

## REAKTIVE ÜBERWACHUNG, ENTSCHEIDUNGSHILFE, BEITRAG ZUR MARKETING- UND HANDELSPOLITIK DES UNTERNEHMENS

### Wichtige berufliche Situationen

BS1: Analysiert die Marktstellung des Unternehmens  
 BS2: Trägt zur Festlegung der Produkt-, Vertriebs-, Preis- und Kommunikationspolitik bei  
 BS3: Erstellt und/oder eignet sich die Hilfsmittel zur Betreuung und Regulierung an  
 BS4: Führt eine reaktive Überwachung durch (Neuheiten, Reglementierung, Risikoanalyse...)

**Ziel:** Beobachtung, Analyse und Bericht über die Entwicklung des technologischen, sozioökonomischen und kulturellen Umfelds, um beim Aufbau der Marketingstrategie der Organisation behilflich zu sein

### Verantwortung / Selbstständigkeit:

Der Vertriebsleiter nimmt an der schriftlichen Abfassung des strategischen Projekts des Unternehmens teil, indem er seine tägliche Erfahrung einbringt. Er ist dank einer engen Zusammenarbeit mit seinem Vorgesetzten, der letztlich die Korrekturmaßnahmen und Anpassung des Maßnahmenplans bestätigt, eine initiative und regulierende Kraft für die Organisation.

Er arbeitet selbstständig unter Verwendung der bereitgestellten Kommunikationsmittel, um seinen Beitrag insbesondere zur Überwachung der Konkurrenz zu leisten. Vom Vertriebsmitarbeiter wird erwartet, dass er je nach den erhaltenen Informationen und seinen Beobachtungen angemessen reagiert. Er kennt den Umfang seines Verantwortungsbereichs und die Spielräume für Initiativen.

Sein Vorgesetzter ist für den gesamten Aufbau der Marketingstrategie zuständig. Der Vertriebsmitarbeiter handelt im Geiste der Zusammenarbeit, er **beobachtet, analysiert und berichtet**.

### Arbeitsumfeld:

Seine Tätigkeiten spielen sich hauptsächlich im Büro ab und betreffen die Analyse der technologischen, sozioökonomischen, ökologischen und kulturellen Daten, die Produktion von Werkzeugen und die schriftliche Abfassung von Maßnahmenplänen. Er arbeitet daher im Team, tauscht sich regelmäßig mit Gleichrangigen und seiner Führung aus, wobei er die „*Reporting*“-Technik bevorzugt. Bei dieser Gelegenheit kommen Anregungen aus der Praxis zum Ausdruck und werden für die Vorgesetzten zu wertvollen Regulierungsinstrumenten, um zielorientierte Angebote zu ermöglichen. Er vergleicht seine Beobachtungen aus der Praxis mit der Fach- und Wirtschaftspresse, aktualisiert sein Wissen, um schneller reagieren und neue Leitmärkte vorausahnen zu können. Er integriert die „*Valorisierung*“ von Produkten oder Dienstleistungen in die Strategie, indem er sie attraktiv macht (Konzeptimage „sauberes Produkt“ ...), um der gesellschaftlichen Nachfrage nachzukommen. Der Vertriebsmitarbeiter verkauft und/oder kauft das Produkt und legt dabei immer größeren Wert auf die Dienstleistungskomponente (Information-Beratung, Expertise, technisch-wirtschaftliche Bilanz zur Entscheidungshilfe). Dieser neue Input trägt zur Erzeugung eines Mehrwerts der Geschäftstätigkeit in einer Zeit bei, in der die Konkurrenz groß ist: **Die Risikobereitschaft wird zu einer „vernünftigen Risikobereitschaft“** unter Einbindung des finanziellen Gleichgewichts, der Lebensmittelsicherheit und des nachhaltigen Managements.

In einem Micro-/Kleinunternehmen ist die Einbindung des Vertriebsmitarbeiters in die Wahl der Marketingstrategien an der Seite seines Vorgesetzten vorrangig. In großen Franchise-Läden und Genossenschaften, die große Mengen an sich ziehen, befindet sich der Vertriebsmitarbeiter eher in einer ausführenden Position der Strategie einer Gruppe, einer Filiale, einer Zentrale, selbst wenn er offensichtlich zu ihrer Anpassung beiträgt.



