
Berufsprüfung für Verkaufsfachleute

Prüfungsteil 3: Geleitete Fallstudie Planung

Name

Kandidatennummer

Prüfungsdatum

Prüfungszeit: 180 Minuten

Punktzahl: 72 Punkte

Beachten Sie bitte folgende Punkte:

1. Diese Aufgabe umfasst 9 Seiten inklusive Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie die Aufgabe vollständig erhalten haben.
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!

Fallbeschreibung – Pflegeheim

Die aktuelle Situation

Die Gemeinde Kaltkirch liegt im Kanton Luzern, ca. 30 km von der Stadt Luzern entfernt. Sie hat 6'000 Einwohner, ein überdurchschnittlich steigender Anteil davon ist der Altersgruppe 65+ zuzuordnen. Die Gemeinde betreibt ein Pflegeheim. Dieses liegt sehr zentral, die Bewohner können die wichtigsten Orte wie Arztpraxis, Bahnhof, Kirche bequem zu Fuss in maximal 5 Minuten erreichen. Erbaut wurde es 1945. Erweiterungen, Umbauten und Renovationen wurden in regelmässigen Abständen realisiert. Die letzte Renovation ist schon etwas länger her und fand im Jahr 1995 statt. Damals wurden alle Zimmer renoviert und die Küche umgebaut.



Die Bewohner des Pflegeheims haben vor dem Eintritt hauptsächlich in der Gemeinde selber gewohnt. Einige wenige stammen aus den umliegenden Gemeinden.

Aktuell werden im Pflegeheim 56 Angestellte beschäftigt. Davon arbeitet rund die Hälfte in einem Teilzeitpensum, total ergibt dies 4'200 Stellenprozent. Der Leiter des Pflegeheims hat ein gutes Netzwerk und unterhält regelmässige Kontakte zum Gemeinderat von Kaltkirch, zu den umliegenden Gemeinden und zu diversen Dienstleistern.

Das Pflegeheim verfügt aktuell über 100 Betten. Die Belegung dieser Betten beträgt 100 %. Werden Betten frei, können diese jeweils problemlos belegt werden. Mittelfristig wird mit einer stark steigenden Nachfrage nach Betten gerechnet. Deshalb ist man zurzeit daran, die Situation zu analysieren. Es werden Möglichkeiten und Wege ausgearbeitet, wie die Bettenkapazität kurz- und mittelfristig erhöht werden kann. Weitere Leistungsangebote, die den Bewohnern den Alltag erleichtern und verschönern, sollen geplant werden. Bestehende Dienstleistungen (Restaurant) sollen überprüft und nach Bedarf verbessert werden.

Das Pflegeheim konnte sich in den letzten Jahren einen guten Ruf erarbeiten. Vor allem die Benachrichtigung der Angehörigen bei Notfällen und Unvorhergesehenem funktioniert sehr gut. Diese Prozesse sind eingespielt und haben sich bewährt.

Der Umsatz des Pflegeheims blieb in den letzten Jahren auf einem konstant hohen Niveau. Er betrug im letzten Jahr CHF 9,6 Mio. Das Restaurant ist bei den Bewohnern durchaus beliebt. Allerdings wären aus Sicht des Leiters Gastronomie mehr auswärtige Gäste wünschenswert. Dies, um einerseits eine noch bessere Durchmischung der Klientel zu erreichen. Und andererseits, um die Rentabilität des Restaurants zu steigern.

Die Zukunft

Aufgrund der zu erwartenden überdurchschnittlichen Zunahme der Anzahl Betagter hat die Gemeinde versucht, den Bedarf an Betten für das Jahr 2030 zu prognostizieren. Sie geht von einem Bedarf von total 150 Pflegeheimbetten bis zu diesem Datum aus.

