



Funktionen	Tätigkeiten
1 - Umsetzung und Anpassung der Marketing-Strategien	1-1 Beteiligt sich an der Festlegung der Marketingstrategien der Organisation (Unternehmen, Vereinigung, Genossenschaft...)
	1.1.1. Analysiert die Strukturelemente der Branche in den Bereichen Produkt, Markt, Lieferanten oder Kunden. 1.1.2. Beobachtet täglich die Marktentwicklung (Rohstoffe, verarbeitetes Material, Wirtschaftskreisläufe). 1.1.3. Nimmt an der Durchführung von Umfragen und kommerziellen Studien sowie Diagnosen teil. 1.1.4. Beobachtet die Entwicklung der Vermarktungs- und/oder Konsumformen angesichts der Maßnahmen für nachhaltige Entwicklung, Qualität und Lebensmittelsicherheit. 1.1.5. Konsultiert die technische, wirtschaftliche und rechtliche Presse als Entscheidungshilfe. 1.1.6. Analysiert und evaluiert die Marktstellung seines Unternehmens. 1.1.7. Erfasst in seiner Branche die Daten über das technologische, sozioökonomische und kulturelle Umfeld der Organisation. 1.1.8. Kann kommerzielle Tests in Auftrag geben oder umsetzen (Analyse der Verbraucherreaktionen auf die Eigenschaften und Präsentation der Produkte...). 1.1.9. Evaluiert die Gelegenheit und technologische und/oder technische Richtigkeit des/der zu vermarktenden Produkte(s) oder der Dienstleistung(en) (Risikobereitschaft) angesichts der Konkurrenz. 1.1.10. Legt das Einzugsgebiet fest und analysiert es. 1.1.11. Nimmt an der Festlegung der Produkt-, Vertriebs-, Preis- und Kommunikationsstrategien teil.
	1-2 Nimmt an der Umsetzung der Marketingstrategie der Organisation teil
	1.2.1. Bereitet für die Bestätigung einen Maßnahmenplan zur Weiterentwicklung von Ein- und/oder Verkauf vor. 1.2.2. Beteiligt sich an der schriftlichen Abfassung von Verfahren im Zusammenhang mit dem Ver- und/oder Einkaufsprozess (Akquise, Lieferantennetz, Verkaufsargumente, Kaufargumente, ...). 1.2.3. Beteiligt sich am Aufbau oder eignet sich die Hilfsmittel zur Betreuung und Regulierung vom Typ „Dashboards“ an Zur Umsetzung des Ver-/Einkaufsprozesses an (z. B.: Pflege und Unterbrechung des Sortiments). 1.2.4. Beteiligt sich an der Auswahl der Managementinstrumente (Software, Computerstationen...). 1.2.5. Beteiligt sich an der Auswahl der Kommunikationsmittel. 1.2.6. Schlägt dem Validierungsausschuss seinen Kommunikationsplan vor. 1.2.7. Schlägt Elemente zur Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie hinsichtlich Kennzahlen und Merchandising vor (Anregungen aus der Praxis).
	1-3 Passt seine Tätigkeit je nach Umfeld und Geschäftspolitik an
1.3.1. Verfolgt die Entwicklung der Produktions- und/oder Verarbeitungstechniken der zu vermarktenden Produkte. 1.3.2. Verfolgt die Entwicklungen der Meteorologie, die Einfluss auf die Produktion, den Transport und die Konservierung der Produkte haben. 1.3.3. Beobachtet die landwirtschaftlichen Warnungen (zum Beispiel Schädlingsbefall). 1.3.4. Verfolgt die Entwicklung der Kundenwünsche zur Anpassung seines Angebots. 1.3.5. Setzt die Empfehlungen der Geschäftspolitik des Franchisegebers oder der Genossenschaft um. 1.3.6. Achtet auf die Anpassung der Praktiken an die Anforderungen der Zentrale, der seine Organisation unterstellt ist. 1.3.7. Sieht die technischen und ökologischen Faktoren voraus, die Einfluss auf die Produktion oder Verarbeitung des Produkts in seiner Branche haben könnten, um sie bei geschäftlichen Verhandlungen in seine Argumentation einzubeziehen (Produktions- und Verarbeitungsbestandteile, eventuelle Saisonalität der Produktion und Verarbeitung, Umweltverantwortung). 1.3.8. Ermittelt „Eigenmarken“-Produkte als Reaktion auf den Ersatz in einem vielversprechenden Markt (Verständlichkeit der Marke). 1.3.9. Überwacht die direkte oder indirekte Konkurrenz (erhebt Preise, beobachtet die Entwicklung des Angebots in Bezug auf Konkurrenzprodukte, Werbeaktionen, Eröffnung neuer Geschäfte...). 1.3.10. Überprüft die Machbarkeit der Kundebestellung gegenüber der Verfügbarkeit des Endprodukts. 1.3.11. Erstellt einen Zeitplan für die Abstimmung des Angebots auf die kurz- und mittelfristige Nachfrage (vor- und nachgeordnete Querverbindung). 1.3.12. Berichtet von den Beobachtungen aus der Praxis, die einen Einfluss auf die laufenden Strategien haben könnten.	