## KOMPETENZBESCHREIBUNG

Know-how	Referenzkenntnisse, die von den Fachleuten genannt wurden
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tägliche Marktbeobachtung</li> <li>- Tägliche Beobachtung der Konsum- und Vermarktungsformen</li> <li>- Beteiligung an strategischen Plänen</li> <li>- Verwendung von Dashboards</li> <li>- Festlegung von Einzugsgebieten</li> <li>- Beobachtung der Konkurrenz</li> <li>- Übermittlung der Beobachtungen aus der Praxis</li> <li>- Verwendung der Bürosoftware</li> <li>- Verwendung der Strukturelemente der Branche (Produkte, Lieferanten, Kunden...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmens-, Branchenkonzept</li> <li>- Beziehung Unternehmen/Umwelt, Einfluss- und Anpassungsfaktoren (technologisch, wirtschaftlich und finanziell, soziokulturell, institutionell...)</li> <li>- Marketingmaßnahmen</li> <li>- Funktionsweise eines Marktes</li> <li>- Konsumverhalten</li> <li>- Kenntnis der Vertriebskanäle</li> <li>- Marktpositionierung</li> <li>- Marktstudien, deren Interpretation und Verwendung</li> <li>- Durchführung von Umfragen (Bedarfsprognose oder Zufriedenheitsindikator)</li> <li>- Umsetzung der Marketingstrategie (Produkt, Preis, Vertrieb, Kommunikation)</li> <li>- Handelsrecht und -gesetz</li> <li>- Wettbewerbsrecht</li> <li>- Organisatorischer Ansatz</li> <li>- Strategische Politik</li> <li>- Qualitätsstandards</li> <li>- Regulierung im Umweltbereich</li> </ul>
Durch Erfahrung konsolidiertes Fachwissen	Professionelle Verhaltensweisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Initiative und regulierende Kraft</li> <li>- Ermittlung der Konsumtrends</li> <li>- Fundierte Analyse der Marktstellung</li> <li>- Beherrschung der Konkurrenzeffekte und Risikobereitschaft angesichts der Preisfestlegung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beobachtung</li> <li>- Analyse</li> <li>- Schnelle Reaktion</li> <li>- Sparsamkeit</li> <li>- Berichtsfähigkeit</li> </ul>

GESCHÄFTSBEZIEHUNG	
<b>Wichtige berufliche Situationen</b>	BS5: Umsetzung des Akquiseplans BS6: Erstellung der Verhandlungsdossiers BS7: Durchführung einer Verhandlung BS8: Betreuung von Kunden, Lieferanten und anderen Partnern
<b>Ziel:</b> Entwicklung und Pflege eines Geschäftsportfolios zur Steigerung des Umsatzes der Organisation durch Vorschlag eines passenden Angebots	
<b>Verantwortung / Selbstständigkeit:</b> Der Vertriebsstechniker wendet die Marketingpolitik der Organisation selbstständig an. Seine Rolle ist auf allen Ebenen des Geschäftsprozesses wichtig, von der Akquise, über die Bedarfsanalyse, die Verhandlung, bis zur Kunden-/Lieferantenbetreuung. Seine Tätigkeit stützt sich auf einen Kommunikationsplan, den der Vertriebsleiter je nach Bedeutung der Organisation mehr oder minder selbstständig umsetzt. Im Falle von Zahlungsausfällen ist er mit der Beitreibung und Streitbeilegung beauftragt. Seine Selbstständigkeit findet dennoch in einem vom Vorgesetzten bestätigten und regelmäßig angepassten Rahmen statt. Der Vertriebsstechniker macht niemals „Alleingänge“. Der Vertriebsstechniker schlägt validierte Maßnahmenpläne vor und setzt sie um.	
<b>Arbeitsumfeld:</b> Der mobile Vertriebsstechniker verbringt 80 % seiner Zeit vor Ort, während sich der ortsgebundene seinerseits im selben Umfang im Laden oder Lager aufhält. Beide stehen in direktem Kontakt mit den Lieferanten und/oder Kunden. Dem mobilen Mitarbeiter steht ein Fahrzeug zur Verfügung, ebenso wie ein GPS, Telefon und Laptop, um ständig mit seinem Vorgesetzten in Verbindung zu sein und alle Informationen zur Klärung des Bedarfs bei geschäftlichen Verhandlungen nutzen zu können (Zugang zu Datenbanken über Zahlungsausfälle bei Banken, verfügbare Mengen, Antrag einer Bürgschaft, Auktionskatalog...). Je nach seinem geografischen Einzugsgebiet kann er mehrtägige Dienstreisen mit Unterbringung im Hotel tätigen. Der ortsgebundene Mitarbeiter verfügt über dieselben Kommunikationsmittel und einen Intranetzzugang, den er bei Bedarf mehrmals täglich konsultiert. Der Vertriebsstechniker ist nie alleine und handelt zumeist im Rahmen eines Industrieprozesses, der seiner Branche vor- und nachgelagert ist. Er beobachtet nicht nur die Marktsituation, sondern auch das Verhalten der Menschen, er analysiert ihre (individuellen oder kollektiven) Erwartungen, integriert Vorgaben der Gesellschaft, Technik, Saisonalität, Beschaffung und wertet seine Produkte oder Dienstleistungen in einem passenden Angebot auf... Diese kombinierten Parameter verleihen den Schwerpunktthemen einen besonderen Charakter: für jedes Angebot eine neue Herausforderung! Seine Originalität sollte ihm erlauben, sich durchzusetzen und von der Konkurrenz abzuheben, um seinen Verkauf oder seinen Kauf unter Einhaltung der Margen und Ziele abzuschließen. Er kann bei Bedarf jedoch seinen Vorgesetzten bei komplexen Verhandlungen einsetzen. Er verbringt einen nicht unbeträchtlichen Teil der Zeit mit der Kommunikation und Betreuung seiner Kunden und/oder Lieferanten, im Interesse der Kundenbindung und Erneuerung seines Portfolios. Er ist bemüht, ein Klima des Vertrauens aufzubauen.	
<b>Erfolgsindikatoren:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl der Besuche pro Tag</li> <li>- Zahl neuer Kunden/Lieferanten/Mitarbeiter/Händler</li> <li>- Aktualisierte Interessentendatei</li> <li>- Anzahl der Aufträge/Kostenvoranschläge</li> <li>- Anzahl definitiver Verkäufe</li> <li>- Zahl der Forderungsausfälle</li> <li>- Einhaltung von Margen und Zielen</li> <li>- Grad der Kunden-/Lieferantenzufriedenheit</li> <li>- Grad der Kunden-/Lieferantenbindung</li> </ul>	

Know-how	Referenzkenntnisse, die von den Fachleuten genannt wurden
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erstellung eines Akquiseplans (physisch, telefonisch, durch Werbebriefe, Events...)</li> <li>- Besuche und Bedarfsanalysen</li> <li>- Eingabe genauer Bedarfskennzahlen in einen Mikrocomputer</li> <li>- Beobachtung der Konkurrenz</li> <li>- Erstellung eines aussagekräftigen Angebots</li> <li>- Durchführung von Verhandlungen unter Optimierung der Begründungen (finanzielles, technisches und menschliches Umfeld)</li> <li>- Durchführung von Kauf-/Verkaufsverhandlungen</li> <li>- Erstellung eines Kostenvoranschlags</li> <li>- Ausarbeitung einer Bestellung</li> <li>- Aktualisierung des Kunden-/Lieferantenportfolios</li> <li>- Kaufmännische und administrative Beobachtung seines Sektors</li> <li>- Bindung von Kunden/Lieferanten</li> <li>- Führung von Telefongesprächen</li> <li>- Beherrschung der Büro-, Kommunikations- und Navigationsmittel</li> <li>- Organisation von Events, Werbeaktivitäten und Produktvorstellungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkaufsverhandlungsgespräch (Akquise, Besuch, Verkaufsphasen, Weiterführung der Verhandlung)</li> <li>- Verkaufsverhandlung am Telefon, E-Commerce</li> <li>- Kaufverhandlungsgespräch</li> <li>- Der Begriff der Suchmaschinenoptimierung</li> <li>- Kaufverhandlung am Telefon, E-Commerce</li> <li>- Verwaltung eines Kundenportfolios</li> <li>- Kommunikationstechnik und Verwaltung von Werbetätigkeiten</li> <li>- Organisation von Messen</li> <li>- Produktion von Kommunikationsträgern</li> <li>- Redaktionelle Qualität</li> </ul>
Durch Erfahrung konsolidiertes Fachwissen	Professionelle Verhaltensweisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedarfsanalyse (Vielfalt der Nachfrage)</li> <li>- Erarbeitung der Preise</li> <li>- Regulierung des Angebots angesichts der Konkurrenzeffekte</li> <li>- Vorhersage von Parametern in Verbindung mit Betriebsvorgaben</li> <li>- Streitbeilegung</li> <li>- Führung von Lieferantenverhandlungen (in Krisen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beobachtung</li> <li>- Analyse</li> <li>- Fähigkeit zuzuhören</li> <li>- Vorhersagen treffen</li> <li>- Organisatorische Fähigkeiten</li> <li>- Berichtsfähigkeit</li> <li>- Sparsamkeit und Selbstständigkeit</li> <li>- Pünktlichkeit</li> <li>- Durchhaltevermögen und Hartnäckigkeit</li> </ul>

