

## Kauffrau im E-Commerce/Kaufmann im E-Commerce

Die Darstellung bezieht sich auf die Module und Inhaltsbereiche digitaler Schlüsselkompetenzen in der "Handreichung zur Integration digitaler Schlüsselkompetenzen in die Berufliche Bildung"  
Der kursive Text beschreibt mögliche konkrete Kompetenzen bezogen auf den Bildungsplan.

[https://broschuerenservice.nrw.de/default/shop/Handreichung\\_zur\\_Integration\\_digitaler\\_Schl%C3%BCsselkompetenzen\\_in\\_die\\_Berufliche\\_Bildung](https://broschuerenservice.nrw.de/default/shop/Handreichung_zur_Integration_digitaler_Schl%C3%BCsselkompetenzen_in_die_Berufliche_Bildung)

Fachkompetenz	Medienkompetenz	Anwendungs-Know-how	Informatische Grundkenntnisse
<b>Lernfeld 6: Servicekommunikation kundenorientiert gestalten</b>	<b>Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle im Rahmen eines kundenorientierten Serviceangebotes auszuwählen, zu nutzen und an veränderte Kundenbedürfnisse anzupassen</b>		
<b>Gesamtkompetenz</b> ... verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle im Rahmen eines kundenorientierten Serviceangebotes auszuwählen, zu nutzen und an veränderte Kundenbedürfnisse anzupassen	3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren  <i>- gestalten, reflektieren und optimieren das Kommunikationskonzept</i>	3.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden 3.2.3 Telekommunikationsnetze auswählen, implementieren und anwenden  <i>- nutzen die implementierten Kommunikationskanäle adäquat</i>	3.3.2 Software, Programm, Dokumentation, Daten, Installation und Einrichtung 3.3.3 Vernetzung und Übertragungswege  <i>- analysieren Massendaten, Kommunikationskanäle, Möglichkeiten vernetzter Systeme und KI - entwerfen und implementieren das kundenorientierte Kommunikationskonzept</i>
... analysieren die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden hinsichtlich Erreichbarkeit und Beratungsintensität. Dabei berücksichtigen sie auch den Komplexitätsgrad der Produkte.	1.1.1 Technologietrends und Transformationsprozesse in der Arbeits- und Lebenswelt verstehen und analysieren  <i>- erkennen und reflektieren Auswirkungen von Automatisierung, Sozialen Netzwerken und KI auf die Kommunikation</i>	1.2.1 Methoden computergestützter Kooperation vergleichen  <i>- differenzieren den kundenorientierten Einsatz digitaler Kommunikation und Kooperation bei unterschiedlichen Zielgruppen</i>	1.3.1 Vernetzte Systeme und Komponenten 1.3.5 Auswertung von Massendaten (BigData)  <i>- analysieren die Möglichkeiten vernetzter Systeme und der Auswertung von Massendaten</i>
	2.1.2 Soziale Kommunikationsnetzwerke nach Nutzen und Risiken reflektieren 2.1.4 Digitale Medien zur Zielerreichung bewerten  <i>- identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation im Service von der Beratung vor dem Kauf bis zum After-Sales-Service (z. B. Retoure, Reklamation, Beratung, Information, Service, Support, Gutscheine, Zahlungsabwicklung) - identifizieren verschiedene Zielgruppen, Kundentypen und veränderte Kundenbedürfnisse</i>	2.2.2 Virtuelle Kooperationsformen und Werkzeuge auswählen und einsetzen 2.2.4 Medien zur aktiven und passiven Nutzung gestalten  <i>- nutzen geeignete Anwendungen zur Auswertung der bisherigen Kommunikation</i>	2.3.4 Online Kommunikationsnetzwerke  <i>- werten zu diesem Zweck kriteriengeleitet statistisch die bisherige Kommunikation aus</i>
... sich über Wege, über die Kunden mit dem Unternehmen in Kontakt treten können, informieren. Dabei berücksichtigen sie sowohl klassische als auch digitale Kanäle und behalten innovative Entwicklungen im Blick. Sie verfolgen technische Entwicklungen und schätzen diese im Hinblick auf die Servicekommunikation ein. Sie recherchieren rechtliche Regelungen zur Nutzung der einzelnen Servicekanäle.	3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren  <i>- evaluieren die Möglichkeiten, den Einsatz und die zukünftigen Entwicklungen der Kommunikationskanäle</i>	3.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden 3.2.3 Telekommunikationsnetze auswählen, implementieren und anwenden  <i>- wählen situationsgerecht passende, miteinander abgestimmte geeignete Kommunikationskanäle aus</i>	3.3.2 Software, Programm, Dokumentation, Daten, Installation und Einrichtung 3.3.3 Vernetzung und Übertragungswege  <i>- erläutern die Kommunikationskanäle ( z. B. Chatbot, Click-to-Call, Click-to Chat, Click-to-Video, Email, Einbindung von Social-Media- Kanälen, FAQ, Foren, Knowledgebase, Kontaktformular, Service-Hotline, Virtueller Assistent, Voice-Assistent, WhatsApp und andere Messengerdienste)</i>

