

Nullserie 2
Drogisten / Drogistin EFZ

Name: _____	Vorname: _____
Kandidatennummer: _____	Datum: _____
Unterschrift Expertin/Experte: _____	
Unterschrift Expertin/Experte: _____	

Praktische Arbeit

Max. Punktezahl:

Gesprächsvorlage für Expertinnen und Experten

Rollenspiel:	Experte/in 1:	Kunde/in
	Kandidat/in:	Drogist/in
	Experte/in 2:	keine Rolle, protokolliert

Situation 1: Verkaufsgespräch: Kind leidet an Husten. Aufgabenstellung: Führen Sie ein Verkaufsgespräch und beraten Sie die Kundin adäquat.				
Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kundeninformation <ul style="list-style-type: none"> Alter des Kindes: 6 Jahre Dauer der Beschwerden: 2 Tage Art der Beschwerden: Auswurf, schlimmer nachts Begleitsymptome: Schnupfen Bisherige Therapie: Tee 	Kriterien zur Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> Fragetechnik Fallanalyse Kommunikation 			
Beratung <ul style="list-style-type: none"> Argumentation zum Produkt (Vor- und Nachteile) Aufbau des Konzeptverkaufs umsetzen Anhand der Verkaufsargumente den Kundennutzen aufzeigen “roter Faden” ist erkennbar 	Kriterien Beratung <ul style="list-style-type: none"> Konzeptverkauf 			
Einwand <ul style="list-style-type: none"> Ich möchte nichts chemisches / natürliches 	Kriterien Einwand <ul style="list-style-type: none"> Geht auf Einwand ein Einwände geschickt entschärfen 			
Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Die Kandidatin erklärt der Kundin die korrekte Verwendung der Produkte. Produktepräsentation anwenden Verkaufserlebnis bieten 	Kriterien Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Korrekte Verwendung, Anwendung, Dosierung der Produkte. Grundlagen der Warenpräsentation Tipps 			

Situation 2: Verkaufsgespräch: Frau möchte etwas für Muskelschmerzen.

Aufgabenstellung: Führen Sie ein Verkaufsgespräch und beraten Sie die Kundin adäquat.

Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kundeninformation <ul style="list-style-type: none"> Alter der Kundin: 37 Jahre Dauer der Beschwerden: – Art der Beschwerden: Rücken und Nackenschmerzen, Ausstrahlen in Kopf und Arme Begleitsymptome: ab und zu Kopfschmerzen, arbeitet in Kita und muss oft Kinder herumtragen Bisherige Therapie: – 	Kriterien zur Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> Fragetechnik Problemerkennung Kommunikation 			
Beratung <ul style="list-style-type: none"> Argumentation zum Produkt (Vor- und Nachteile) Aufbau des Konzeptverkaufs umsetzen Anhand der Verkaufsargumente den Kundennutzen aufzeigen “roter Faden” ist erkennbar 	Kriterien Beratung <ul style="list-style-type: none"> Konzeptverkauf 			
Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Die Kandidatin erklärt der Kundin die korrekte Verwendung der Produkte. Produktepräsentation anwenden Verkaufserlebnis bieten 	Kriterien Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Korrekte Verwendung, Anwendung, Dosierung der Produkte Grundlagen der Warenpräsentation Tipps 			

Situation 3: Verkaufsgespräch: Mann möchte ein Vitaminpräparat.

Aufgabenstellung: Führen Sie ein Verkaufsgespräch und beraten Sie die Kundin adäquat.

Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kundeninformation <ul style="list-style-type: none"> Alter des Mannes: 45 Jahre Dauer der Beschwerden: 3 Wochen Art der Beschwerden: fühlt sich ausgelaugt und gestresst Begleitsymptome: Ernährungssituation – kurze Mittagspause mit Lunch, wenig Früchte und Gemüse, Diabetiker Bisherige Therapie: – 	Kriterien zur Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> Fragetechnik Problemerkfassung Kommunikation 			
Beratung <ul style="list-style-type: none"> Argumentation zum Produkt (Vor- und Nachteile) Aufbau des Konzeptverkaufs umsetzen Anhand der Verkaufsargumente den Kundennutzen aufzeigen “roter Faden” ist erkennbar 	Kriterien Beratung <ul style="list-style-type: none"> Konzeptverkauf 			
Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Die Kandidatin erklärt der Kundin die korrekte Verwendung der Produkte. Produktepräsentation anwenden Verkaufserlebnis bieten 	Kriterien Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Korrekte Verwendung, Anwendung, Dosierung der Produkte Grundlagen der Warenpräsentation Tipps 			

Situation 4: Verkaufsgespräch: Frau/Mann möchte eine Reiseapotheke für die Sommerferien.

