shop ans Netzwerk des Mutterhauses angeschlossen werden kann. Erstellen Sie dazu eine Skizze, welche aufzeigt, wie die IT-Systemkomponenten des MedicoFair-Shops an die Systeme des Mutterhauses angeschlossen sind, und beschreiben Sie stichwortartig, wie der Datenfluss funktioniert. Zeigen Sie dabei anhand einer SWOT-Analyse Ihres Lösungsvorschlags auf, welche Herausforderungen in der Zusammenarbeit mit den IT-Verantwortlichen entstehen können.

## 2.5 Erfolgsmessung

Welches sind die wichtigsten Kennzahlen für die MedicoFair-Geschäftsleitung, um schnell die Entwicklung des neuen Absatzkanals bewerten zu können? Erstellen Sie eine Übersicht der wichtigsten Zahlen aus allen relevanten Geschäftsbereichen, die in einem monatlichen Reporting ausgewiesen werden sollen.

### 3 Beilagen

Lesen Sie für die Beantwortung der Fragen folgende Beilagen:

- Beilage 1: Standort Hauptsitz und Logistikzentrum (Analyse, 1.5)
- Beilage 2: Sortiment und Produkte (Analyse, 1.6)
- Beilage 3: MedicoFair - Datenschema (Versandhandel) bisher

### 4 Vorgehen

Gehen Sie bei der Beantwortung der Fragen wie folgt vor:

- Lesen Sie die Beilagen. Die Beilagen enthalten wichtige Informationen aus dem Strategieprozess. Diese Unterlagen sind nicht aufbereitet
- Erfassen Sie die Ausgangslage ganzheitlich und analysieren Sie die zentralen Fragestellungen und Herausforderungen
- Ziehen Sie Ihre Schlüsse aus der Ausgangslage und überlegen Sie sich, wie mögliche weitere Schritte und Massnahmen aussehen könnten

### 5 Beurteilung

Ihre Antworten und Lösungsvorschläge werden anhand folgender Leitfragen bewertet:

1. Versteht der Kandidat die Ausgangslage und kann er im Sinne konzeptioneller Überlegungen Lösungen entwickeln?
2. Setzt der Kandidat im Rahmen der Aufgabenstellungen geeignete Methoden und Techniken ein?
3. Sind die Antworten des Kandidaten inhaltlich belegt und nachvollziehbar begründet?
4. Entwickelt der Kandidat aufgrund der vorhandenen Informationen angemessene Lösungsansätze, die die internen und externen Einschränkungen/Auflagen berücksichtigen?
5. Berücksichtigt der Kandidat die inhaltlich relevanten Informationen/Aspekte?
6. Ist die Lösung der Aufgabe systematisch und klar strukturiert, vollständig und umfassend? Sind alle inhaltlichen Aspekte abgedeckt?
7. Beurteilt der Kandidat die Situation fall- und marktbezogen, zielorientiert und realistisch?
8. Schätzt der Kandidat die Relevanz zum Aufbau eines neuen Absatzkanals realistisch ein und kann er diese situationsgerecht in die strategische Ausrichtung des Unternehmens transformieren?