**LF 3: Kundengewinnung über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle**

Die nachstehenden Kompetenzformulierungen beziehen sich vornehmlich auf die Fachkompetenz. Weitere Aspekte der Handlungskompetenz werden hier nur fallweise aufgeführt. Bei den formulierten Kompetenzen handelt es sich um einen Vorschlag des Autorenteams. Daraus ist keine Verbindlichkeit abzuleiten. Ebenso ist es den unterrichtenden Lehrkräften freigestellt, eigene pädagogisch-didaktische Überlegungen umzusetzen. Die detaillierte Festsetzung der anzustrebenden Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen wird sich im Rahmen der unterrichtlichen Entwicklung ergeben, gleiches gilt für die Medienkompetenz.

Hinweise:

Die angegebenen Zeitrichtwerte dienen der Orientierung, sie werden sich an die unterrichtliche Praxis anpassen.

Zum Zeitpunkt der Erstellung der Lernfeldstrukturanalyse waren sowohl der Rahmenlehrplan als auch die bayerische Lehrplanrichtlinie veröffentlicht, jedoch lagen noch keine Prüfungskataloge oder ähnliches vor.

Abweichungen bei den Kompetenzformulierungen gegenüber der Lehrplanrichtlinie dienen der besseren Lesbarkeit, es ergeben sich daraus keine inhaltlichen Verschiebungen.

