

Kompetenzmatrix für den Groß- und Außenhandel		Enterprise economics and marketing (BG)		
Kompetenzbereich (Hauptarbeitsprozess)	Schritte der Kompetenzentwicklung / Kompetenzen für betriebliche Aufgaben			
1. Organisieren und Durchführen von Verkaufs- und Dienstleistungsprozessen	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann anhand von Anfragen Kundenbedürfnisse analysieren und mit klar umrissenen Kundenbestellungen bezüglich eingeführter Produktportfolios umgehen (dazu gehört Produkte, Dienstleistungen und Lieferprozesse erklären zu können) kann entsprechende Angebote und den Transportvorgang vorbereiten (z. B. die Verfügbarkeit der Produkte und Transportleistungen klären, Formulare wie Packlisten und Ursprungszeugnissen ausfüllen) kann Stammkunden Preise und Bedingungen innerhalb eines vorgegebenen Rahmens anbieten kann Standardfragen von Kunden bezüglich des Bestellungs-, Lieferungs- und Zahlungsprozesses beantworten 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann eine Kundenbestellung durch die Erstellung eines auf Kundenwünschen basierenden Angebots initiieren. Er/Sie kann die Angaben der Kundenanfragen analysieren und alle Lieferbedingungen klären. ist in der Lage, Preise und Lieferbedingungen (Zeit, Art etc.) mit dem Kunden zu verhandeln kann Informationen vorbereiten (Berichte schreiben, Präsentationen erstellen) über Kundenwünsche, Produkt- und Dienstleistungsangaben, Marktsituationen und Lieferbedingungen für die Geschäftsleitung und entsprechende Verträge und Vereinbarungen bereitstellen kann die Warenlieferung und Bereitstellung von Dienstleistungen als Teil des Bestellvorgangs organisieren kann den Zahlungsprozess überprüfen und mit standardisierten Zahlungsmethoden umgehen (z.B. L/C) ist auf Anfrage von Kunden und/oder anderen Geschäftspartnern in der Lage den Informationsfluss zu organisieren und bereitzustellen (z. B. durch Firmenbesichtigungen, Verfassen von Berichten,...) um die Produktionsstätten vorzustellen sollte in der Lage sein während dieses Prozesses auftretende Fragen, vorzugsweise in verschiedenen Sprachen zu beantworten 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Kunden beraten, Probleme beim Bestellen klären und mit Personen in relevanten Einrichtungen umgehen (z.B. Logistikunternehmen, Handelsinformationszentren, Handelskammern, ...), um Verkaufsmöglichkeiten zu finden kann Angebote von Konkurrenten vergleichen und passende Angebote zusammen mit anderen Firmen organisieren kann den Verhandlungsprozess unter Berücksichtigung aller Aspekte (Preis, Vertrag, Lieferung, Versicherung, rechtliche Vorgaben, Vorzugszölle, Bezahlung) organisieren 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> findet Lösungen für Lieferprobleme, Finanz- und Vertragschwierigkeiten und arbeitet besonders mit Spediteuren und Joint-Venture-Partnern zusammen kann Zahlungsabläufe organisieren, sowohl im Umgang mit ausstehenden Zahlungen, als auch bei der Klärung von Vertragsstrafen kann den Verkaufsprozess weiter verfolgen, Statistiken vorbereiten und Strategien ausarbeiten, um den Kunden zufriedenzustellen (Reaktionen von Kunden melden, auftretende Ansprüche kosteneffektiv bearbeiten.) kann Produktschulungen für Verkaufspartner und Kunden organisieren und durchführen und die Firma auf Messen repräsentieren ist in der Lage Geschäftsreisen vorzubereiten und durchzuführen, um Verkaufsmöglichkeiten auszubauen, Beziehungen zu Kunden zu stärken oder Ansprüche zu regeln

	1. Jahr		2. Jahr		3. Jahr		Nicht Bestandteil
--	---------	--	---------	--	---------	--	-------------------

Enterprise economics and marketing (BG)