Um diesen Bedarf abzudecken, hat der Gemeinderat zusammen mit der Geschäftsleitung des Pflegeheims 2 Strategieansätze ausgearbeitet:

a) **Beibehaltung des bisherigen Konzepts und Ausbau der Bettenkapazität**

Planung eines Anbaus, in dem zusätzlich 50 betagte Menschen untergebracht werden können. Geschätzte Investitionssumme pro Bett: CHF 80'000.

b) **Neues Konzept mit Bau eines neuen, separaten Wohngebäudes mit Alterswohnungen**

Das neue Wohngebäude ist durch einen unterirdischen Zugang mit dem bestehenden Pflegeheim verbunden. Damit erhalten die Mieter die Möglichkeit, die Infrastruktur des Pflegeheims wie Arztpraxis, Physiotherapie, Restaurant/Café etc. bei Bedarf in Anspruch zu nehmen, und dies witterungsgeschützt und ohne Umwege.

Das Gebäude umfasst 20 2½-Zimmer-Wohnungen (1-Bett-Wohnungen) und 15 3½-Zimmer-Wohnungen (2-Bett-Wohnungen). Dies ergibt die bis 2030 benötigten 50 Betten.

Der monatliche Mietzins liegt im oberen Bereich vergleichbarer Objekte in der Region. Er beträgt:
2½- Zimmer-Wohnungen: CHF 1'600 netto (ohne Dienstleistungen) zuzüglich Nebenkosten von ca. CHF 200

3½ -Zimmer-Wohnungen: CHF 1'900 netto (ohne Dienstleistungen) zuzüglich Nebenkosten von ca. CHF 250



Die Geschäftsleitung entschied vor 2 Jahren als gemeinsame Bauherrin mit der Gemeinde Kaltkirch, die Variante b) zu realisieren.

Der Bau des Wohngebäudes mit den Wohnungen ist nun in vollem Gange. Da keine Einsprachen eingegangen sind, wird mit der Fertigstellung des Rohbaus per Ende 2019 gerechnet. Damit könnten ab Mitte 2020 die ersten Wohnungen bezugsbereit sein.

Im Juni 2019 ist ein grosser Informationsanlass für die interessierte Bevölkerung und potenzielle Mieter geplant. Die Wohnungen werden anhand eines Modells mit allen Vorzügen präsentiert.

Ab Anfang 2020 wird eine möblierte Musterwohnung (2½-Zimmer-Wohnung) für Besichtigungen verfügbar sein. Man will zahlungsfähige potenzielle Mieter ansprechen und ihnen bereits zu diesem Zeitpunkt die Möglichkeit anbieten, eine Wohnung zu reservieren. Das angestrebte Ziel ist eine Auslastung der Wohnungen von 50 % unmittelbar nach der Fertigstellung (ca. Mitte 2020).



Ihre Funktion im Unternehmen

Sie sind seit Anfang dieses Jahres beim Pflegeheim Kaltkirch als Verkaufsfachperson eingestellt. Ihre Vorgesetzte ist die Leiterin Marketing und Verkauf Gabriella Schmid, die auch Mitglied der Geschäftsleitung ist.

Anhänge

- Anhang 1: Liste Reklamationen Restaurant

Aufgabe 1

Ausgangslage

Im Zusammenhang mit dem geplanten Neubau müssen neue und zusätzliche Zielgruppen angesprochen werden. Das bestehende CRM-System ist nicht auf diese neue Situation ausgerichtet. Ihre Vorgesetzte ist sich der Bedeutung eines gut strukturierten und aktuell geführten CRM-Systems bewusst. Für die nächste Zeit will sie darum dort einen Schwerpunkt setzen.