Aufgabenstellung: Führen Sie ein Verkaufsgespräch und beraten Sie die Kundin adäquat.

Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kundeninformation <ul style="list-style-type: none"> Alter : Mann 45 Jahre Diabetiker, Frau 37, Kind 6 Dauer der Beschwerden: - Art der Beschwerden: Ferien in den Bergen, wandern, Baden im Bergsee, Biken Begleitsymptome: Bisherige Therapie: – 	Kriterien zur Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> Fragetechnik Problemerkfassung Kommunikation 			
Beratung <ul style="list-style-type: none"> Argumentation zum Produkt (Vor- und Nachteile) Aufbau des Konzeptverkaufs umsetzen Anhand der Verkaufsargumente den Kundennutzen aufzeigen <p>“roter Faden” ist erkennbar</p>	Kriterien Beratung <ul style="list-style-type: none"> Konzeptverkauf 			
Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Die Kandidatin erklärt der Kundin die korrekte Verwendung der Produkte. Produktepräsentation anwenden Verkaufserlebnis bieten 	Kriterien Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Korrekte Verwendung, Anwendung, Dosierung der Produkte Grundlagen der Warenpräsentation Tipps 			

Situation 5: Verkaufsgespräch: Frau hat trockene Haut.

Aufgabenstellung: Führen Sie ein Verkaufsgespräch und beraten Sie die Kundin adäquat.

Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kundeninformation <ul style="list-style-type: none"> Alter der Frau: 37 Jahre Dauer der Beschwerden: 2 Wochen Art der Beschwerden: trocken, teils schuppig mit Juckreiz, ganzer Körper v.a. Schienbeine Begleitsymptome: trockene Schleimhäute Bisherige Therapie: Körpermilch aus dem Grossverteiler, handelsübliches Duschgel 	Kriterien zur Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> Fragetechnik Problemerkennung Kommunikation 			
Beratung <ul style="list-style-type: none"> Argumentation zum Produkt (Vor- und Nachteile) Aufbau des Konzeptverkaufs umsetzen Anhand der Verkaufsargumente den Kundennutzen aufzeigen “roter Faden” ist erkennbar 	Kriterien Beratung <ul style="list-style-type: none"> Konzeptverkauf 			
Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Die Kandidatin erklärt der Kundin die korrekte Verwendung der Produkte. Produktepräsentation anwenden Verkaufserlebnis bieten 	Kriterien Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Korrekte Verwendung, Anwendung, Dosierung der Produkte Grundlagen der Warenpräsentation Tipps 			

Situation 6: Verkaufsgespräch: Frau möchte ihre Sofakissen färben.

Aufgabenstellung: Führen Sie ein Verkaufsgespräch und beraten Sie die Kundin adäquat.

Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kundeninformation <ul style="list-style-type: none"> • Zeitpunkt: • • Art des Materials: Baumwolle, 5 Kissen à 150g • • Weitere Informationen: jetzige Farbe gelb • Bisherige Massnahmen: 	Kriterien zur Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> • Fragetechnik • Problemerkennung • Kommunikation 			
Beratung <ul style="list-style-type: none"> • Argumentation zum Produkt (Vor- und Nachteile) • Aufbau des Konzeptverkaufs umsetzen • Anhand der Verkaufsargumente den Kundennutzen aufzeigen • "roter Faden" ist erkennbar 	Kriterien Beratung <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptverkauf 			
Einwand <ul style="list-style-type: none"> • Ich habe Angst das es zu hell oder dunkel wird 	Kriterien Einwand <ul style="list-style-type: none"> • Geht auf Einwand ein • Einwände geschickt entschärfen 			
Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> • Die Kandidatin erklärt der Kundin die korrekte Verwendung der Produkte. • Produktepräsentation anwenden • Verkaufserlebnis bieten 	Kriterien Produktpräsentation <ul style="list-style-type: none"> • Korrekte Verwendung, Anwendung, Dosierung der Produkte • Grundlagen der Warenpräsentation • Tipps 			

Einleitung und Abschluss der Verkaufssituation				
Aufgabenstellung: Machen Sie den Verkaufsabschluss und verabschieden Sie den Kunden.				
Aufgabenstellung (Gesprächsunterstützung)	Expertenprotokoll	Begründung des Punkteabzugs	Anzahl Punkte	
			maximal	erreicht
Kontaktaufnahme				
Kaufabschluss				
Kassiervorgang				
Einsetzen von fallbezogenen Verkaufshilfen				
Kundenbindungsmassnahme				
Verabschiedung				
Erscheinungsbild				
Emotionaler Gesamteindruck:				
Umgangsformen				
Kommunikation				

Nullserie

**Drogistin EFZ/
Drogist EFZ**

Praktische Arbeit

Vorlage für Expertinnen und Experten

Verkaufsförderung und Warenpräsentation

Name, Vorname	Nr. Kandidat/in	Datum
.....