Fachkompetenz	Medienkompetenz	Anwendungs-Know-how	Informatische Grundkenntnisse
	7.1.2 Softwarequalität bewerten 7.1.3 Benutzerfreundliches Design ermitteln  <i>- beurteilen Kommunikationskanäle und technische Entwicklungen</i>	7.2.1 Problemstellungen zum Einsatz von Informationssystemen analysieren 7.2.2 Algorithmen entwickeln  <i>- planen den Einsatz automatisierter Kommunikation (Chatbots, Social-Media-Kanäle, KI)</i>	7.3.1 Algorithmen 7.3.2 Verzweigungen, Bedingungen, Schleifen, Operatoren 7.3.3 Künstliche Intelligenz (KI) 7.3.6 Anforderungsanalyse 7.3.7 Modellierung: eEPK, Struktogramm, UML, PAP-  <i>- charakterisieren Chancen und Risiken automatisierter Kommunikation (Chatbots, Social-Media-Kanäle, KI)</i>
... wählen sie situationsgerecht passende, miteinander abgestimmte Kanäle aus und entwickeln Konzepte zur Umsetzung. Diese beinhalten sowohl notwendige technische Voraussetzungen als auch Anforderungen an die Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.	3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren  <i>- entwickeln eine kanalübergreifende Kommunikationsstrategie</i>	3.2.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden 3.2.3 Telekommunikationsnetze auswählen, implementieren und anwenden  <i>- wählen für die Strategie geeignete Kommunikationskanäle aus und implementieren sie im Unternehmen</i>	3.3.2 Software, Programm, Dokumentation, Daten, Installation und Einrichtung 3.3.3 Vernetzung und Übertragungswege  <i>- erläutern die Kommunikationskanäle ( z. B. Chat-Module und separate Anwendungen, Chatbot, Click-to-Call, Click-to Chat, Click-to-Video, Email, Einbindung von Social-Media- Kanälen, FAQ, Foren, Knowledgebase, Kontaktformular, Service-Hotline, Virtueller Assistent, Voice-Assistent, WhatsApp und andere Messengerdienste)</i>
	6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten  <i>- gestalten Prozesse im Unternehmen im Hinblick auf die Servicekommunikation</i>	6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen  <i>- implementieren das Kommunikationskonzept in die Unternehmensprozesse</i>	6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme  <i>- planen die Implementation der Kommunikationsstrategie in die Unternehmensprozesse</i>
... kommunizieren mit den Kunden und passen sich dabei den unterschiedlichen Kommunikationsanforderungen und Gesprächsregeln der jeweiligen Kanäle an.	3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren  <i>- gestalten die Kommunikation und berücksichtigen dabei Besonderheiten der Kanäle</i>	3.2.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden 3.2.3 Telekommunikationsnetze auswählen, implementieren und anwenden  <i>- nutzen die implementierten Kommunikationskanäle adäquat im Hinblick auf die Kommunikationsanforderungen und Gesprächsregeln des jeweiligen Kanals</i>	

Fachkompetenz	Medienkompetenz	Anwendungs-Know-how	Informatische Grundkenntnisse
<p>... ermitteln anhand von Kundenbewertungen den Erfolg ihrer Service- und Kommunikationsaktivitäten und werten sie aus. Sie passen die Kundenkommunikation des Unternehmens an, optimieren sie und implementieren neue Servicekanäle.</p>	<p>3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren</p> <p><i>- ordnen verschiedenen Zielgruppen und Kundentypen bevorzugte Kommunikationskanäle zu und begründen die Zusammenhänge</i></p> <p><i>- definieren Ziele (z. B. Reduktion unnötiger Anfragen, Automatisierung von Standardanfragen, bestmögliche Unterstützung, Ausgestaltung des persönlichen Kundenkontakts, Proaktivität, Nutzung von Kundendaten), die durch die Implementierung neuer Kommunikationskanäle erreicht werden sollen und erläutern Maßnahmen zur Zielerreichung</i></p>	<p>3.2.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden</p> <p>3.2.3 Telekommunikationsnetze auswählen, implementieren und anwenden</p> <p><i>- optimieren den Einsatz der Kommunikationskanäle und passen ihn an</i></p>	<p>3.3.2 Software, Programm, Dokumentation, Daten, Installation und Einrichtung</p> <p>3.3.3 Vernetzung und Übertragungswege</p> <p><i>- überprüfen die Auswahl, den Einsatz und die Konfiguration der Kommunikationskanäle</i></p>
	<p>6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten</p> <p><i>- evaluieren Prozesse im Unternehmen im Hinblick auf die Servicekommunikation und entwickeln sie weiter</i></p>	<p>6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen</p> <p><i>- nutzen geeignete Anwendungen zur Auswertung der bisherigen Kommunikationsprozesse</i></p>	<p>6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme</p> <p><i>- werten zu diesem Zweck kriteriengeleitet statistisch die bisherige Kommunikation aus</i></p>
<p>... bewerten ihr Service- und Kommunikationsverhalten. Sie reflektieren ihre Vorgehensweise im Umgang mit Kunden hinsichtlich der Kundenbindung.</p>	<p>6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten</p> <p><i>- das Kommunikationskonzept reflektieren und modifizieren</i></p>	<p>6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen</p>	<p>6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme</p>