



Herzlich Willkommen zur Klausur!

Bitte beachten Sie nachfolgende Hinweise:

1. **Lesen Sie** sich die Aufgaben in Ruhe durch.
2. Wenn Sie mit einer Aufgabe nicht weiterkommen - gehen Sie zur nächsten Aufgabe, um **nicht unter Zeitdruck** zu geraten. **Markieren Sie** sich die Aufgabe(n), die Sie noch bearbeiten müssen.
3. Achten Sie auf korrekte Rechtschreibung. (Insbesondere Groß- und Kleinschreibung).
4. Sämtliche **elektronische Geräte**, wie Handys, Smartphones und Smartwatches müssen während der Klausur **ausgestellt** sein. Eine Nichtbeachtung führt sofort zu der Note "6".
5. **Prüfen Sie** noch einmal Ihre Aufzeichnungen, nachdem Sie alle Aufgaben bearbeitet haben.



Notengebung

Note	1+	1	1-	2+	2	2-	3+	3	3-	4+	4	4-	5+	5	5-
Punkte	47	44½	42	39½	37	34½	32	29½	27	25½	24	22½	16½	10½	4½

SPRACHLICHE RICHTIGKEIT	10 % der Gesamtpunktzahl =				/4 P
	fehlerfreie Rechtschreibung, gewandte Formulierung, im Ganzen ohne Mängel	gelegentliche Fehler/Mängel oder mehrfache Satzzeichenfehler	wiederholte oder schwerwiegende Fehler/ grobe Sprachverstöße/ oberflächliche Arbeit	überwiegend unbrauchbar	
Rechtschreibung und Zeichensetzung Ausdruck, äußere Form, Gestaltung, DIN 5008, Corporate Design	10 % 0 %				

Punkte: / 49½	Rechtschreibung / 4	Note
----------------------	--	------

Die Aufgaben waren:

- ☐ sehr leicht
- ☐ leicht
- ☐ mittel
- ☐ schwer
- ☐ sehr schwer

Wie lange habe ich gelernt:

- ☐ über 60 min.
- ☐ 45 - 60 min
- ☐ 30 - 45 min
- ☐ 10 - 30 min
- ☐ 0 - 10 min

**Ausgangssituation**

Sie befinden sich in der Abteilung "Kundenservice" und bearbeiten Reklamationen und Beschwerden sowie Beratungsanfragen. Lösen Sie nachfolgende Situationen auf.

- ① Ein Kunde möchte eine Beratung zu dem neuen Bürositz-Stehtisch haben. Dazu gehen Sie mit verschiedenen Preis-Argumentationstechniken ins Gespräch. / 4

- **Beschreiben Sie** nachfolgende Preistechniken :

- Sandwichtechnik
- Bumerangtechnik

- ② **Nennen Sie** die zu den Erklärungenpassenden **Bezeichnungen** den passenden Preisargumentationstechniken: / 2

- Der Preis wird in Relation zu anderen Ausgaben des Kunden oder zu Konkurrenzprodukten gesetzt und soll dadurch abgeschwächt werden.
- Der Gesamtpreis wird aus dem Preis eines Standardproduktes und den vergleichsweise niedrigen Mehrkosten für ein deutlich höherwertiges Produkt gebildet. Der Kunde kann nachvollziehen, dass das Produkt etwas teurer ist, aber ungleich besser als das Standardprodukt.

- ③ **Benennen Sie** die **Argumentationstechnik**, welche zu dem folgenden Beispielsatz passt.

/ 1

- „**Stellen Sie sich vor, dass Sie in folgende Situation kommen...**“

- ④ **Erklären Sie** welchen Sinn die in Aufgabe Drei genannte Argumentationstechnik haben soll und geben Sie einen Beispielsatz an, zu dem diese Technik passen würde (was sagt der Kunde vorher?).

/ 4

- ⑤ Nicht selten kommt es in der Kunden-Berater-Kommunikation zu Problemen, welche einen Einwand des Kunden hervorrufen.

/ 10

- **Nennen Sie** die VIER möglichen Kundeneinwände und **beschreiben Sie** kurz den jeweiligen Inhalt und den Hintergrund des Einwandes



Um die Bedürfnisse der Kund:innen besser zu verstehen, ist es häufig sinnvoll, gezielt Fragen einzusetzen.

⑥ **Sortieren Sie** die Hinweise zu der jeweiligen Frageart zu.

/ 2

Entscheidung: ja/nein •

○ Gegenfrage

Die Antwortmöglichkeit ist schon vorgegeben:

„Möchten Sie rot oder blau haben?“ •

○ Intonationsfrage

„Sie sind bis 20 Uhr erreichbar?“ •

○ geschlossene Frage

Verantwortung und Entscheidung abgeben, Zeit gewinnen, unpassende Fragen abwehren. •

○ Alternativfrage

⑦ **Beschreiben Sie** die Frageart, die Sie möglichst nicht im Kundengespräch einsetzen sollten. **Nennen Sie** dafür ein Beispiel und **erklären Sie**, weshalb diese Frageart nicht genutzt werden sollte.

/ 4

⑧ **Benennen Sie** die jeweilige Frageart passend zur Erklärung:

/ 4

_____ -

Der Kunde kann viele Antworten geben.

_____ -

Das Gespräch soll gesteuert werden.

_____ -

Es soll wenig Druck auf den Gesprächspartner ausgeübt werden.

_____ -

Dem Gesprächspartner wird bereits eine Antwort in den Mund gelegt.



Manchmal ist die Kundenzufriedenheit dennoch befriedigend und es kommt zu einer Beschwerde oder Reklamation.

- ⑨ **Erklären Sie** den Unterschied zwischen Reklamation und Beschwerde.

/ 3

- ⑩ **Vervollständigen Sie** den Lückentext.

/ 4

Wenn die Erwartung ist, als die Leistung, kommt es zu einer Kundenbeschwerde. Beschwerden sind grundsätzlich als zu betrachten. Nach einer zufriedenstellend bearbeiteten Beschwerde, die Loyalität zum Unternehmen meist deutlich. Deshalb haben viele Unternehmen eine *separates*

.

- ⑪ **Nennen und beschreiben Sie** die fünf Schritte des Beschwerdemanagements. **Erklären Sie** auch jeweils, was dabei zu beachten ist.

/ 7½