## LOGISTIK DER HANDELSSTRÖME

### Wichtige berufliche Situationen

BS9: Organisation und Verteilung der wöchentlichen Arbeit  
 BS10: Verkäufe/Käufe vertraglich fixieren  
 BS11: Einhaltung der *Prozesse* bezüglich der Produktions- und/oder Dienstleistungs- und/oder Betriebstätigkeit, ihrer Vermarktungslogistik, Verwaltung und Konformitätskontrolle  
 BS12: Organisation und Betreuung des Verkaufs- oder Lagerraums  
 BS13: Überwachung der Rentabilität der Vertriebsaktivitäten

**Ziel:** Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit durch eine effiziente Verwaltung der vor- und nachgelagerten Beschaffungsströme

### Verantwortung / Selbstständigkeit:

Der Vertriebsstechniker organisiert seine wöchentliche Arbeit selbstständig im Büro und verteilt die seiner Mitarbeiter. Er steht mit seinen Lieferanten und Kunden ständig in telefonischem Kontakt oder besucht sie regelmäßig vor Ort. Er ermittelt die verfügbaren Bestände und deren Qualität, um sie an den richtigen Empfänger zu leiten. Er verwaltet die Warenströme, die Zeit und die Rentabilität der Vertriebsaktivitäten und baut dazu eine Datenbank auf (Verkäufe, Käufe, Kunden-Lieferanten, verfügbare Mengen, Qualitätseinstufung, Bestandsänderungen, Zahlungsausfälle...), die von den verschiedenen betroffenen Abteilungen eingesehen werden kann. In Bezug auf einen Verkaufsraum berichtet er seinem Vorgesetzten über die Umsatzentwicklung seines Sektors oder seiner Abteilung. Er warnt bei einer negativen Entwicklung oder einer Unterbrechung des Sortiments, um nach Bestätigung durch seinen Vorgesetzten die nötigen Abhilfemaßnahmen umzusetzen. Er kann punktuell seine Leitung ersetzen und seine Managementregeln anwenden; er arbeitet im Allgemeinen samstags und jeden zweiten Sonntag. Der Vertriebsstechniker **analysiert, warnt, reguliert und passt an.**

### Arbeitsumfeld:

Der Vertriebsstechniker verwendet die ihm zur Verfügung stehenden Kommunikationsmittel zur Nachverfolgung, Simulation und Regulierung der Warenströme unter Einhaltung der Just-in-Time-Dynamik, die in die Qualitätsmaßnahmen integriert ist. Er ist auf eine transparente Verwaltung seiner Just-in-Time-Tätigkeiten bedacht und bevorzugt in diesem Sinne enge Kontakte mit allen Akteuren der Branche (vor Ort, telefonisch...). Der Verkauf/Kauf von Produkten der Natur und lebender Ressourcen impliziert die Einbindung in den *Prozess* der historischen, geografischen, wirtschaftlichen, kulturellen und saisonalen Parameter, die sich stark auf die Produktqualität sowie die Betriebs-, Beschaffungs-, Lagerungs- und Vertriebsbedingungen auswirken. Er kümmert sich um die Überwachung von Baustellen mit einem Leistungsvertrag (Markierungs-, Rodungs-, Rundholzklassifizierungs-, Weinlese- und Weinbereitungsarbeiten, Kulturarbeiten...). Der logistische Input ist sehr stark, vor allem bei verderblichen Lebensmitteln (Nahrungsmittel, seltene Holzsorten...). Der Vertriebsstechniker sucht nach einer Optimierung der Bedingungen der Attraktivität, der Vermarktung/des Verkaufs, der Lagerung, des Transports unter dem wachsamen Auge der Investoren, der Genossenschaftler, der Franchisegeber und der Kunden. Er achtet auf die regelmäßige Versorgung seiner Kunden oder Lieferanten mit Rohstoffen oder verarbeitetem Material, um die gesundheitliche und finanzielle Sicherheit unter Einhaltung der Maßnahmen für nachhaltige Entwicklung sicherzustellen. Seine Stärke besteht darin, dass er Techniker ist! Seine detaillierten praktischen Kenntnisse ermöglichen ihm die **Evaluierung, Vorhersage und Entscheidung** in jeder Phase der Versorgungskette.