2 - Verhandlung, Verkauf von technischen Vertriebslösungen	<p>2-1 Setzt die Akquisestrategie für Kunden und/oder Lieferanten um</p> <p>2.1.1. Erstellt seinen Akquisepan je nach Saisonalität. 2.1.2. Erstellt die Interessentendatei mit den verschiedenen verfügbaren Mitteln (Firmen- und Technikverzeichnisse, elektronische Datenbanken). 2.1.3. Wählt seine Kunden und/oder Lieferanten aus, indem er Prioritäten bezüglich der angestrebten Ziele setzt (z. B.: Händlersuche für eine Genossenschaft). 2.1.4. Legt eine Datenbank für jede Art der Akquise (Großhändler, Einzelhändler, Genossenschaft, Verbände...) und jeden angestrebten Tätigkeitsbereich an. 2.1.5. Organisiert einen ersten Kontakt unter Verwendung der Kommunikationsmittel (Telefon, Mailing, Fax, Brief, nicht adressierte Drucksache vom Typ Prospekt). 2.1.6. Führt ein oder mehrere Telefongespräche unter Verwendung einer attraktiven Begründung durch. 2.1.7. Schließt seine Akquise mit der Fixierung eines Termins ab. 2.1.8. Bereitet die Interessentendateien zur Bestätigung durch seinen Vorgesetzten vor. 2.1.9. Erstellt Besuchsberichte und Reisekostenaufstellungen.</p>
	<p>2-2 Setzt die Einkaufspolitik der Produkte oder Dienstleistungen für eine Produktions-, Verarbeitungs-, Vertriebs- oder Beratungstätigkeit um</p> <p>2.2.1. Beschließt die Wahl der Lieferanten (einzeln oder in der Gruppe) je nach Einkaufsstrategie des Unternehmens. 2.2.2. Besucht nach Möglichkeit die Lieferantenzielgruppe(n) (Betriebe und Anlagen der Zentrale oder der einzelnen Geschäftsperson) zur Bewertung der Qualität, der Machbarkeit seines Einkaufs und der Absatzmöglichkeiten. 2.2.3. Evaluert das Beschaffungsvolumen je nach Bedarf des Unternehmens (Aufstellungen) und Saisonalität. 2.2.4. Bietet eine sinnvolle Begründung in gegenseitigem Einvernehmen am Ort des Kaufs und/oder am Telefon in Bezug auf die zu verhandelnden Punkte. 2.2.5. Sucht den Rohstoff zum besten Preis. 2.2.6. Macht nach einem Gespräch mit dem Lieferanten ein Angebot. 2.2.7. Stellt sicher, dass die Einkaufsbedingungen ermöglichen, die Margenziele des Unternehmens zu erreichen. 2.2.8. Erstellt ein Einkaufsformular zur Bestätigung durch seinen Vorgesetzten. 2.2.9. Schließt den Kauf des Produkts oder der Dienstleistung ab. 2.2.10. Sorgt für die Eingabe der Einkäufe in den Computer. 2.2.11. Wendet die nationalen, gemeinschaftlichen und internationalen Gesetzgebungen auf den Kauf der betreffenden Produkte und Dienstleistungen an.</p>



Funktionen	Tätigkeiten
<p>2 - Verhandlung, Verkauf von technischen Vertriebslösungen (Fortsetzung)</p>	<p>2-3 Setzt die Verkaufspolitik der Produkte oder Dienstleistungen für eine Produktions-, Verarbeitungs-, Vertriebs- oder Beratungstätigkeit um</p> <p>2.3.1. Besucht den Interessenten und Kunden oder empfängt den Kunden am Verkaufsort. 2.3.2. Definiert die Anforderungen seines Interessenten oder seines Kunden (bereitgestelltes oder abzuholendes Produkt, Personalisierung des Produkts ...). 2.3.3. Wertet die Qualität seiner Produkte auf und achtet dabei darauf, sie so attraktiv wie möglich zu machen. 2.3.4. Verwendet die Lieferantendateien, Diagramme, Klassifikationstafeln... 2.3.5. Bietet eine Lösung für den ermittelten Bedarf hinsichtlich Produkt, Beschaffung, Lieferfrist. 