Auftrag

- 1.1 In einem ersten Schritt sollen Sie die Merkmale erarbeiten, nach denen die Zielgruppen strukturiert werden. Zeigen Sie auf, welche Kriterien Sie für die bestehenden Zielgruppen der Bewohner des Pflegeheims einsetzen wollen und welche für jene der künftigen Mieter der Alterswohnungen.
- 1.2 Die Struktur des CRM-Systems steht. Ihre Vorgesetzte ist mit Ihrem Vorschlag zufrieden. Nun gilt es, potenzielle Interessenten zu finden und diese über das Angebot, die wichtigsten Termine sowie den Informationsanlass zu informieren. Erarbeiten Sie einen Vorgehensplan sowie konkrete Vorschläge für Kommunikationsmassnahmen für die potenziellen Mieter.
- 1.3 Sie schlagen Ihrer Vorgesetzten vor, die Kommunikation zugleich als Möglichkeit für eine Bedürfnisanalyse bei den potenziellen Mietern zu nutzen. Sie hält das für eine sehr gute Idee und beauftragt Sie damit, einen Vorschlag dafür auszuarbeiten. Konkret sollen Sie eine Empfehlung erarbeiten, welcher Kommunikationskanal dafür genutzt und welche Fragen gestellt werden sollen.

Punkte

Max. 18 Punkte

Aufgabe 2

Ausgangslage

Um das angestrebte Vermietungsziel sicher zu erreichen, soll der für Juni 2019 geplante Informationsanlass auch zur Gewinnung von Mietern genutzt werden. Ihre Vorgesetzte bittet Sie, die Leitung dieses anspruchsvollen Projektes zu übernehmen. Es liegt nun an Ihnen, diesen grossen Event zu konzipieren, zu planen und die Geschäftsleitung von Ihren Ideen zu überzeugen.

Auftrag

- 2.1 Erarbeiten Sie ein Grobkonzept für den Informations- und Vermietungsanlass. Legen Sie dabei das Hauptaugenmerk auf jene Konzeptteile, die Sie der Geschäftsleitung präsentieren wollen, um einen positiven Entscheid zu bekommen.
- 2.2 Ihr präsentiertes Konzept findet bei der Geschäftsleitung Anklang und wird genehmigt. Nun werden Sie gebeten, ergänzend dazu spezielle Verkaufshilfsmittel vorzuschlagen, welche die Chancen für eine Mieter-Akquisition zusätzlich verbessern. Berücksichtigen Sie dabei ökonomische und ökologische Aspekte.
- 2.3 In Gesprächen mit potenziellen Mietern stellen Sie fest, dass die Wohnungen zwar grundsätzlich auf Interesse stossen, dass es aber eine Reihe von kritischen Fragen gibt, die am Event zu beantworten sein werden. Erarbeiten Sie ein Argumentarium, das die potenziellen Zielgruppen zu überzeugen vermag. Treffen Sie Annahmen bezüglich kritischer Fragen, die aus Ihrer Sicht am wahrscheinlichsten sind.

Punkte

Max. 18 Punkte

Aufgabe 3

Ausgangslage

Das Pflegeheim verfügt aktuell über ein gut ausgebautes Angebot für die Bewohner. Die vorausschauend planende Geschäftsleitung geht allerdings davon aus, dass die bestehende Leistungspalette für die anspruchsvollen Mieter der neuen Wohnungen nicht ausreichend sein wird. Aus diesem Grund sollen zusätzliche Angebote geschaffen werden, die insbesondere für die künftigen anspruchsvollen und noch rüstigen Mieter der Alterswohnungen attraktiv sind. Neben dieser Kernzielgruppe sollen aber auch die Einwohner der Gemeinde Kaltkirch sowie die Bewohner des Pflegeheims von diesen Angeboten profitieren können.

Auftrag

- 3.1 Evaluieren Sie verschiedene sinnvolle Angebote für die beschriebenen Zielgruppen. Entscheiden Sie sich für 3 und begründen Sie Ihre Wahl gegenüber der Geschäftsleitung.
- 3.2 Der Geschäftsleitung gefallen Ihre 3 Angebote und sie entscheidet sich, vorerst mal für eine Testphase von 2 Jahren, alle 3 umzusetzen. Erarbeiten Sie einen Vorschlag, wie Sie die Angebote einführen und der Kernzielgruppe sowie den weiteren Zielgruppen verkaufen wollen.
- 3.3 Um nach Ablauf der Testphase der Geschäftsleitung eine gute Entscheidungsgrundlage präsentieren zu können, erhalten Sie den Auftrag, eine Verkaufskontrolle durchzuführen. Erarbeiten Sie eine Vorlage, die es Ihnen erlaubt, den Erfolg der 3 Angebote auf der Basis sinnvoller Zielvorgaben und Kriterien zu bewerten und zu vergleichen.