### Erfolgsindikatoren:

- Keine Planungsunterbrechungen
- Qualität der übermittelten Anweisungen
- Optimierung von Reisetätigkeit und Zeit
- Einhaltung der Verfahren zur Überwachung der Wirtschaftlichkeit
- Keine Unterbrechung der Beschaffungsverträge
- Attraktivität und Verständlichkeit der Verkaufsstelle
- Umsatzentwicklung
- Zwischenmenschliche Qualität der Kunden- und Lieferantenbeziehungen
- Aktuelle Datenbank
- Einhaltung der Lagerungsvorschriften
- Einhaltung der Handelsgesetze

Know-how	Referenzkenntnisse, die von den Fachleuten genannt wurden
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verteilung und Organisation der Teamarbeit</li> <li>- Optimierung der Arbeitsorganisation (Reisen)</li> <li>- Verwaltung technischer und finanzieller Unterlagen</li> <li>- Überprüfung von Rechnungen und Buchungsbelegen</li> <li>- Just-in-Time-Versorgung einer Abteilung oder einer Industriekette unter Einhaltung der Gesundheits- und Umweltschutzregeln</li> <li>- Integration und Verwaltung der Transportparameter des Betriebs</li> <li>- Garantie, dass die Waren gesundheitlich und physisch unversehrt bleiben</li> <li>- Die Beschaffung vertraglich fixieren</li> <li>- Organisation der Verkaufsstelle hinsichtlich Attraktivität und Rentabilität</li> <li>- Kundeninformation und -management</li> <li>- Treffen mit Lieferanten, Händlern, Berufsverbänden...</li> <li>- Lager- und Beschaffungsverwaltung der Waren</li> <li>- Überwachung der Baustellen des Betriebs unter Einhaltung der Lastenhefte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktions- und Logistkvorgaben bei Geschäftstransaktionen</li> <li>- Begriff des Industrie<i>prozesses</i></li> <li>- Just-in-Time-Management</li> <li>- Logistiktechnik und Instrumente</li> <li>- Logistkvorgaben</li> <li>- Bürotechnische Hilfsmittel</li> <li>- Verwaltung der Dienstleistung, Unterauftragsvergabe</li> <li>- Buchführungsaufzeichnungen</li> <li>- Analyse der Ergebnisrechnung</li> <li>- Verwaltung der Ein- und Verkäufe (kaufmännische Kalkulation, Margen...)</li> <li>- Lagerverwaltung, Lagerkosten</li> </ul>
Durch Erfahrung konsolidiertes Fachwissen	Professionelle Verhaltensweisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorhersage von Parametern in Verbindung mit Betriebs- und Transportvorgaben</li> <li>- Überwachung und Regulierung der Wirtschaftlichkeit eines Sektors</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beobachtung</li> <li>- Analyse</li> <li>- Planung</li> <li>- Mathematische Genauigkeit</li> <li>- Saubere Kleidung</li> <li>- Sprachliche Qualität</li> </ul>



## MANAGEMENT UND FÜHRUNG DES VERKAUFSPERSONALS EINES VERTRIEBSTEAMS

**Wichtige  
berufliche  
Situationen**

BS14: Managt ein Vertriebsteam  
BS15: Verwaltet die Kompetenzen seines Teams in Verbindung mit dem strategischen Projekt der Organisation

**Ziel:** Führung des Verkaufspersonals, damit gemeinsam die von der Direktion festgelegten Rentabilitätsziele erreicht werden

