



EBC*L Prüfungsbogen Stufe B

TEILPRÜFUNG 1: Businessplan, Projektplanung, Ist-Analyse, 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, der elektronischen Übermittlung Ihres Prüfungsergebnisses sowie weiterer Informationen den EBC*L betreffend 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 vier Punkte, die ein Businessplan enthalten soll.	
2. Erläutern Sie am Beispiel einer Schlosserei den Begriff Stakeholder Value.	
3. Beschreiben Sie vier Faktoren, die im Rahmen einer Wettbewerbsanalyse bestimmt werden können.	
4. Erläutern Sie die Ziele einer SWOT-Analyse?	
5. Erläutern Sie 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 zwei Vorteile, die der indirekte Vertrieb gegenüber dem direkten Vertrieb hat.	
9. Erläutern Sie, was man unter Customer Relationship Management (CRM) versteht. Zählen Sie zwei Phasen des CRM auf.	
10. Nennen Sie vier wesentliche Besonderheiten beim Verkauf an Firmenkunden (im Vergleich zu Privatkunden).	
11. Was versteht man unter einer offenen Frage? Geben Sie ein Beispiel für eine offene Fragestellung.	
12. Erläutern Sie, was einen Einwand von einem Vorwand unterscheidet.	



VERSTÄNDNISFRAGEN (pro Frage 6 Punkte)

	Punkte
<p>13. 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. 	
<p>14. Das Unternehmen feiert sein 10jähriges 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. 	
<p>15. 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 auseinander setzen.“ Was gleichbedeutend mit einer Ablehnung ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Nennen und erläutern Sie drei Fehler, die Herr Huber aus „verkäuferischer“ Sicht gemacht hat. b) 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. Er benutzt dabei folgende Punkteskala:

sehr gut = 10 Punkte

sehr schlecht = 1 Punkt

Produkt	Marktattraktivität	Eigene Wettbewerbsstärke
Betriebswirtschaftsseminar	10	7
Verkaufstraining	8	2
Persönlichkeitsentwicklung	2	2
EDV-Seminar	2	10

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.

Punkte