

Kaufleute im E-Commerce



**Herzlich
willkommen!**





Initiatoren des neuen Berufes:

Baur
HDE Handelsverband Deutschland
Bevh Der E-Commerce-Verband

Sachverständige im Erarbeitungsprozess (u. a.):

BGA
Otto
H&M
Saturn
TUI
Orion
IKEA



- IHK-Beruf ist konkretes Umsetzungsbeispiel zur Debatte um „Digitalisierung“ und Bildung
- Portfolio der kfm. Berufe wird um eine neue, auf digitale Geschäftsmodelle ausgerichtete kfm. Qualifikation ergänzt
- Attraktive Abschlussbezeichnung für Schulabgänger
- branchenübergreifender Querschnittsberuf mit offenen Lernzielformulierungen - Potenzial für weitere Branchen in den kommenden Jahren
- Projektbezug in der betrieblichen und schulischen Ausbildung sowie in der Abschlussprüfung
- Beruf wird in einigen Jahren evaluiert und kann entsprechend der Bedarfe der Wirtschaft im „agilen Verfahren“ weiterentwickelt werden

Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce

Eckdaten:

- ❖ Erlass im Bundesgesetzblatt und Veröffentlichung im Bundesanzeiger im Dezember 2017
- ❖ Inkrafttreten im August 2018
- ❖ Ausbildungsdauer: 3 Jahre
- ❖ Struktur: Monoberuf, keine Berufsgruppenbildung
- ❖ Gestreckte Abschlussprüfung



Abschnitt A - Berufsbildpositionen **berufsprofilgebend = Pflicht, Angaben in Wochen**

Erstes und zweites Ausbildungsjahr:

1. Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen (16 W.)
2. Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften (24 W.)
3. Beschaffung unterstützen (10 W.)
4. Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten (17 W.)
5. Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln (12 W.)
6. Kundenkommunikation gestalten (13 W.)
7. Online-Marketing entwickeln und umsetzen (18 W.)
8. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle nutzen (16 W.)



1. Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen

z.B.: Online-Vertriebskanäle anhand bestimmter Kriterien auswählen, Nutzerverhalten auswerten, Prozessabläufe analysieren, rechtliche Regelungen einhalten, den Einsatz neuer online-Vertriebskanäle mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen einschätzen, Kooperation mit Dienstleistern.

2. Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften

z.B.: Produktdaten beschaffen, Produkte kategorisieren, einstellen und präsentieren, rechtliche Regelungen einhalten, Bezahlssysteme auswählen, Testmethoden anwenden und auswerten, Qualitätssicherung, bei Preiskalkulationen mitwirken, Vorschläge für die Weiterentwicklung des Sortiments erarbeiten.



3. Beschaffung unterstützen

Nachfrage ermitteln, relevante Produktdaten festlegen, Waren- oder Datenfluss sicherstellen, Bestandsführung unterstützen, Schwachstellen analysieren, Prozesse optimieren, Absatzzahlen aufbereiten.

4. Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten

z.B.: Übersicht der ausgewählten Waren oder Dienstleistungen den Kunden bereitstellen, Kunden- und Zahlungsdatenerfassung gestalten, diese Daten erheben und verarbeiten, Maßnahmen gegen Zahlungsausfälle einsetzen, Bezahlverfahren bereitstellen, Wege der Übermittlung und Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen auswählen und anbieten, rechtliche Regelungen einhalten, Auftragsdaten darstellen und für nachfolgende Prozesse bereitstellen.



5. Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln

z.B.: über Zustandekommen des Vertrags informieren, bei Störungen in der Datenübermittlung Maßnahmen ergreifen, bei der Vertragserfüllung entstehende Störungen bearbeiten, Rückabwicklungsprozesse organisieren.

6. Kundenkommunikation gestalten

z.B.: Kommunikationskanäle auswählen, einsetzen, anpassen und deren Schnittstellen berücksichtigen, Kundenanliegen bearbeiten, rechtliche Regelungen beachten, Kommunikation zielgruppengerecht, verkaufsfördernd und situationsgerecht gestalten und auswerten.