Punkte

Max. 18 Punkte

Aufgabe 4

Ausgangslage

Der Leiter Gastronomie will das Restaurant noch besser machen, um es in Zukunft auch für externe Gäste zu einem attraktiven Ort zu machen, den sie gerne besuchen. Allerdings hat er keine Vorstellung davon, was die Wünsche dieser potenziellen Kundschaft sind und wie man sie dazu bringen kann, in einem Pflegeheim essen zu gehen. Daneben tauchten in letzter Zeit vermehrt negative Rückmeldungen und sogar Reklamationen von Bewohnern auf. Diese Feedbacks gilt es nun zu analysieren und als Anstoss für Verbesserungen zu nehmen.

Auftrag

- 4.1 Das Servicepersonal nimmt die Reklamationen auf und erfasst sie nach Datum in einer Liste, die Ihnen der Leiter Gastronomie nun übergibt (s. Anhang). Um ein Gefühl für die wichtigsten Problembereiche zu bekommen, ordnen Sie die Reklamationen nach sinnvollen Kriterien und priorisieren Sie sie.
- 4.2 Damit die Qualität des Restaurants gesteigert und in Zukunft auf konstant hohem Niveau gehalten werden kann, müssen die entsprechenden QS-Prozesse angepasst werden. Erarbeiten Sie darum zuhanden der Geschäftsleitung Vorschläge, wie und mit welchen Kriterien Sie die Qualität laufend überprüfen und optimieren können.
- 4.3 Da die Massnahmen zur Optimierung der Qualität nun eingeleitet sind, erhalten Sie den Auftrag, sich um die Akquisition neuer externer Gäste zu kümmern. Dazu sollen Sie einen Vorgehensplan erarbeiten, um potenzielle externe Gäste zu evaluieren, deren Bedürfnisse zu erfassen, zu gewichten und zu analysieren.

Punkte

Max. 18 Punkte

Anhang 1: Liste Reklamationen Restaurant

Nr.	Datum	Wer	Beschreibung	Kriterien	Priorität
1	10. September	A. Huber	Das Essen am Mittag ist immer kalt.		
2	18. September	I. Sommer	Die Servicekraft Angela ist unfreundlich und hat mir die Suppe auf die Hose geschüttet.		
3	19. September	H. Meier	Die Stühle im Restaurant sind sehr unbequem. Ich kann nachher nicht mehr alleine aufstehen.		
4	30. September	M. Frey	Es gibt zu selten Fleisch und wenn, dann nur ein kleines Stück und dieses ist erst noch hart.		
5	15. Oktober	E. Binggeli	Das Gemüse ist nicht gar. Es schmeckt mir so nicht.		
6	18. Oktober	T. Müller	Ich bin immer pünktlich im Restaurant, aber das Essen wird immer so spät serviert. Manchmal kommt mein Besuch bereits, und ich bin immer noch am Essen.		
7	5. November	A. Egli	Schade, dass im Restaurant keine Musik gespielt wird.		
8	10. November	P. Hilfiker	Ich möchte gesündere Kost, mehr regionale Gemüse und Früchte.		
9	12. November	S. Jäger	Die Portionen sind viel zu gross.		
10	25. November	Y. Bieri	Der Koch ist ganz freundlich und die Servicekraft Heidi auch. Die anderen sind alle sehr gestresst und unfreundlich.		
11	1. Dezember	U. Bühler	Ganz oft warten wir sehr lang aufs Essen und wenn es dann gebracht wird, ist es kalt.		
12	5. Dezember	R. Egger	Es gibt sehr oft Teigwarengerichte, die mag ich überhaupt nicht.		
13	12. Dezember	P. Rossi	Der Salat ist in letzter Zeit nicht frisch. Die Blätter beim grünen Salat sind überhaupt nicht knackig und der Kartoffelsalat ist matschig.		