|  |  |
| --- | --- |
| **Beruf/Ausbildungsjahr** | 2. Ausbildungsjahr |
| **Fach/Bündelungsfach** | Geschäftsprozesse im E-Commerce |
| **Lernfeld 6** | Servicekommunikation kundenorientiert gestalten |
| **Lernsituation 6.1** | **Die Kundenkommunikation der XYZ GmbH analysieren neu ausrichten** (30 Stunden) |
| Einstiegsszenario Die Kundenbewertungen der XYZ GmbH deuten auf unzufriedene Kunden hin. Die Abteilungsleitung des Vertriebs nimmt dies zum Anlass, um grundsätzlich die Kundenkommunikation des Unternehmens in den Blick zu nehmen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Verkauf analysieren daher die Gründe für die Unzufriedenheit und erarbeiten Vorschläge, wie die Kundenkommunikation zukünftig gestaltet werden soll. Dabei berücksichtigen sie unterschiedliche Kommunikationswege und Kundentypen. | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Statistische Auswertung der Kundenbewertungen mit Hilfe von Pivot Tabellen
* Übersicht Kommunikationskanäle digital/klassisch
* Präsentation des Analyseberichts mit zielgruppenorientierter Handlungsempfehlung

ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und LeistungsbewertungBewertung der Handlungsprodukte |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler…* …ermitteln anhand von Kundenbewertungen den Erfolg ihrer Service- und Kommunikationsaktivitäten, werten sie aus und nutzen dabei geeignete Anwendungen zur Auswertung der bisherigen Kommunikation (Anwendungs-Know-how - Medien zur aktiven und passiven Nutzung gestalten)
* … identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation im Service von der Beratung vor dem Kauf bis zum After-Sales-Service (z. B. Retoure, Reklamation, Service, Gutschein, Zahlungsabwicklung) Medienkompetenz (digitale Medien zur Zielerreichung bewerten)
* … informieren sich über klassische und digitale Kanäle unter besonderer Berücksichtigung innovativer Entwicklungen sowohl klassischer als auch digitaler Kanäle und behalten innovative sowie technische Entwicklungen im Blick (Vertiefung in LS 2)
* … dokumentieren und visualisieren ihren Analysebericht und ihre Handlungsempfehlung zielgruppenorientiert und digital. Sie nutzen dabei geeignete Anwendungen zur Auswertung der bisherigen Kommunikation (Anwendungs-Know-how - Medien zur aktiven und passiven Nutzung gestalten)
* … 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
* … geben zielgruppenorientierte und an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtete begründete Handlungsempfehlungen unter Verwendung von Fachbegriffen (Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt)
* … präsentieren ihre Arbeitsergebnisse und vertreten ihre Entscheidung
* … bewerten und reflektieren ihre Präsentationsergebnisse
 | Konkretisierung der Inhalte* Kennzahlen und Diagramme aus selbsterstellter Statistik
* Nutzung von Excel insbesondere Pivot Tabellen
* Diagrammarten
* Kundenbewertungen/ Kommunikationsanlässe
	+ Retoure
	+ Erreichbarkeit
	+ Reklamation
	+ Service/ Support
	+ Beratung/ Information zum Produkt
	+ Gutschein
	+ Zahlungsabwicklung
* Kommunikationskanäle:
	+ Telefon
	+ E-Mail
	+ Kontaktformular
	+ Chat
	+ Chatbot
	+ Videochat
	+ App
	+ Messenger
	+ Forum
 |
| Lern- und Arbeitstechniken* Kollaboratives Lernen
 |
| Unterrichtsmaterialien/FundstelleFachliteratur und Lehrbuch (erfolgt nach Erstellung der Arbeitsmaterialien) |
| Anknüpfungspunkte zu anderen Lernsituationen, Fächern etc. (z.B. spiralcurricular, Fächerübergriff, …)Lernfeld 5 Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeitenLernfeld 7 Online- Marketing- Maßnahmen umsetzen und bewertenFächer Englisch und Deutsch |
| Organisatorische Hinweise*Unterrichtsraum mit PC, Beamer, Smartboard und der Möglichkeit Gruppentische zu stellen**Infrastruktur zur Nutzung von Standardbüroanwendungen (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentation)**Mobilgeräte für Internetrecherche* |
| Sonstiges--- |

Autorenteam:

Katja Sanen, Berufskolleg Nord, Herzogenrath

Frank Kraehmer, Berufskolleg Nord, Herzogenrath

Thomas Pesch, Nell-Breuning-Berufskolleg, Frechen

Andreas Berger, Berufskolleg für Wirtschaft und Verwaltung, Aachen