2.3.6. Setzt eine sinnvolle Begründung in gegenseitigem Einvernehmen an einem Verkaufsort und/oder am Telefon ein. 2.3.7. Verwendet die Verhandlungsinstrumente unter Einhaltung der Ziele des Verkaufsentwicklungsplans und seiner verfügbaren Waren. 2.3.8. Evaluiert seine Handlungsspielräume. 2.3.9. Kann einen Rücknahmepreis im Rahmen von Auktionsverkäufen festlegen. 2.3.10. Passt sein Angebot und seine Tarifgestaltung an. 2.3.11. Legt ein Angebot zur mündlichen und dann zur schriftlichen Zustimmung (per E-Mail), das Preise, Fristen und ggf. Zahlungsbedingungen enthält (elektronischer Kostenvoranschlag). 2.3.12. Bei Bedarf setzt er die Unterstützung seines Vorgesetzten im Falle komplexer Verhandlungen ein (eventueller Vorschlag einer Eigenmarke, ungewöhnliche Marge je nach den Erfordernissen...). 2.3.13. Schlägt eine sinnvolle kommerzielle Lösung als Reaktion auf eine Ausschreibung im Inland vor. 2.3.14. Erstellt ein Verkaufsformular zur Bestätigung durch seinen Vorgesetzten. 2.3.15. Schließt den Verkauf des Produkts oder der Dienstleistung ab und schlägt Cross-Selling oder eine Erweiterung des Sortiments vor. 2.3.16. Sorgt für die Eingabe der Verkäufe in den Computer. 2.3.17. Kann eine Zentralvermarktung auf regionaler Ebene oder im Netz organisieren, als Reaktion auf einen Bedarf. 2.3.18. Erfüllt Verkaufsprognosen.</p> <p>2.3.19. Setzt nationale, gemeinschaftliche und internationale Gesetzgebungen im Zusammenhang mit folgenden Anforderungen ein: Hygiene und Sicherheit, Umwelt, Qualität und Vertriebsnormen.</p>
	<p>2-4 Setzt die Strategie der Kunden- und/oder Lieferantenbetreuung um</p> <p>2.4.1. Gewährleistet die Verbindung zwischen dem Lieferanten und dem Kunden sowie den verschiedenen Abteilungen des Unternehmens. 2.4.2. Führt regelmäßige Besuche nach dem Aufspüren potenzieller Kunden durch. 2.4.3. Führt die Kundenbetreuung im Interesse der Kundenbindung durch und achtet dabei auf die Zahlungsfähigkeit seines Kunden durch Nutzung entsprechender Software (Angabe der Zahlungsausfälle). 2.4.4. Stellt eine rentable, langfristige Geschäftsbeziehung durch Betreuung seines Kunden her (regelmäßige Besuche, telefonische Kontakte, Kundengeschenke, Messeeinladungen, Zufriedenheitsindikatoren, Vertrauensverhältnis...). 2.4.5. Passt seine Betreuung den Erwartungen seiner Kunden an (Rhythmus und Art der Kontakte, bevorzugte Kommunikationsweise ...). 2.4.6. Erstellt und aktualisiert regelmäßig seine Kundendatei (in Verbindung mit Störfällen oder neuen Interessenten). 2.4.7. Hält sich über die Änderungen des Kaufverhaltens seiner Kunden auf dem Laufenden (Änderung des Sortiments). 2.4.8. Hält sich auf dem Laufenden und informiert den Kommunikationsdienst darüber, wie die Lieferanten oder Kunden das Image des Unternehmens oder jenes des Produkts oder der Dienstleistung wahrnehmen. 2.4.9. Übermittelt die Einwände und Wünsche der Kunden an die betroffenen Abteilungen des Unternehmens oder an die Lieferanten angesichts technologischer und kommerzieller Entwicklungen (Bearbeitung von Beschwerden). 2.4.10. Schlägt Lösungen oder Verbesserungen vor, wenn eine Diskrepanz zwischen der Qualität des angebotenen Produkts und ihrer Wahrnehmung durch den Kunden festgestellt wird. 2.4.11. Beteiligt sich an der Streitbeilegung und Beirbeitung von Forderungen. 2.4.12. Überwacht laufend die Zufriedenheit seiner Kunden.</p>