Zeit 20 Minuten

Maximale Punktezahl:	Erreichte Punkte

Erarbeitet durch: Arbeitsgruppe Drogisten EFZ PA
Herausgeber: SDBB, Abteilung Qualifikationsverfahren, Bern

Qualifikationsverfahren Praktische Arbeit – Verkaufsförderung, Warenpräsentation und Werbung“

Vorgaben für die Kandidatin

Dauer: 20 Minuten

Aufgabenstellung:

1. Führen Sie während Ihrer Prüfungswoche im Lehrbetrieb selbstständig eine Verkaufsförderung durch. Die Kriterien der Verkaufsförderung, Warenpräsentation und Werbung müssen erfüllt und in der Präsentation kommentiert werden.
2. Legen Sie zusammen mit Ihrer Berufsbildnerin das Thema der Verkaufsförderung fest. (Themenwahl, Anlass, Idee)
3. Setzen Sie sich mindestens ein Ziel, welches Sie mit Ihrer Aktivität erreichen wollen.
4. Bestimmen Sie Ihre Kundenzielgruppe.
5. Legen Sie den Kostenrahmen in Absprache mit Ihrer Berufsbildnerin fest. (CHF 0.- bis CHF-)
6. Wählen Sie die passenden Produkte/Bedarfsgruppen aus und begründen Sie Ihre Wahl im Planungsdokument.
7. Erstellen Sie für Ihre Verkaufsförderung einen 2. Verkaufspunkt innerhalb der Drogerie.
 - o Bestimmen Sie den Ausstellungsort
 - o Kreieren Sie ein eigenes Plakat
 - o Benützen Sie passendes Dekorationsmaterial und verschönern Sie Ihre Ausstellung
 - o Für das Aufbauen des 2. Verkaufspunktes gilt eine Richtzeit von 30 Minuten (exkl. Planung), die nicht überschritten werden sollte
 - o Nutzen Sie vorhandenes Informations- und Dekorationsmaterial aus Ihrem Lehrbetrieb
 - o Bei der Gestaltung müssen die kantonalen Gesetzgebungen betreffend Leerpäckungen etc. eingehalten werden
8. Führen Sie mindestens eine weitere verkaufsfördernde Massnahme durch, um Ihre Verkaufsförderung anzukurbeln. **(kein Schaufenster!)**
9. Machen Sie Ihre Aktivität mit mindestens einer Werbemassnahme bekannt. (Werbung/PR)
10. Erstellen Sie ein schriftliches Planungsdokument und kommentieren Sie Ihr Vorgehen anhand der oben erwähnten Punkte (2 bis 9). Am Schluss der praktischen Arbeit geben Sie dieses den Prüfungsexperten ab. Das Planungsdokument hat auf die Bewertung keinen Einfluss.
11. Bereiten Sie Ihre mündliche Präsentation anhand des Planungsdokuments vor.
(Richtzeit: 8 Minuten)

Das Planungsdokument, die Lerndokumentationen und die Unterlagen der überbetrieblichen Kurse dürfen Sie als Hilfsmittel verwenden.

Prüfungsablauf:

1. Die Prüfungsexperten bewerten Ihren 2. Verkaufspunkt ohne Ihr Beisein. (Richtzeit: 5 Minuten)
1. Präsentieren Sie den Prüfungsexperten Ihre Verkaufsförderung. Kommentieren Sie Ihre Überlegungen sowie das Vorgehen zur Lösung der Aufgabenstellung (Punkte 2 bis 9 aus dem Planungsdokument). (Richtzeit: 8 Minuten)
2. Im anschliessenden Prüfungsgespräch beantworten Sie die Fragen der Prüfungsexperten zu Ihrer Verkaufsförderung, Warenpräsentation und Werbung. (Richtzeit: 7 Minuten)
3. Am Schluss der praktischen Arbeit geben Sie das Planungsdokument den Prüfungsexperten ab. Das Dokument hat auf die Bewertung keinen Einfluss.

Massgebende Sozial- Methoden- und Fachkompetenzen / Leit- und Richtziele	
Fachkompetenz	Leitziel 5 Verkaufsförderung und Werbung Richtziel 5.1 Verkaufsförderung und Warenpräsentation
Methodenkompetenz	1.1 Arbeitsplanung und –techniken 1.5 Informations- und Kommunikationsstrategie 1.8 Prozessorientiertes, vernetztes Denken und Handeln 1.10 Präsentationstechniken
Selbst- und Sozialkompetenz	2.1 Eigenverantwortliches Handeln 2.3 Kommunikationsfähigkeit

Viel Erfolg!