### **Verantwortung / Selbstständigkeit:**

Der Vertriebstechniker betreut die selbstständigen ortsgebundenen und/oder mobilen Vertriebsmitarbeiter allein (zwischen 2 und 10). Er stellt das Verhalten seines Teams in Bezug auf die Handelsstrategie der Organisation sicher und berichtet seinem Vorgesetzten über die erzielten Leistungen. Er fördert die interne Kommunikation, um Anregungen und/oder Bemerkungen zu sammeln, die zu einer Verbesserung der wirtschaftlichen Leistung seiner Branche führen könnten. Er ist für sein Team verantwortlich und muss alles unternehmen, um es so kompetent wie möglich zu machen. Er achtet daher auf die Anpassung der Profile seiner Vertriebsmitarbeiter an den Arbeitsplätzen und begleitet ihre Weiterentwicklung durch Fortbildung und Mentoring. Das „Gespür“ ist ein wesentlicher Faktor im Teammanagement, aber es muss von einer genauen Evaluierung der Leistungen begleitet sein, um die leistungsabhängige Prämie so gerecht wie möglich zuzuweisen, da er darüber allein entscheidet. Er muss daher die Leistungen einzeln analysieren und sich der Ambitionen seines Vertriebsmitarbeiters hinsichtlich seiner Entwicklung in der Arbeit bewusst sein. Der Vertriebstechniker geht auf sein Team ein, lenkt, berät und ermutigt es gemäß dem strategischen Projekt.

### **Arbeitsumfeld:**

Der Vertriebstechniker nutzt die Regulierungsinstrumente, hält einmal monatlich eine formelle Sitzung ab, um sich auszutauschen, anzuregen, sich neu zu positionieren und sich über die finanziellen Ergebnisse zu verständigen. Er begleitet seine Kollegen bei komplexeren Tätigkeiten und sorgt für das Mentoring von Neuzugängen. Er vermittelt die Unternehmens- und Markenkultur... und verleiht dem Konzept der Organisation Schwung. In großen Einrichtungen erfolgt das Kompetenzmanagement in direkter Verbindung mit der Personaldirektion, daher ist der erfahrene Blick des Vertriebstechnikers besonders wertvoll, um die Stellung des Mitarbeiters, den er betreut, zu bewerten. Er kann auch an Einstellungen teilnehmen. Die Vertriebsmitarbeiter teilen sich zu zweit oder zu dritt ein Büro, was den täglichen Austausch über die Aufträge erleichtert.

### **Erfolgsindikatoren:**

- Einhaltung der Hausordnung
- Übereinstimmung Bedarf/Kompetenz
- Keine grundlegenden Konflikte
- Einhaltung der Überwachungsverfahren
- Ordnungsgemäße Verwaltung der Leistungsprämien
- Einhaltung der geltenden Bestimmungen
- Guter Informationsfluss.



Know-how	Referenzkenntnisse, die von den Fachleuten genannt wurden
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leitung von Arbeitstreffen</li> <li>- Festlegung von Zielen</li> <li>- Betreuung neuer Kollegen</li> <li>- Berechnung und Verteilung von Prämien</li> <li>- Begleitung der Geschäftsordnung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwaltung von Personal und Warenströmen</li> <li>- Rekrutierungsmethoden</li> <li>- Verwaltung der Vergütung und Gewinnbeteiligungsprämien, verschiedene Entschädigungen</li> <li>- Stellen- und Karrieremanagement in Verbindung mit lebenslanger Weiterbildung (individueller Fortbildungsanspruch, Bildungspass, Fachgespräch...)</li> <li>- Kommunikation bei der Arbeit</li> <li>- Arbeitsrecht</li> <li>- Konfliktmanagement</li> <li>- Teammanagement und -führung</li> <li>- Leistungsdynamik</li> </ul>
Durch Erfahrung konsolidiertes Fachwissen	Professionelle Verhaltensweisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entscheidung in Konfliktsituationen</li> <li>- Vermittlung der Werte des Unternehmens</li> <li>- Betreuung eines Vertriebsteams</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zuhören können</li> <li>- Analyse</li> <li>- Kommunikation</li> <li>- Zwischenmenschliche Qualität</li> <li>- Berichtsfähigkeit</li> <li>- Führungsqualität</li> <li>- Charisma</li> </ul>