Funktionen	Tätigkeiten
<p>3 - EDV-gestützte Verwaltung der Warenströme, der Zeit und Überwachung der Rentabilität der Vertriebsaktivitäten</p>	<p>3-1 Bereitet die Arbeit und Mittel vor, plant, archiviert und verteilt sie</p> <p>3.1.1. Organisiert seine wöchentliche Arbeit (Briefe in Papier- und elektronischer Form, Telefon-Hotlines).</p> <p>3.1.2. Optimiert seine Fahrten je nach Terminen und betroffenem geografischen Gebiet.</p> <p>3.1.3. Bereitet seine Instandhaltungsaufzeichnungen je nach seinen Zielen vor.</p> <p>3.1.4. Bereitet seine Verhandlungsdossiers und Preise nach Bedarfsermittlung vor.</p> <p>3.1.5. Erstellt Antwortdossiers für Ausschreibungen im Inland zur Bestätigung.</p> <p>3.1.6. Erstellt die Vertragsunterlagen (Lastenheft, Beschaffungsvertrag, Verkaufsvertrag, Kunden-, Produktdateien...) zur Optimierung der Beschaffung der vor- und nachgelagerten Branche.</p> <p>3.1.7. Kann an der Erarbeitung von Verkaufskatalogen teilnehmen (im Rahmen von Auktionsverkäufen im Forstbereich).</p> <p>3.1.8. Erarbeitet gemeinsam mit der Verkaufsverwaltung die Liefer- oder Verladepläne der Waren.</p> <p>3.1.9. Kann ggf. den Warentransport organisieren (lose, verpackt, sortiert...).</p> <p>3.1.10. Aktualisiert die Intranet-Seite (Kunden-/Lieferantendatenbank, Hausordnung, Arbeitsplatzbeschreibungen, Archivierung von Geschäftsunterlagen, Arbeitsverfahren, Planung...).</p> <p>3.1.11. Gewährleistet eine kontinuierliche Leitung.</p> <p>3.1.12. Sorgt für den Ersatz eines Kollegen in einer anderen Abteilung oder einem anderen Bereich.</p> <p>3.1.13. Verteilt die Arbeit seiner Vertriebsmitarbeiter unter seiner direkten Verantwortung (weist Aufgaben zu und plant sie, legt zu erreichende Ziele fest, verwaltet Arbeitsspitzen, passt Planungen an).</p> <p>3.1.14. Teilt die Verwendung von Anlagen und Geräten im Handel zu (Mobilier, Kasse, IT-Geräte, Telefone, GPS...).</p> <p>3.1.15. Sorgt für die Instandhaltung seines Firmenwagens.</p>
	<p>3-2 Verfolgt die Tätigkeiten in einem Verkaufs- oder Lagerraum, einschließlich des Subunternehmers und der Leistungen durch Einsatz der Logistikregeln (Materialflüsse)</p>
	<p>3.2.1. Verfolgt die Prozesse in Verbindung mit der Produktionstätigkeit des zu vermarktenden Produkts (Qualitätskriterien, Einhaltung der Umweltstandards und Lebensmittelsicherheit...).</p> <p>3.2.2. Betreut die Baustellen von Dienstleistern in Bezug auf den Einsatz von Rohstoffen (Kennzeichnung, Formung, Sortierung, Zuordnung, Verpackung, Weinlese...) und/oder ihre Verarbeitung.</p> <p>3.2.3. Betreut die Logistik bei der Vermarktung oder dem Einkauf der zu vermarktenden Produkte oder Dienstleistungen (Betriebsbedingungen, Transport, Lagerung).</p> <p>3.2.4. Kontrolliert die Konformität des Produkts oder der Dienstleistung bei Erhalt und achtet auf die Einhaltung der verhandelten Kaufbedingungen (Einhaltung der Lieferfristen, Mengen und Eigenschaften des Produkts oder der Dienstleistung nach dem Transport und Erhalt, der Konformität mit nationalen und europäischen Standards und Vorschriften).</p> <p>3.2.5. Organisiert Räume (Lager- und/oder Vorratsplatz, Verkaufsstelle, Werbestelle, Kundenempfangsstelle...).</p> <p>3.2.6. Verfolgt die Waren vom Erhalt über das Lager bis zum Merchandising-Bereich.</p> <p>3.2.7. Erklärt den Implantierungs- und Merchandisingplan für gültig.