

Höhere Fachprüfung für Verkaufsleiter mit eidg. Diplom

Prüfungsfall 2021

Prüfungsteil 2 Integrative Fallstudie Prüfungsposition 2.2 Konzept Vertiefungsrichtung Verkaufsleitung

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 mit eigenem Auftritt aufgebaut werden kann.

Die Gespräche mit potenziellen Kooperationspartnern führten dazu, dass man sich für die Halora entschieden hat. Die Verträge wurden letzte Woche unterschrieben.

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 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 Verkaufsleiter bei der MedicoFair. Die Geschäftsleitung hat den Aufbau des neuen Absatzkanals Marketingkooperation priorisiert. Sie werden damit beauftragt, die Umsetzung der Verkaufsmassnahmen zu übernehmen.

Bearbeiten Sie in diesem Zusammenhang die folgenden Aufgaben:

2.1 Vertriebskonzept

Sie als Verkaufsleiter sollen in einem ersten Schritt ein Vertriebskonzept für den neu zu schaffenden Absatzkanal erarbeiten. Erstellen Sie für den Standort St. Gallen mit einer Gesamtfläche von 80 m² Verkaufsfläche plus einem 20 m² grossen Lagerraum ein klar strukturiertes, ganzheitliches und detailliert ausgearbeitetes Vertriebskonzept.

2.2 Verkaufsstufenplan

Mit dem neuen Vertriebskanal wird es wichtig, bestehende Kunden zu halten und vor allem möglichst schnell neue Kunden zu gewinnen.

Wie gehen Sie vor? Erstellen Sie einen systematischen, wirkungsvollen und ganzheitlichen Verkaufsplan, in welchem Sie detailliert die Massnahmen aufführen. Beschreiben Sie die Zielsetzung der Massnahmen und begründen Sie diese.

2.3 Sortimentsgestaltung

Da die Lagerkapazitäten bei Ihrem Kooperationspartner sowie die Regalflächen im Shop-in-Shop in St. Gallen knapp sind (siehe Aufgabe 2.1), braucht es einen überzeugenden Vorschlag, wie das Sortiment speziell in dieser Filiale gestaltet werden soll.

Welches ist Ihr Vorschlag für die ideale, stimmige Sortimentsgestaltung und den Produktmix? Beschreiben und begründen Sie Ihre Wahl. Berücksichtigen Sie dabei, dass rezeptpflichtige Produkte nicht offen verkauft werden dürfen. Erstellen Sie zusätzlich eine Skizze der Verkaufsflächen. Zeigen Sie dabei auf, wo welche Produktkategorien für den Verkauf vorzusehen sind.

2.4 Personal – Verkaufsmitarbeiter

Bisher gab es kein Personal mit Fronterfahrung im Verkauf. Für den Standort St. Gallen suchen Sie Mitarbeiter, die neben den Kompetenzen zur Erfüllung der Verkaufsaufgaben auch die notwendigen Anforderungen und Fähigkeiten für den Verkauf von rezeptpflichtigen Medikamenten mitbringen. Wie müsste ein solches klares und aussagekräftiges Stellenanforderungsprofil formuliert werden? Gleichzeitig wollen Sie sicherstellen, dass diese Mitarbeiter erfolgreich verkaufen können. Erstellen Sie zudem ein professionelles, wirkungsvolles Grob-Schulungskonzept, in welchem ersichtlich ist, wie der konkrete Verkaufserfolg gemessen wird.

2.5 Eröffnungskonzept

Geplant ist, dass am 1. Oktober 2021 der Shop-in-Shop eröffnet wird. Erstellen Sie zuerst ein attraktives, stimmiges Eröffnungskonzept, das darlegt, wie ab dem ersten Tag der MedicoFair-Shop ein Verkaufserfolg wird.

Zusätzlich zum Eröffnungskonzept erarbeiten Sie Verkaufsförderungsmassnahmen am Verkaufspunkt (POS) sowie Massnahmen zur Incentivierung der Mitarbeiter über einen Zeitraum von 3 Monaten (Massnahmen zur Schaffung von Anreizen und zur Motivierung der Mitarbeiter).

Sie erhalten dafür ein Gesamtbudget von CHF 30'000.

3 Beilagen

Lesen Sie für die Beantwortung der Fragen folgende Beilagen:

- Beilage 1: Idee «Stationärer Verkauf – Aufbau MedicoFair-Shop» (Analyse, 1.4)
- Beilage 2: Sortiment und Produkte (Analyse, 1.6)
- Beilage 3: Beispiel Skizze Grundrissplan

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?