



EBC*L Prüfungsbogen STUFE B

TEILPRÜFUNG 1: Businessplan Basics, Marketing und Verkauf

Sehr geehrte(r) PrüfungskandidatIn!

Füllen Sie bitte folgende Felder vollständig aus. Mit Ihrer Unterschrift bestätigen Sie, dass Sie die Prüfung selbstständig und ohne Hilfe anderer Personen ausgefüllt haben. Sie erklären sich mit der EDV-mäßigen Erfassung und Verarbeitung Ihrer Daten sowie der elektronischen Übermittlung Ihres Prüfungsergebnisses einverstanden.

Titel, Vorname, Zuname

Wohnort (PLZ, Ort, Straße)

Geburtsdatum

Telefonnummer – tagsüber erreichbar

e-mail

Prüfungsdatum

Unterschrift

Bitte benutzen Sie zur Beantwortung der Fragen ausschließlich die dafür vorgesehenen, leeren Zusatzblätter (nicht die Angabenblätter). Benötigen Sie zusätzliches Papier, so wenden Sie sich an Ihre Aufsichtsperson.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

WISSENSFRAGEN (pro Frage 4 Punkte)

		Punkte
1.	Nennen Sie mindestens sechs Hauptgliederungspunkte, die ein Businessplan enthalten soll.	
2.	Erläutern Sie am Beispiel einer Schlosserei in der Rechtsform einer Kommanditgesellschaft (KG) die Begriffe Shareholder Value und Stakeholder Value?	
3.	Beschreiben Sie wie der unmittelbare Mitbewerber (Konkurrent) eines Unternehmens klassifiziert werden kann? (4 Merkmale)	
4.	Erläutern Sie die Ziele und den grundsätzlichen Aufbau einer SWOT-Analyse?	
5.	Erläutern Sie anhand eines selbst gewählten Beispiels die Ziele und den Aufbau der Produktlebenszyklusanalyse. Zeichnen Sie die dazugehörige Grafik.	
6.	Nennen Sie vier Elemente, welche das Corporate Design eines Unternehmens beinhaltet?	
7.	Erläutern Sie zwei mögliche Preisstrategien am Beispiel einer Boutique.	
8.	Nennen Sie vier Vorteile, die der indirekte Vertrieb gegenüber dem direkten Vertrieb hat.	
9.	Erläutern Sie was man unter Customer Relationship Management (CRM) versteht? Zählen Sie vier Instrumente des CRM auf.	
10.	Nennen Sie vier wesentliche Besonderheiten beim Verkauf an Firmenkunden (im Vergleich zu Privatkunden).	
11.	„Wer fragt, der führt.“ lautet eine Verkaufsregel. Nehmen Sie dazu Stellung und nennen Sie zwei Merkmale einer guten Fragetechnik.	
12.	Erläutern Sie was einen Einwand von einem Vorwand unterscheidet?	

VERSTÄNDNISFRAGEN (pro Frage 6 Punkte)

		Punkte
13.	<p>Ein Fitnesscenter ist schlecht ausgelastet und benötigt dringend neue Mitglieder. Allerdings ist aufgrund der angespannten finanziellen Lage das Werbebudget mit maximal 2.000 Euro beschränkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nennen und erläutern Sie drei kommunikations- bzw. werbepolitische Maßnahmen, die das Fitnesscenter unter dieser Voraussetzung machen könnte. 	
14.	<p>Das Unternehmen feiert sein 10 jähriges Firmenjubiläum und veranstaltet für die KundInnen ein Fest. Aus Kostengründen können nicht alle 2000 KundInnen eingeladen werden, sondern muss sich das Unternehmen auf die Wichtigsten beschränken.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skizzieren Sie eine ABC-Analyse zur Auswahl der wichtigsten KundInnen und berücksichtigen Sie dabei 2 Kriterien. 	
15.	<p>Herr Huber möchte seit längerer Zeit ein Betriebswirtschaftsseminar besuchen. Am Gang begegnet er seinem Chef und ergreift die Gelegenheit. Er argumentiert folgendermaßen: „Gut, dass wir uns begegnen. Ich wollte sie schon länger ersuchen, mir den Besuch eines Betriebswirtschaftsseminars zu genehmigen. Der Trainer ist ein ausgewiesener Experte. Das hat natürlich auch seinen Preis. Das dreitägige Seminar kostet 2.000,- Euro.“</p> <p>Der gestresste Chef meint nur kurz angebunden. „Ich werde mich später damit auseinandersetzen.“ Was gleichbedeutend mit einer Ablehnung ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nennen und erläutern Sie drei Fehler, die Herr Huber aus „verkäuferischer“ Sicht falsch gemacht hat. - Zeigen Sie auf, wie er es besser hätte machen können. 	

FALLBEISPIEL (14 Punkte)

Der Seminaranbieter verfügt über folgende Produkte, die er je nach Marktattraktivität und Wettbewerbsstärke bewertet (Schulnotensystem: zB 1 = sehr gut / 5 = sehr schlecht)

Produkt	Marktattraktivität	Wettbewerbsstärke
Betriebswirtschaftsseminar	2	4
Verkaufstraining	4	5
Persönlichkeitsentwicklung	5	1
EDV-Seminar	4	4

	Punkte
Nennen Sie 4 Kriterien, nach denen die Marktattraktivität beurteilt worden sein könnte.	
Nennen Sie 4 Kriterien, nach denen die Wettbewerbsstärke beurteilt worden sein könnte.	
Erstellen Sie für den Seminaranbieter eine Portfolio-Analyse und teilen Sie die Produkte in die jeweiligen Produktportfolio-Kategorien ein (Benennung der Kategorien).	
Ziehen Sie aus der Portfolio-Analyse Schlüsse für die Produktpolitik des Unternehmens.	