</p> <p>3.2.8. Überprüft die Produktpräsentationen unter Einhaltung der Merchandisingregeln (Lagerplan der Abteilung, Etikettierung, Attraktivität, Organisation des Lagerparks...).</p> <p>3.2.9. Überprüft die Auffüllung in Zusammenarbeit mit der Beschaffungsabteilung (Einhaltung des Sortiments) durch Vermeidung von Unterbrechungen.</p> <p>3.2.10. Überwacht die Instandhaltung und Funktionstüchtigkeit der Geräte und Räumlichkeiten hinsichtlich der Bestimmungen (Kälte, Luftfeuchtigkeit, pH, Sicherheit, Hygiene...).</p> <p>3.2.11. Überwacht die bleibende Qualität der Produkte im Regal oder auf Vorrat (Rotation der Produkte im Regal, Kontrolle des Verbrauchsdatums, Überwachung und Regulierung der Lagerungs-, Lebensraum-, Pflege- und Konservierungsbedingungen).</p> <p>3.2.12. Führt die Bestandsaufnahme der Produkte in Verbindung mit dem Lagerumschlag durch.</p> <p>3.2.13. Kontrolliert die Erfassungsdokumente über Preisnachlässe und Verluste.</p> <p>3.2.14. Erstellt eine Kundendatei je nach vorzubereitendem Produkt.</p> <p>3.2.15. Übermittelt der Verkaufsverwaltung die Kundendatei zur Erstellung des Bestellscheins.</p> <p>3.2.16. Kontrolliert die Konformität des Produkts oder der Dienstleistung bei der Kundenbestellung und stellt die Einhaltung der Verkaufsbedingungen, Lieferfristen und zuverlässige Erledigung sicher.</p> <p>3.2.17. Kann die Kassen führen.</p> <p>3.2.18. Ermittelt den täglichen Umsatz.</p>



Funktionen	Tätigkeiten
<p>3 - EDV-gestützte Verwaltung der Warenströme, der Zeit und Überwachung der Rentabilität der Vertriebsaktivitäten (Fortsetzung)</p>	<p>3-3 Verwaltet und analysiert die Informationsflüsse (immateriell)</p> <p>3.3.1. Überprüft die Rentabilität seiner Geschäftstätigkeit in Echtzeit mit Instrumenten, die er erarbeitet (Dashboard, Indikatoren) in Bezug auf: die Marktanteile, Beschaffungskosten, den Umsatz, die Margen, Preisnachlässe, Lagerumschlag und -wert...</p> <p>3.3.2. Überprüft die Rentabilität seiner Kommunikationstätigkeit in Echtzeit (Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen, Zahl von Neukunden, Grad der Kundenbindung, Ausmaß der Effizienz im Verhältnis zu seinem Marketingbudget).</p> <p>3.3.3. Verfolgt die kritischen Rückmeldungen auf die Markteinführung eines neuen Produkts in Echtzeit.</p> <p>3.3.4. Erstellt und übermittelt Berichte über die beim Kunden eingeholte Produktkritik an die Abteilungen für Forschung und Entwicklung, Produktion, Verarbeitung, Vertrieb und Kundendienst.</p> <p>3.3.5. Kümmert sich um die Buchführung und Analyse (Aufzeichnung von Zahlenangaben, Simulationen).</p> <p>3.3.6. Datenanalyse zur Erkennung der Handelsmerkmale.</p> <p>3.3.7. Analysiert mit seinem Vorgesetzten die Verwaltungssätze (Produktleistungen, Leistungen der Abteilung, Rentabilität und Zahlungsfähigkeit der Kunden, Leistungen der Kommunikationsmaßnahmen).</p> <p>3.3.8. Analysiert die Abweichungen zwischen den festgelegten Zielen und den Leistungen seines Teams.</p> <p>3.3.9. Schlägt einen Plan zur Behebung vor.</p> <p>3.3.10. Berechnet die Selbstkostenpreise und simuliert die Folgen ihrer Schwankungen, unter Berücksichtigung möglicher unvorhersehbarer Entwicklungen auf die Lagerverwaltung und die Datenübermittlung mittels Datenfernübertragung (Computer- und Telefonnetze), vor allem, wenn es sich um besonders leicht verderbliche Produkte handelt, deren Beschaffung zufällig erfolgt.</p> <p>3.3.11. Nimmt an täglichen, monatlichen oder jährlichen Bilanzsitzungen mit der Direktion teil (Fach- und Finanzgespräche).</p>