Vorhersage, Beratung und Valorisierung	
<b>Wichtige berufliche Situationen</b>	BS16: Verwendet und valorisiert die Qualitätssicherungsverfahren in seiner Organisation sowie bei Akteuren der Branche und in seinem Gebiet BS17: Trägt zur Entstehung neuer Praktiken oder Angebote sowie neuer Berufsaussichten bei
<b>Ziel:</b> Strukturierung und Analyse der Valorisierungspotenziale von Erzeugnissen, Neben- und Abfallprodukten der Branchen unter Maßgabe der nachhaltigen Entwicklung.	
<b>Verantwortung / Selbstständigkeit:</b> Der Vertriebsstechniker handelt in einem globalen Zusammenhang, er hat die Markttrends, die Produktions- und Verarbeitungsstandorte sowie die Vertriebsnetze in einem bestimmten Umkreis (im Allgemeinen in einem Radius von 200 km) ermittelt. Er folgert anschließend „die“ anzuwendende kommerzielle Haltung, die über den alleinigen Eigenwert des Produkts hinausgeht. Er ergänzt seine Rolle des Verhandlers um die Dimension der Beratung und Valorisierung, die er unter Einhaltung der geltenden Bestimmungen und Ausrichtung der Landwirtschafts- und Umweltpolitik ausübt. Er stützt sich auf die Diagnose, um ein aussagekräftiges kommerzielles Angebot zu unterbreiten.	
<b>Arbeitsumfeld:</b> Der Vertriebsstechniker setzt die Vorschriften, Machbarkeitsstudien und politischen Ausrichtungen der Branche ein und stützt seine Praktiken auf die Dynamik der Branchenkampagne. Er steht mit den vor- und nachgelagerten Akteuren in Verbindung, tauscht sich bei Besuchen mit lokalen, regionalen, d. h. inländischen Akteuren aus und bekräftigt seine Beratung durch Einsatz der Diagnosen. Er fördert Synergien zwischen den Branchenakteuren, indem er selbstständig Think-Tanks organisiert (Branchenakteure, staatliche Vertreter, Forschungsvertreter, Experten...) Er vermarktet sauberere Produkte, die weniger Energie verbrauchen, gesellschaftlich als nützlich anerkannt sind und keine Gefahr für die Gesundheit des Menschen darstellen: der Konsument kauft zunehmend das Produkt und seine Umweltsymbolik. Dabei achtet er darauf, die Dimension der Zertifizierung oder des Gütezeichens im Zusammenhang mit der Reglementierung seines Tätigkeitsbereichs hervorzuheben. Er „fördert“ die Branche durch Begünstigung des Innovationsbooms für Investitionen, um neue Märkte zu erschließen. Er treibt ein System an, ein bisschen nach dem Vorbild eines Zahnriemens, um es zu neuen Praktiken weiterzuentwickeln, deren Zweck auf eine Steigerung des wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Mehrwerts abzielt. Er leitet, berät, valorisiert im Bewusstsein „seiner“ Verantwortung für die Umwelt und die Lebensmittelsicherheit.	
<b>Erfolgsindikatoren:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl der fachspezifischen Begegnungen</li> <li>- Entstehung von Leitmärkten in Verbindung mit der Valorisierung</li> <li>- Beratungsqualität</li> <li>- Zufriedenheit der Fachkräfte</li> <li>- Qualitative Entwicklung bewährter Verfahren (Zertifizierung, Bestätigung, Normenanpassung)</li> </ul>	

Know-how	Referenzkenntnisse, die von den Fachleuten genannt wurden
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leitung von Fachtreffen</li> <li>- Begleitung der Umsetzung bewährter Verfahren</li> <li>- Durchführung technischer Diagnosen</li> <li>- Beherrschung der Produkttechnik</li> <li>- Beratung des Käufers</li> <li>- Umsetzung von Maßnahmen zur allgemeinen Verbreitung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reglementierung im Umwelt- und Gesundheitsbereich</li> <li>- Institutionelle Partner</li> <li>- Branchenkampagne</li> <li>- Gütezeichen, Zertifizierung, Qualitätsmaßnahmen</li> <li>- Beratungs- und Verbreitungstechniken</li> </ul>
Durch Erfahrung konsolidiertes Fachwissen	Professionelle Verhaltensweisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begleitung von Umschulungen</li> <li>- Begründung der Entscheidungen für die Änderung von Praktiken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zuhören können</li> <li>- Analyse</li> <li>- Kommunikation</li> <li>- Zwischenmenschliche Qualität</li> <li>- Berichtsfähigkeit</li> <li>- Führungsqualität</li> <li>- Charisma</li> </ul>