7. Online-Marketing entwickeln und umsetzen

z.B.: Online-Marketingmaßnahmen entwickeln, Neukundengewinnung, Bestandskundenbindung und Kundenreaktivierung, Nutzungs- und Kundendaten erheben, verarbeiten, Handlungsvorschläge entwickeln, Instrumente des Online-Marketings einsetzen, Ausgestaltung der Kontaktstrecke planen und optimieren, den Werbeerfolg messen, Marketingmaßnahmen von Wettbewerbern beobachten und auswerten.

8. Kaufmännische Steuerung und Kontrolle nutzen

z.B.: Ergebnisse der KLR analysieren, Informationen des externen Rechnungswesens nutzen, betriebliche Kennzahlen ermitteln, Statistiken erstellen und auswerten, Kundenwertanalysen durchführen, Kennzahlen über Reklamationen, Widerrufe, Rücktritte, Retouren oder Stornierungen analysieren und Schlussfolgerungen ableiten.



Abschnitt B: Integrativ zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten

Während der gesamten Ausbildung zu vermitteln:

1. Berufsbildung sowie arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften
2. Aufbau und Organisation des Ausbildungsbetriebes
3. Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit
4. Umweltschutz
5. Bedeutung und Struktur des E-Commerce (4 W.)
6. Kommunikation und Kooperation (12 W.)
7. Projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce (14 W.)



5. Bedeutung und Struktur des E-Commerce

z.B.: Funktionen des E-Commerce, Einflüsse der verschiedenen Faktoren auf die Stellung des Ausbildungsbetriebs am Markt einschätzen, rechtliche und technische Entwicklungen verfolgen, bei Entwicklung neuer Geschäftsideen mitwirken.

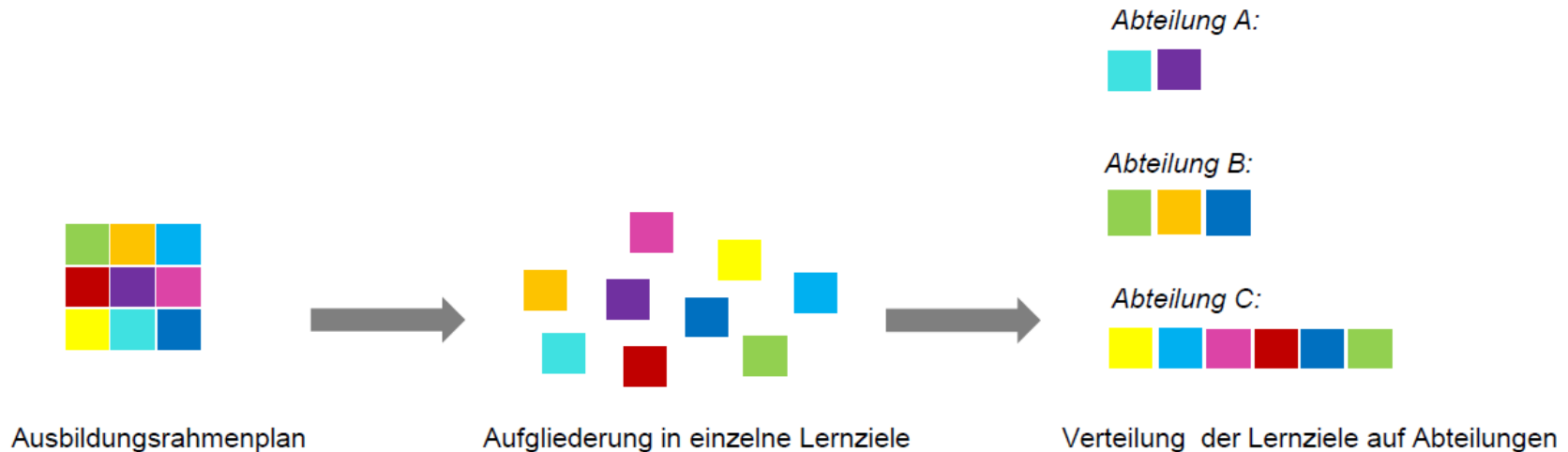
6. Kommunikation und Kooperation

z.B.: situationsgerechte und zielorientierte Kommunikation, Ergebnisse dokumentieren, Wertschätzung, Respekt und Vertrauen als Grundlage erfolgreichen Handelns berücksichtigen, soziokulturelle Unterschiede berücksichtigen, Konfliktursachen und Kommunikationsstörungen erkennen und lösen, Fachbegriffe, Informationen einholen und Auskünfte erteilen, auch in englischer Sprache.



7. Projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce

z.B.: Projekte planen, strukturieren, koordinieren, umsetzen und auswerten, Informations- und Kommunikationsstrukturen einrichten und nutzen, Projektabläufe anpassen, Ergebnisse dokumentieren, Schlussfolgerungen ableiten.



Hinweise:

- ❖ Lernziele wurden in Berufsbildpositionen so gruppiert, dass sie eine möglichst vollständige Handlung abbilden
- ❖ Lernziele können z. T. in mehreren Abteilungen erlernt/vertieft werden
- ❖ ARP gibt idealtypische Hinweise zu Zeitpunkt und Dauer des Erlernens
- ❖ Zeitlich ist betriebliche Flexibilität möglich!
- ❖ die aufgeführten **Mindestinhalte** sind jedoch Pflicht!

Lernfeld		1.	2.	3.
1	Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten	80		
2	Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen	80		
3	Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten	120		
4	Wertströme erfassen, auswerten und beurteilen	40		
5	Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten		40	
6	Servicekommunikation kundenorientiert gestalten		60	
7	Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten		120	
8	Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern		60	
9	Online-Vertriebskanäle auswählen			100
10	Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren			80
11	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen			40
12	Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten			60
	Summe (insgesamt 880 Stunden)	320	280	280

Aus- und Weiterbildung

Zur gestreckten Abschlussprüfung:

- Die gestreckte Abschlussprüfung ist seit 2005 als reguläre Prüfungsvariante gem. BBiG möglich – sie findet u. a. Anwendung bei den Kaufleuten im Einzelhandel und den Kaufleuten für Büromanagement.
- Abschlussprüfung „in zwei zeitlich auseinanderfallenden Teilen“:
Das endgültige Prüfungsergebnis wird erst nach Beendigung von Teil 2 festgestellt. Über die in Teil 1 erbrachten Leistungen erhält der Prüfling eine schriftliche Bescheinigung (§ 5 BBiG).
- Keine „klassische“ Zwischenprüfung, Teil 1 zählt bereits für die Endnote!
- Die Auszubildenden müssen frühzeitig in Betrieb und Schule „fit gemacht“ werden.



	Prüfungsbereich	Dauer	Prüfungsinstrument	Gewichtung
Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung	Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung	90 Min.	Schriftliche Prüfung	25 %
Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	Geschäftsprozesse im E-Commerce	120 Min.	Schriftliche Prüfung	30 %
	Kundenkommunikation im E-Commerce	60 Min.	Schriftliche Prüfung	15 %
	Wirtschafts- und Sozial- kunde	60 Min.	Schriftliche Prüfung	10 %
	Fachgespräch zu projekt- bezogenen Prozessen	20 Min.	Fallbezogenes Fach- gespräch	20 %



Der Prüfling führt im Betrieb eine praxisbezogene Aufgabe durch, für die eines der folgenden Gebiete zu Grunde zu legen ist:

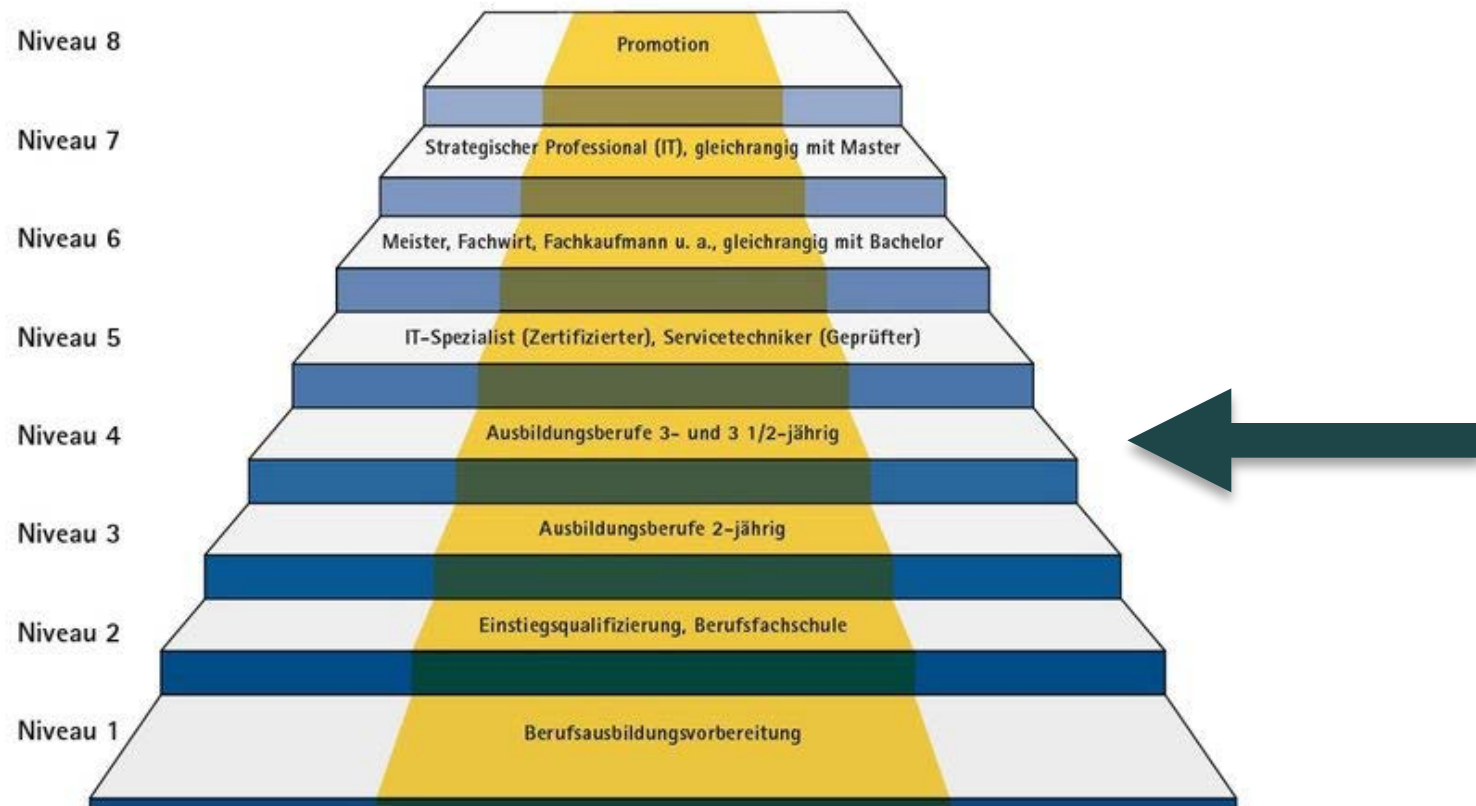
- **Auswählen und Einsetzen eines Online-Vertriebskanals**
- **Optimieren von Nutzungsprozessen im E-Commerce**
- **Entwickeln und Umsetzen von Online-Marketing**
- **Nutzen der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle**

Die Planung, Durchführung und Auswertung der praxisbezogenen Aufgabe ist mit einem dreiseitigen Report nebst visualisierender Anlage zu dokumentieren und dem Prüfungsausschuss einzureichen.

Basierend darauf wird das Fachgespräch durchgeführt – nur dieses wird bewertet.



Deutscher Qualifikationsrahmen (DQR)



Vielen Dank für Ihr Interesse!

**Ihre IHK- Saarland
Team Ausbildung**

**Diese Präsentation finden Sie unter Kennzahl
366 auf unserer Internetseite
www.saarland.ihk.de**