<p>4 - Branche und Innovation</p>	<p>4-1 Umsetzung und Begleitung von umweltfreundlichen Maßnahmen</p> <p>4.1.1. Verwendet und valorisiert die Qualitätssicherungsverfahren in seiner Organisation (HACCP, Zertifizierung als umweltbewusstes Unternehmen, PEFC-Kontrollkette, ISO-Normen, Zertifizierung für Pflanzenschutzmittel, Zertifikat für nicht domestizierte Tiere...).</p> <p>4.1.2. Begleitet die Erzeuger bei Umstellungsmaßnahmen (z. B.: biologischer Wein).</p> <p>4.1.3. Begleitet die Branchenakteure bei umweltfreundlichen Maßnahmen (Wiederverwertung der Materialien, nachhaltiges Management lebender Ressourcen, nicht verwendete Pflanzenschutzmittel (PPNU) ...).</p> <p>4.1.4. Führt Diagnosen zur Anpassung seines Angebots durch.</p> <p>4.1.5. Berät die verschiedenen Partner über die Produkte, ihre Verwendung, eventuelle Gefahren bei unsachgemäßer Verwendung (z. B.: im Bereich der Pflanzenschutzmittel).</p> <p>4-2 Entwickelt partnerschaftliche und innovative Maßnahmen</p> <p>4.2.1. Schafft Synergien zwischen den Branchenakteuren (MSA, Branchenkampagne, Erzeuger, Verarbeiter...).</p> <p>4.2.2. Unterstützt bei der Formalisierung von Partnerschaften.</p> <p>4.2.3. Integriert sich in ein Kompetenznetzwerk (Schaffung von partnerschaftlichen Projekten, Think-Tanks, Aufbau innovativer und wettbewerbsfähiger Maßnahmen auf neuen Märkten...).</p> <p>4.2.4. Optimiert das lebende Kapital der Brancheneigentümer durch prospektives und nachhaltiges Vorgehen (Einsatz von privatem Holz, Entwicklung von Holz für die Energiegewinnung, Organisation von Weinerzeugerverbänden, Optimierung eines Terroirs, technische Leistungen...).</p> <p>4.2.5. Nimmt zusammen mit der Forschungs- und Entwicklungsabteilung an der Entwicklung des Angebots auf Trendmärkten teil.</p> <p>4.2.6. Arbeitet mit den Planungsbüros, Fertigungs- und/oder Vertriebsabteilungen zusammen (Forschungs- und Entwicklungs-, Produktions-, Verarbeitungs- oder Vertriebstests, kommerzielle Tests, Analyse der Verbraucherreaktionen auf die Eigenschaften und Präsentation der Produkte...).</p> <p>4.2.7. Organisiert technische Reisen und Beratung in Zusammenhang mit technologischen Entwicklungen.</p> <p>4.2.8. Begleitet die Entwicklung neuer Vertriebsmodelle (E-Commerce, Verkauf von klassifiziertem Rundholz, Telefonmarketing, Teleshopping, industrielle Logik...).</p>



Funktionen	Tätigkeiten
<p>4 - Branche und Innovation (Fortsetzung)</p>	<p>4-3 Entwickelt ein Beziehungsnetz</p>
	<p>4.3.1. Unterhält ein Netz von Akteuren, um seinen Eintritt in neue Geschäftsbereiche zu erleichtern. 4.3.2. Sucht Unterstützung zur Festigung und Verbesserung seiner Praktiken. 4.3.3. Tauscht sich mit Gleichrangigen anderer Regionen über gemeinsame oder sich überschneidende Themenbereiche aus. 4.3.4. Entwickelt ein Gefüge der Öffentlichkeitsarbeit (Unternehmen, Verbände, Tourismusbüros...).</p>
<p>5 - Management des Verkaufspersonals</p>	<p>5-1 Managt ein Team selbstständiger Handelsvertreter und/oder leitet die Verkaufsteams der Händler</p>
