

Klassenarbeit Verkaufskunde

① Kundentypen

/ 6

Kunden werden häufig nach ihrem Verhalten in Verhaltenstypen eingeteilt. Beschreiben Sie, wie Sie auf das genannte Kundenverhalten beim Bedienen des Kunden eingehen.

- a) Der Kunde ist sparsam.
- b) Der Kunde ist redselig.
- c) Der Kunde hat es eilig.



② Kommunikation

/ 4

Bei der Kommunikation (= Informationsaustausch) werden verbale und nonverbale Kommunikation unterschieden. Erklären Sie die Bedeutung von

- a) verbaler Kommunikation
- b) nonverbaler Kommunikation



③ Die Körpersprache der Verkäuferin/des Verkäufers ist wichtig, weil sie dem Kunden Informationen übermittelt. Beschreiben Sie, wie jeweils die Mimik, Gestik und Körperhaltung sein sollten bzw. nicht sein sollten und welche Informationen dem Kunden dadurch übermittelt werden.

/ 12

Füllen Sie dazu die Tabelle aus.

Mimik, Gesichtsausdruck	Gestik	Körperhaltung
So sollte die Mimik nicht sein:	So sollte die Gestik nicht sein:	So sollte die Körperhaltung nicht sein
Bedeutung:	Bedeutung:	Bedeutung:
So sollte die Mimik sein:	So sollte die Gestik sein:	So sollte die Körperhaltung sein:
Bedeutung:	Bedeutung:	Bedeutung:

Durch Körpersprache übermittelte Informationen

④ Kaufmotive

/ 12

Man könnte behaupten, die Verkäuferin muss Hellseherin sein, damit sie die Wünsche und Motive von Kunden auch immer erkennen kann...

- a) „Hinter jedem Kaufwunsch steckt ein Motiv.“ Erklären Sie den Begriff Motiv anhand von einem Beispiel!
- b) Ihre Ferienaushilfe Karla behauptet: „Die Kunden sollen ihre Wünsche sagen, dann weiß ich, woran ich bin und gebe dem Kunden die gewünschte Ware.“ Erklären Sie, warum es wichtig ist, dass sich die Verkäuferin mit den Motiven von Kunden beschäftigt!
- c) Oft spielt der Preis keine große Rolle, wenn das angebotene Produkt zum Kaufmotiv des Kunden passt. Erklären Sie diesen Zusammenhang.

⑤ Verkaufsförderung

/ 8

Ein Bio-Roggenbrot mit Natursauerteig wird neu ins Sortiment aufgenommen. Bei einer Schulung sollen von den Teilnehmerinnen gemeinsame Maßnahmen zur Verkaufsförderung erarbeitet werden.

- Beschreiben Sie zwei mögliche Motive, warum Kunden ein Bio-Roggenbrot kaufen könnten.
- Mit welchen zwei Maßnahmen können Sie und Ihre Mitarbeiterinnen den Verkauf der Bio-Roggenbrote in den Einführungswochen fördern?

⑥ Rechnungserstellung

/ 10

Ihre Bäckerei liefert an sechs Tagen in der Woche Backwaren an ein Seniorenheim. Täglich werden zu Ladenpreisen 120 Kaiserbrötchen zu 0,35 €St., 60 Plunderteilchen zu 0,90 €St. und 12 Weizenmischbrote zu 2,95 € je Brot geliefert. Welchen Rechnungsbetrag hat das Seniorenheim am Monatsende (28 Liefertage) zu bezahlen, wenn ein Treuerabatt von 5 sowie 2 Skonto gewährt werden?

Nettorechnungsbetrag I	100%		
- Rabatt			
= Nettorechnungsbetrag II		100%	
+ Mehrwertsteuer			
= Bruttorechnungsbetrag		100%	
- Skonto			
= Barzahlungsbetrag			

Hinweis:

Schema Rechnungserstellung

- ⑦ Nach Abzug eines Personalrabattes von 12% kostet ein Einkauf für die Auszubildende im Verkauf noch 21,43 €. Berechnen Sie den regulären Ladenpreis

/ 6

Punkte:

/ 58

Note gesamt: