**Informationen zur Gruppenphase**

1. **Anordnung der Lernsituationen im Lernfeld**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lernfeld Nr. 6: Servicekommunikation kundenorientiert gestalten (60 UStd.) 2. Ausbildungsjahr** | | | |
| **Nr.** | **Abfolge der Lernsituationen** | **Zeitrichtwert** | **Kompetenzen aus dem KMK-Rahmenlehrplan**  **Beiträge der Fächer zum Kompetenzerwerb in Abstimmung mit dem Fachlehrplan** |
| 6.1 | Entwicklung eines Konzeptpapiers zur Neuausrichtung der Kundenkommunikationskanäle | 18 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler identifizieren Anlässe zur Kundenkommunikation im Service von der Beratung vor dem Kauf bis zum After-Sales-Service. Sie sehen diese als Chance, gezielt mit den Kundinnen und Kunden in Kontakt zu treten und die Kundenbindung zu festigen. Sie analysieren die Wünsche und Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden hinsichtlich Erreichbarkeit und Beratungsintensität. Dabei berücksichtigen sie auch den Komplexitätsgrad der Produkte.  Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über Wege, über die die Kundinnen und Kunden mit dem Unternehmen in Kontakt treten können. 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.  Entsprechend der Serviceanlässe 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. |
| 6.2 | Erstellung eines Videotutorials zur Gesprächsführung | 34 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler nehmen Kundenanliegen auf und bearbeiten sie gemäß den Vorgaben des Unternehmens. Sie kommunizieren mit den Kundinnen und Kunden und passen sich dabei den unterschiedlichen Kommunikationsanforderungen und Gesprächsregeln der jeweiligen Kanäle an. Sie versetzen sich in die Lage der Kundinnen und Kunden, bauen ein Vertrauensverhältnis auf und ermitteln Interessen, Wünsche und Emotionen durch gezielte Fragestellung sowie durch die Analyse von Äußerungen und des Verhaltens. Sie kommunizieren dabei auch in einer Fremdsprache und zeigen Empathie für kulturbedingte Besonderheiten. Sie wenden Strategien zur Lösung von Konflikten an und begegnen Kundeneinwänden überzeugend.  Sie beziehen Zusatzangebote und Serviceleistungen des Unternehmens in die Kundenkommunikation mit dem Ziel ein, die Kaufentscheidung zu fördern und einen erfolgreichen Verkaufsabschluss zu erzielen. Sie nutzen die Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden, um Informationen zur Zielgruppe zu erfassen und veränderte Kundenbedürfnisse aufzunehmen. Sie leiten diese an die entsprechenden Stellen im Unternehmen weiter.  **Deutsch/Kommunikation und Fremdsprache (Englisch)** |
| 6.3 | Kontrolle des Erfolgs der Neuausrichtung | 8 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler 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.  Die Schülerinnen und Schüler bewerten ihr Service- und Kommunikationsverhalten. Sie reflektieren ihre Vorgehensweise im Umgang mit Kundinnen und Kunden hinsichtlich der Kundenbindung. |

1. **Gestaltung von Lernsituationen**

|  |  |
| --- | --- |
| **2. Ausbildungsjahr**  **Bündelungsfach:** Geschäftsprozesse im E-Commerce  **Lernfeld 6:** Servicekommunikation kundenorientiert gestalten (60 UStd.)  **Lernsituation 6.1** Entwicklung eines Konzeptpapiers zur Neuausrichtung der Kundenkommunikationskanäle (18 UStd.) | |
| Einstiegsszenario  Die Schülerinnen und Schüler befinden sich in einem Meeting. Der Geschäftsführer stellt anhand von exemplarischen Kundenrezessionen und einer Befragung dar, dass die Kommunikation aus Sicht unserer Kundinnen und Kunden über die bestehenden Kommunikationskanäle unzureichend/unbefriedigend ist.  Der Geschäftsführer bittet die Schülerinnen und Schüler sich dieses Problems anzunehmen.  *Alternativ: Der Geschäftsführer bittet die Schülerinnen und Schüler um die Erarbeitung eines Konzeptes zur Optimierung vorhandener und Implementierung neuer Kommunikationskanäle.*  Er erwartet die Präsentation der Ergebnisse zur nächsten Teamsitzung in vier Wochen. | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * Konzeptpapier zur Neuausrichtung der Kundenkommunikationskanäle * Liste begründeter Handlungsempfehlungen unter Nutzung von Fachbegriffen   Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung   * Bewertung des Konzeptpapiers * Bewertung der Präsentation |
| Wesentliche Kompetenzen  Die Schülerinnen und Schüler   * planen ihre eigene Arbeitsweise * analysieren Anlässe zur Kundenkommunikation durch Auswertung von Kundenrezessionen und Befragungen * informieren sich über Kommunikationskanäle * dokumentieren systematisch Anforderungen an Kommunikationskanäle, die sich aus den Kommunikationsanlässen ergeben * wählen Kommunikationskanäle unter Beachtung rechtlicher Regelungen situationsgerecht aus * optimieren vorhandene und implementieren neue Kommunikationskanäle * geben begründete Handlungsempfehlungen unter Verwendung von Fachbegriffen * dokumentieren und visualisieren ihr Konzeptpapier und ihre Handlungsempfehlungen adressatengerecht und digital * präsentieren ihre Arbeitsergebnisse und vertreten ihr Entscheidungen * bewerten und reflektieren die Arbeitsergebnisse * nehmen konstruktive Kritik an | Konkretisierung der Inhalte   * Arbeitsplan * Anlässe zur Kundenkommunikation (Pre-Sale, After-Sales-Service) * Daten aus Kunderezessionen und Befragungen * Relevanz von Kundenrezessionen * Kanäle zur Kundenkommunikation (z. B. Chat, Telefon, E-Mail, Kontaktformular, FAQ …) * Analysebericht * Kriterienkatalog zur Bewertung der Arbeitsergebnisse |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Arbeitsplanerstellung * Internetrecherche * Dokumentation und Präsentation mit Hilfe eines Textverarbeitungs- und Tabellenkalkulationsprogramms | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle   * Daten aus Kunderezessionen und Befragungen * Fachliteratur/Lehrbuch | |
| Organisatorische Hinweise   * Unterrichtsraum mit WLAN und Beamer und der Möglichkeit Gruppentische zu bilden * Infrastruktur zur Nutzung von Standardbüroanwendungen (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentation) * Ggf. Mobilgeräte für die Internetrecherche | |