**Autorenteam:**

Wilhelm Fensel

Fred Kohlenberger

Harald Rank

Matthias Stecher

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LF 3: Kundengewinnung über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle**  Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle kundenorientiert unter Berücksichtigung berufssprachlicher Handlungssituationen zu gestalten, Kundenberatungsgespräche in der digitalen Arbeitswelt durchzuführen und diese zu reflektieren. | | | | | |
| **Kompetenzen aus der Lehrplanrichtlinie**  ggf. Lernsituation  Zeitrichtwert: 40 Stunden | **Handlungskompetenz** | | | Didaktik  Organisation  Verantwortlichkeit | Verknüpfung mit anderen Lernfeldern/Fächern |
| Fachkompetenz | Selbst-, Sozial-, Methodenkompetenz | Medienkompetenz |
| **Kompetenz 1**  Die Schülerinnen und Schüler identifizieren ... Vertriebskanäle unter Berücksichtigung der Vertriebsorganisation.  Sie erfassen die Bedeutung der Gewinnung von Neukunden für die Versicherungswirtschaft.  7 Stunden | **Fachkompetenz:**  Die SuS  … informieren sich über mögliche Vertriebskanäle, die für die Kundenkommunikation und den Absatz von Versicherungsprodukten genutzt werden.  … recherchieren die Vertriebskanäle ihres Ausbildungsunternehmens.  … unterscheiden die Versicherungsvermittler gemäß VVG.  … kennen deren Mitteilungs-, Beratungs- und Dokumentationspflichten.  … erfassen die Bedeutung von Neukunden für Wachstum und Erfolg des Unternehmens.  **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … sind sich ihrer Außenwirkung bewusst.  **Mögliche Inhalte:**   * Angestellter im Außendienst * Ausschließlichkeitsvertreter * Mehrfirmenvertreter * Versicherungsberater * Annexvermittler * Direktversicherer * Strukturvertrieb * Versicherungsmakler / Vergleichsportale | | |  | LF 2: Grundlagen zur Beratungs-, Informations- und Dokumentationspflicht des Versicherers |
| **Kompetenz 2**  Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über eine adressatengerechte Kommunikation über verschiedene Medien unter Einhaltung von Datenschutz und Datensicherheit.  Dabei berücksichtigen sie sowohl klassische als auch digitale Kommunikationskanäle und behalten innovative Entwicklungen im Blick.  Sie unterscheiden die ökonomischen, sozialen und ökologischen Chancen und Risiken von analogen und digitalen Kommunikationskanälen und wägen deren Einsatz und Umsetzung für die Kundenkommunikation situationsgerecht, bedarfsgerecht und vertriebsunterstützend ab.  Sie machen sich mit Fragetechniken, Kommunikationsregeln und Einwandbehandlungen vertraut.  Sie informieren sich über die geltenden rechtlichen Regelungen zur Nutzung von Kommunikationskanälen und Durchführung von Kundenberatungsgesprächen.  8 Stunden | **Fachkompetenz:**  Die SuS  … informieren sich über Merkmale, technische Voraussetzungen und Einsatzmöglichkeiten klassischer und digitaler Kommunikationskanäle.  … recherchieren die Akzeptanz klassischer und digitaler Kommunikationskanäle bei unterschiedlichen Zielgruppen.  …formulieren ökonomische, soziale und ökologische Vor- und Nachteile klassischer und digitaler Kommunikationskanäle.  … ermitteln auch, wie der Einsatz mehrerer Kommunikationskanäle sinnvoll kombiniert werden kann.  … stellen Fragen für die Erfassung der persönlichen und wirtschaftlichen Verhältnisse der Kunden zusammen.  … formulieren Grundsätze für kundenorientiertes Verhalten.  … kennen geeignete Fragetechniken.  … überlegen sich Argumente zur Entkräftung von Kundeneinwänden.  … informieren sich über die geltenden rechtlichen Regelungen zur Nutzung von Kommunikationskanälen und Durchführung von Kundenberatungsgesprächen.  **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … kommunizieren adressatengerecht.  **Mögliche Inhalte:**   * Klassische Kommunikationskanäle (z.B. Telefon, persönliches Gespräch) * Digitale Kommunikationskanäle (z.B. E-Mail, Live-Chat, Chatbot, Videotelefonat, Messaging) * Kommunikationsregeln (z.B. bei E-Mails und social media) * Grundsätze für kundenorientiertes Verhalten * Rechtsgrundlagen für die Verarbeitung personenbezogener Daten für Werbezwecke (DSGVO und UWG) | | |  | LF 4 und LF 5  Deutsch: Kommunikationsregeln  LF 12: Service- und Kommunikationskanäle  LF 2: Datenschutz bei Vorbereitung von Kundenberatungsgesprächen vor |
| **Kompetenz 3**  Die Schülerinnen und Schüler werten kundenspezifische Vorgaben aus und identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation über verschieden Vertriebskanäle.  Die Schülerinnen und Schüler wählen entsprechende, aufeinander abgestimmte Kommunikationskanäle aus. Sie erstellen für ihre Kunden Kommunikationsangebote  … unter Berücksichtigung des Kundenprofils,  … der Kosten-Nutzen-Überlegungen,  … der notwendigen technischen Voraussetzungen sowie der Einhaltung des Datenschutzes und der Datensicherheit.  3 Stunden | **Fachkompetenz:**  Die SuS  … werten vorgegebene Kundenprofile unterschiedlicher Kundentypen aus.  … ermitteln für diese Beratungsanlässe für Versicherungsprodukte.  … bestimmen geeignete Kommunikationskanäle für die Beratung der jeweiligen Kundentypen.  … berücksichtigen bei Auswahl von geeigneten Kommunikationskanälen folgende Gesichtspunkte:   * das Kundenprofil * Kosten-Nutzen-Überlegungen * die notwendigen technischen Voraussetzungen * die Einhaltung der Vorgaben des Datenschutzes und der Datensicherheit.   **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … stellen die vorhandenen Informationen in geeigneter Form dar.  **Mögliche Inhalte**:   * Kundenvorgaben zum Einsatz von Kommunikationskanälen * Geeignete Hard-/Software-Ausstattung einer Versicherungsagentur * Datenschutz und Datensicherheit | | | Mögliche Gestaltungsmerkmale für Kundenprofile:  Beruf, Alter, Einstellung zur Digitalisierung, Einkommen, Wohnsituation, Familienstand usw. | Themen für Beratungsangebote können abgesehen von den LF 4 und 5 auch situationsabhängig von anderen Lernfeldern entnommen werden. |
| **Kompetenz 4**  Die Schülerinnen und Schüler entwickeln ein Konzept für die Durchführung des Kundenberatungsgesprächs unter Beachtung der verschiedenen Phasen eines Kundenberatungsgesprächs. Sie entwickeln für das Gespräch einen Evaluationsbogen.  5 Stunden | **Fachkompetenz:**  Die SuS  … skizzieren den Aufbau eines Kundenberatungsgesprächs (Gesprächsphasen).  … recherchieren, welche Verhaltensweisen zu einem erfolgreichen Gesprächsverlauf beitragen.  … ermitteln die unterschiedlichen Anforderungen, welche bei Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle zu beachten sind.  … entwickeln (visuelle) Hilfsmittel, die die Beratung unterstützen.  … erstellen einen Leitfaden zur Durchführung von Kundenberatungsgesprächen.  … definieren Evaluationskriterien für das Kundenberatungsgespräch und entscheiden über deren Gewichtung.  … bestimmen Bewertungsskalen für die Evaluationskriterien.  … gestalten einen Evaluationsbogen.  **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … kommunizieren zielorientiert.  **Mögliche Inhalte:**   * Phasen des Kundenberatungsgesprächs * Körpersprache (Mimik, Gestik) * aktives Zuhören, kundenorientierte Kommunikation * Checklisten (Fragen für die Bedarfsanalyse) * Evaluationsbogen | | |  | LF 2: Die SuS bereiten Kundenberatungsgespräche vor (Einhaltung der Dokumentations- Beratungs- und Informationspflichten)  Deutsch |
| **Kompetenz 5**  Die Schülerinnen und Schüler führen Kundenberatungsgespräche durch.  Die Schülerinnen und Schüler … führen Kundenberatungsgespräche in unterschiedlichen Kommunikationskanälen durch.  … kommunizieren mit dem Kunden auch in einer Fremdsprache.  … passen sich den unterschiedlichen Kommunikationsanforderungen und Gesprächsregeln der jeweiligen Kanäle an.  … versetzen sich in die Lage der Kunden und bauen ein Vertrauensverhältnis auf  … ermitteln Interessen und Bedürfnisse der Kundendurch gezielte Fragestellungen  … berücksichtigen berufssprachliche Handlungssituationen und zeigen Empathie für kulturbedingte Besonderheiten.  … wenden Strategien zur Lösung von Konflikten an und begegnen Kundeneinwänden überzeugend  … nutzen die Kommunikation mit den Kunden auch zur Erfassung veränderter Kundenbedürfnisse.  9 Stunden | **Fach- und Sozialkompetenz:**  Die SuS  … führen Rollenspiele zum Kundenberatungsgespräch in deutscher Sprache oder einer Fremdsprache durch, wobei sie unterschiedliche Kanäle (z.B. persönliches Gespräch, Videotelefonie) nutzen.  … wenden die vorher erworbenen Kompetenzen an.  … zeigen Empathie für die kulturbedingten Besonderheiten ihrer Gesprächspartner.  **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … zeigen Empathie für die jeweilige Kundschaft.  … achten kulturbedingte Besonderheiten. | | |  | Englisch  Deutsch |
| **Kompetenz 6**  Die Schülerinnen und Schüler reflektieren das Kundengespräch mit Hilfe ihres entwickelten Evaluationsbogens, optimieren das Kommunikationsverhalten und die Kommunikationsform und planen Anpassungs- und Verbesserungsmöglichkeiten**.**  6 Stunden | **Fachkompetenz:**  Die SuS  … beurteilen das eigene Verhalten selbstkritisch mit Hilfe des Evaluationsbogens.  … nehmen konstruktives Feedback an.  … formulieren Verbesserungsvorschläge für ihr Kommunikationsverhalten und die Kommunikationsform.  **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … hören zu und lassen den Gesprächspartner ausreden.  … nehmen Feedback an.  **Mögliche Inhalte:**   * Eigen- und Fremdwahrnehmung * Feedbackregeln * Auswertung Evaluationsbogen | | |  | Deutsch: Feedback-Regeln |
| **Kompetenz 7**  Die Schülerinnen und Schüler prüfen den vertrieblichen Erfolg der ausgewählten Kommunikationsaktivitäten und dokumentieren diesen.  2 Stunden | **Fachkompetenz:**  Die SuS  … informieren sich über Kennzahlen zur Messung des vertrieblichen Erfolgs von Kommunikationsaktivitäten.  … ermitteln diese Kennzahlen für unterschiedliche Maßnahmen zur Kundengewinnung, werten sie aus und dokumentieren sie.  **Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen:**  Die SuS  … erstellen Dokumentationen.  … schätzen ihre eigene Leistung ein.  **Mögliche Inhalte:**   * Terminquote * Abschlussquote * Kundenzufriedenheitswerte * Kennzahlenermittlung mit Excel | | |  | LF 12: Kennzahlen |