



# Marketingfachleute mit eidg. Fachausweis



# **Handlungsfelder Marketing- und Verkaufsfachleute**

## **Gemeinsame Handlungsfelder**

### **HF 1: Selbst- und Projektmanagement betreiben**

- ✓ Mitarbeit in Projekten
- ✓ Meetings und Workshops organisieren
- ✓ Wirksame Arbeitstechniken einsetzen

### **HF 2: Analysen vornehmen**

- ✓ Die Entwicklung einer Marke, die Bedürfnisse und Zufriedenheit der Kunden und die Konkurrenz erfassen
- ✓ relevante Studien, Marktdaten, Print- und Onlinemedien sowie Paneldaten analysieren
- ✓ Kundenreklamationen sowie den Absatz-, Umsatz- und Gewinnverlauf analysieren

### **HF 3: Marktleistung realisieren**

- ✓ Prüfung von Ideen hinsichtlich Realisierbarkeit
- ✓ Ergebnisse an vorgesehenen Partnern bzw. Leistungsträgern präsentieren, um diese dafür zu gewinnen
- ✓ Preisdiskussionen mit den Kunden führen und über allfällige Preisnachlässe entscheiden

### **HF 4: Kommunikation**

- ✓ aufgrund der aktuellen Verkaufszahlen und Rückmeldungen der Kunden die relevanten Kommunikationsinstrumente planen
- ✓ Konzepte erstellen und die verschiedenen Massnahmen realisieren
- ✓ massgeschneiderte Kundenbindungsmassnahmen entwerfen

### **HF 5: Distribution gestalten**

- ✓ Vertriebsart und -form ausarbeiten und umsetzen
- ✓ Attraktivität der verschiedenen Kanäle und Absatzstufen erheben bzw. bewerten
- ✓ Distributionsprozesse analysieren und Optimierungsmassnahmen beherrschen

## **Handlungsfelder Marketingfachleute**

# **Vertiefung Marketingfachleute**

### **HF 6: Konzepte erstellen**

- ✓ anhand von Analysen operative Konzepte entwickeln
- ✓ Ziele definieren und darauf basierend Massnahmepläne entwickeln
- ✓ Bearbeitung von Themen wie Markenpolitik, Markenführung sowie Sortimentspolitik

### **HF 7: Digitales Marketing betreuen**

- ✓ sich intensiv mit den verschiedenen digitalen Kanälen auseinandersetzen
- ✓ digitale Kampagnen analysieren, planen und realisieren
- ✓ Instrumente im Bereich SEO (Suchmaschinenoptimierung) und Mobile-Applikationen einsetzen können

### **HF 8: Kommunikationsinstrumente**

- ✓ die Kommunikationsmassnahmen in ihrem Marketingkonzept festlegen
- ✓ die Zielgruppen, den Zeithorizont sowie das Budget definieren
- ✓ Briefings an Agenturen