	<p>5.1.1. Verwaltet die selbstständigen Außendienstmitarbeiter, die auf Kommission arbeiten. 5.1.2. Leitet technische Sitzungen zur Koordinierung und Unterstützung (Betreuung der selbstständigen Außendienstmitarbeiter, der Handelsagenten im Ausland, der Verkaufsmitarbeiter vor Ort). 5.1.3. Leitet Sitzungen zum Austausch allgemeiner Themen (Trends, Zahlen, Verfahren, Organisation...). 5.1.4. Organisiert gemeinsame Reisen mit dem Außendienstmitarbeiter oder dem Händler, um ihn zu unterstützen und ihm technische Elemente mitzubringen. 5.1.5. Unterstützt den Handelsagenten bei komplexen Verhandlungen. 5.1.6. Fördert die Äußerung von Anregungen und/oder Bemerkungen, die zu einer Verbesserung der wirtschaftlichen Leistung seiner Branche führen könnten. 5.1.7. Besucht die Händler, um Vertriebsmitarbeiter vor Ort dynamischer zu machen und im verwendeten oder künftigen Sortiment zu schulen.</p>
	<p>5-2 Managt ein Vertriebsteam in einem Verkaufsraum</p>
	<p>5.2.1. Fördert die interne Kommunikation in der Organisation. 5.2.2. Begrüßt und betreut neue Vertriebsmitarbeiter. 5.2.3. Dynamisiert und unterstützt das Konzept und die Kultur der Organisation. 5.2.4. Sorgt für die Einhaltung der Anweisungen und geht auf das Personal ein. 5.2.5. Hält die Geschäftsordnung des Unternehmens ein und sorgt für deren Einhaltung. 5.2.6. Wendet die handelsrechtlichen Vorschriften an und sorgt für deren Anwendung. 5.2.7. Wendet die Hygiene- und Sicherheitsvorschriften an und sorgt für deren Anwendung. 5.2.8. Wendet die Vorschriften über den Verkauf von Tieren an und sorgt für deren Anwendung. 5.2.9. Wendet die Vorschriften über den Verkauf von Pflanzenschutzmitteln an und sorgt für deren Anwendung. 5.2.10. Überzeugt sich davon, dass das Verhalten seines Teams der lokalen Handelsstrategie des Unternehmens entspricht (Kleidung, Begrüßung von Lieferanten oder Kunden, Kompetenzen in der Beratungstätigkeit...). 5.2.11. Hält sich an die Verfahren der Lieferanten- und der Kundenbetreuung und sorgt für deren Einhaltung. 5.2.12. Leitet Sitzungen zum Austausch allgemeiner Themen (Trends, Zahlen, Verfahren, Organisation...). 5.2.13. Fördert die Äußerung von Anregungen und/oder Bemerkungen, die zu einer Verbesserung der wirtschaftlichen Leistung seiner Branche führen könnten. 5.2.14. Informiert sein Team über jede Entwicklung in Zusammenhang mit der Vermarktung des Produkts oder der Dienstleistungen (Entwicklung von Verhandlungstechniken zum Beispiel).</p>
	<p>5-3 Managt die Kompetenzen der Teams</p>
<p>5.3.1. Evaluiert den Personal- und Kompetenzbedarf. 5.3.2. Trägt zur Festlegung der Stellenprofile bei. 5.3.3. Kann an Einstellungen oder Positionierungen teilnehmen. 5.3.4. Begleitet die Professionalisierung der Mitarbeiter. 5.3.5. Sorgt für die individuelle Betreuung der Teammitglieder (Fortbildungsplan, Anpassung der Tätigkeit, Fachgespräch, Prämien und Entschädigungen). 5.3.6. Fördert die Aktualisierung der Kenntnisse der Mitarbeiter über die nationalen, gemeinschaftlichen und internationalen handelsrechtlichen Vorschriften für den Kauf und Verkauf der betreffenden Produkte und Dienstleistungen. 5.3.7. Fördert die Aktualisierung der technischen Kenntnisse durch die Fachpresse und/oder den Besuch von Arbeitsplätzen unter Verwendung der ihm zu Verfügung stehenden Kommunikationsmittel (z. B.: Videokonferenz, Versuchsgruppen, Prüfgruppe...).</p>	