Kompetenzbereich (Hauptarbeitsprozess)	Schritte der Kompetenzentwicklung / Kompetenzen für betriebliche Aufgaben		
2. Einkaufsprozesse sicherstellen	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann klar definierte Mengen und Produkte bestellen (bekannte Produkte, Lieferanten- und Zustelldienste) mit Hilfe von Warenwirtschaftssoftware (WWS wie SAP/Navision) kann mit Bestelldokumenten umgehen und den Informationsfluss zu verschiedenen Abteilungen und Firmen sicherstellen 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Einkaufsprozesse beobachten und einen Angebotsvergleich in Bezug auf Preise, Qualität und Lieferbedingungen durchführen kann den Absatzmarkt analysieren und regionale Marktanalysen durchführen um geeignete Einkaufsprozesse (Benchmarking, Marken, Produktfelder, verschiedene Cargo-Unternehmen) sicherzustellen kann Preise und Lieferbedingungen aushandeln. Abhängig vom Stand des Lieferungsprozesses kann er/sie sicherstellen, dass der Verkäufer die richtigen Formulare besitzt und benutzt während er/sie gewährleistet, dass alle notwendigen Dokumente verschickt wurden (z.B. Frachtbriefe: CMR, Luftfrachtbrief, Seefrachtbrief, Rechnung, Ursprungszeugnis, Ausfuhrerklärung, Anweisungen für den Käufer, Packliste) 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann den Kaufprozess analysieren um Entscheidungen bezüglich geeigneter Verkäufer, passender Produkte und des besten Transportunternehmens und Transportprozesses zu treffen unter Berücksichtigung von Lieferbedingungen (Zeit, Preis, Anpassung der Transportbedingungen an verschiedene Güter...) ist in der Lage Transportkosten zu berechnen und Probleme zu lösen im Hinblick auf das Beschaffen fehlender Informationen, die Korrektur fehlerhafter Dokumente, den Abschluss des Zahlungsprozesses und das Treffen angemessener Absprachen im Falle von Lieferausfällen (wie z.B. Ersatz für eine Transportfirma finden)
3. Organisieren des Verpackungs-, Lagerungs- und Transportprozesses (Logistik)	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann die Transportprozesse durch Herausfinden des Lagerortes und Zuweisens der Verpackung und Lieferung der Waren an Frachtunternehmen unter Berücksichtigung von Gewichten, Maßen, Transportbedingungen, Kundenwünschen und Bedürfnissen zur Anpassung an fremde Märkte (z.B. fremdsprachliche Warenauszeichnung) organisieren. ist in der Lage verschiedene Unternehmen und Abteilungen für Verkauf, Einkauf, Transport und Montage im Ausland zu koordinieren. 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Lager- und Logistikprozesse durch Nutzung der WWS Software bedienen, um sicherzustellen, dass genügend Waren vorrätig sowie Frachtunternehmen und Transportmöglichkeiten verfügbar sind. kann sowohl den Distributionsprozess durch Weitergabe der Produktionsaufträge als auch den Fertigungsprozess organisieren. 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Verpackungsarten und bestmögliche Verpackungen und Transportwege für die Produkte (unter Berücksichtigung der Lieferziele, der Lieferzeit und der Transportwege) analysieren. ist in der Lage Ausfuhrdokumente (z.B. Ausfuhrklärungen, EUR.1,...) unter Berücksichtigung der Transportvorschriften, Warenumschaftsregelungen und Befolgung von Umwelt- und Sicherheitsstandards, auszustellen. kann angemessene Produkt- und Verpackungskennzeichnung (Land, Gewicht, Nummer, Größe, Warenumschaft etc.) organisieren.

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	Nicht Bestandteil
--	---------	---------	---------	-------------------

Enterprise economics and marketing (BG)			
Kompetenzbereich (Hauptarbeitsprozess)	Schritte der Kompetenzentwicklung / Kompetenzen für betriebliche Aufgaben		
4. Koordinieren und Durchführen von Dokumenten- und Finanztransaktionsflüssen	<p>Er/Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> kann jeden Schriftwechsel die Marktforschung, den Verkauf, den Einkauf, die Finanztransaktionen, die Logistikprozesse und die Kooperationsangelegenheiten betreffend, dokumentieren und archivieren. zu diesem Zweck ist er/sie fähig sowohl angemessene Kommunikations- und Konferenzsysteme als auch datenbasierte Archivierungs- und Distributionssysteme zu nutzen. 	<p>Er/Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> kann die Buchhaltung aller Prozesse (Finanzierung, Vermögen, Personal, Lager und Logistik) unter Berücksichtigung der Herausforderungen ausländischer Märkte sicherstellen. kann Statistiken für Berichte zur Verfügung stellen und Transaktionen mit Kosteneinheiten und Kostenstellen verknüpfen. 	<p>Er/Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> kann den Finanztransaktionsprozess beobachten und notwendige Eingriffe wie Zahlungserinnerungen und Mahnschreiben initiieren.
5. Unterstützung firmeneigener Prozesse für Verkauf und Einkauf einschließlich Qualitätsmanagement	<p>Er/Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> kann Verwaltungsprozesse für Finanztransaktionen, Lieferung etc. bearbeiten und Koordinationsabläufe zwischen verschiedenen Abteilungen unter Einbezug religiöser, kultureller und sprachlicher Aspekte kontrollieren. 	<p>Er/Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> ist in der Lage typische Qualitätsmanagementaufgaben durchzuführen um die Ordnungsmäßigkeit und Richtigkeit der Dokumente für Verkauf, Lager, Transport und Einkauf der Güter zu gewährleisten. kann gut funktionierende Geschäftsprozesse durch zur Verfügung stellen des Personals und der Informationen (für die Abteilungen) über Veränderungen den Verkauf, den Einkauf und die Transportbedingungen (z.B. Warenumschlagsgebühren, Steuern) gewährleisten und er/sie ist in der Lage Maßnahmen zur Absicherung (z.B. Versicherungen, Lizenzen, ...) in die Wege zu leiten. 	<p>Er/Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> ist in der Lage Projekte bezüglich neuer Geschäftsprozesse, Einfuhr oder Ausfuhr neuer Waren und Entwicklung von Konzepten zur Erweiterung und Neugliederung von Produktportfolios und Dienstleistungen zu initiieren. ist in der Lage zugehörige Risikoanalysen durchzuführen.

	1. Jahr		2. Jahr		3. Jahr		Nicht Bestandteil
--	---------	--	---------	--	---------	--	-------------------

Enterprise economics and marketing (BG)				
Kompetenzbereich (Hauptarbeitsprozess)	Schritte der Kompetenzentwicklung / Kompetenzen für betriebliche Aufgaben			
6. Beobachtung und Analyse ausländischer Märkte und ausländischer Gegebenheiten	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Informationen sammeln (Firmendaten wie z. B. Marktanteil, Umsatz oder Firmengeschichte, derzeitige Abnehmer, Lieferanten) und Statistiken und von der Firma gewünschtes Zahlenmaterial erstellen. 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> ist in der Lage, die speziellen Stärken und erforderlichen Maßnahmen zur Bestimmung der Marktposition der Firma zu ermitteln kann gemäß vorher festgelegter Informationsbedürfnisse Märkte unter Verwendung der Marketinginstrumente analysieren (z. B. SWOT Analyse, Konkurrenzanalyse,...) gemäß vorher festgelegter Informationsbedürfnisse kann Informationen über vorhandene Marktteilnehmer und Institutionen in verschiedenen Ländern zusammentragen kann Informationen über ausländische Märkte unter Berücksichtigung bekannter Indikatoren für Marktentwicklung (z.B. Wachstumsrate, Produktivität, ...) vorbereiten. 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> ist in der Lage Marktforschungsergebnisse zu analysieren und Indikatoren nicht nur für Kundenwünsche und zukünftige Entwicklungen zu erkennen, sondern auch um einen Vergleich mit den Konkurrenten vorzunehmen kann die Risiken verschiedener finanzieller, Liefer- und Import /Export -Strukturen erkennen kann Möglichkeiten und Risiken des Ver- und Ankaufs auf der Grundlage verschiedener Produktportfolios abschätzen. 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Marktforschung in neuen Märkten und Ländern betreiben und die Auswirkungen der jeweiligen kulturellen, religiösen und rechtlichen Aspekte (insbesondere gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Handelsmarken) und Vorschriften beurteilen kann Trends am Markt systematisch verfolgen kann strategische Umfeldfaktoren erkennen und sie in Bezug auf ihre Folgen für Handelsbeziehungen mit diesen Märkten analysieren ist in der Lage Ergebnisse in Gruppen- und Strategietreffen vorzutragen
7. Kooperationsstrukturen mit internationalen Partnern einrichten	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> ist in der Lage mit Auslandsvertretungen, internationalen Partnern und offiziellen Institutionen (z.B. Zollbehörden) Kontakt aufzunehmen um standardisierte Verkaufs- und Einkaufsabläufe (z.B. Vorbereitung von Daten, Einholen von Informationen über Personen, Ablauf und Status der Lieferung, Verschiffung...) zu organisieren und zu koordinieren 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> ist in der Lage potentielle, neue Partner zu finden und mögliche gemeinsame Verbindungen und Treffen mit ihnen vorzubereiten und zu koordinieren 	Er/Sie <ul style="list-style-type: none"> kann Joint Ventures einrichten und vertragliche Unterlagen bereitstellen (z.B. Technologielizenzierung, Patente, Handelsmarken, gewerbliche Schutz- und Urheberrechte, Bedingungen) kann für Entscheidungsprozesse wie das Aufbauen von firmeneigenen Verkaufsagenturen und Geschäften oder das Zuteilen von Verantwortlichkeiten zwischen den Partnern Handelshemmnisse, steuerliche und finanzielle Bedingungen und andere Informationen herausfinden kann für diese Aufgaben mit Experten verschiedener Bereiche (Rechtsanwälte, Berater) kooperieren um Rat einzuholen 	

	1. Jahr		2. Jahr		3. Jahr		Nicht Bestandteil
--	---------	--	---------	--	---------	--	-------------------

Abbreviations:

BOL B/L *Bill of lading*
 CMR *Convention relative au contrat de transport international de marchandises par route (Frachtbrief)*
 ERP *Enterprise Resource Planning*
 L/C *Letter of Credit*
 SOP *Sales Order Process*
 SWOT *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*
 EUR 1 *EUR 1. movement certificate*

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



	1. Jahr		2. Jahr		3. Jahr		Nicht Bestandteil
--	---------	--	---------	--	---------	--	-------------------