YOUNG, J.R./MONDY, R.W.: Personal Selling. Function, Theory and Practice. Hinsdale/Illinois 1982.

ZABECK, J./DÖRR, F./STIEHL, H.: Ziele, Fragestellungen und methodische Ansätze der Curriculumforschung für den Bereich der kaufmännischen Berufsausbildung: Problemanalyse im Hindlick auf die Entwicklung eines Forschungsprogrammes (Das Buch befaßt sich mit der Ausbildung von Verkäufern. Anmerkung des Verfassers). Hannover 1973.

ZIMMERMANN, R.: Hohe Anforderungen an den eidgenössischen diplomierten Verkaufsleiter. In: Marketing Journal (1977) 1, S.25-31.

ZIMMERMANN, R.: Verkauf-Schulung allein genügt nicht. Das gesamte "Funktionsfeld" muß auf den Prüfstand. In: Marketing Journal 11 (1978) 4, S.334-337.

Anhang

 Lernzielkatalog als Vorschlag für die Innovation der Rahmeniehrpläne zur Produktberatungskunde (z. Zt. "Warenverkaufskunde" genannt)

Lernziele zur Produktberatungskunde

1 Entwicklung eines realistischen, konstruktiven Selbstkonzeptes

 -negative Auswirkungen auf das Selbstkonzept durch Erziehung sowie durch Vermeidungen, Verzerrungen und Umdeutungen beschreiben
-die Konsequenzen irrationaler Ideen darstellen

-Vorschläge für die Entwicklung eines positiven Selbstkonzepts machen

2 Konstruktive Rollendefinition

-die Rollenerwartungen von Unternehmen, Kunden, Umwelt und Kundenberater selbst beschreiben und analysieren

-mögliche Konflikte aufgrund unterschiedlicher Rollenerwartungen erklären -Lösungen für Rollenkonflikte (Mittler zwischen den Interessen) vorschla-

-Rahmenbedingungen als Voraussetzungen für eine positive Einstellung zur eigenen Tätigkeit begründen

3 Produkt- und Produktvermarktungskenntnisse

- -Die Marketingkonzeption eines Unternehmens (Produkt, Preis, Absatzweg, Kommunikation) im Rahmen der Marktsituation und Anbietersituation begründen
- -Informationsquellen zur Ermittlung von Produktdaten nennen, gegeneinander abwägen und zur Informationsbeschaffung nutzen
- -Nutzen und Aufwand/Risiken der Produkte systematisch anhand von Kategorien (Herstellung, Eigenschaften, An- Verwendung, Wirkung, Bedienung) erarbeiten

-Die Elemente der Gesprächsvor- und Nachbereitung an einem Belspiel verdeutlichen

4 Kunden- und Kundenanspruchskenntnisse

 -Kundenansprüche (aus grundlegenden, sozialen und die Lebensqualität steigernden Motiven) an Produkte systematisch beschreiben und Produktinformationen anspruchsbefriedigend formulieren

 -Kundenansprüche an das Kommunikationsverhalten des Kundenberaters (Beratung unter Nennung von Vor- und Nachteilen, kein Zeitdruck, kein sozialer Druck, Freundlichkeit, Höflichkeit, Hilfsbereitschaft) diskutieren

5 Fähigkeit zur personalen Kommunikation

51 Kommunikationsanalyse, Umgang mit Störungen

- -dle Seiten einer Nachricht an einem Beispiel erklären

-Möglichkeiten für Mißverständnisse und Kommunikationsstörungen nennen

- -Die Rückmeldung als Verschmelzungsprodukt aus Wahrnehmung, Interpretation und eigenem Gefühl sowie als selbst zu verantwortendes Verhalten interpretieren
- -Selektive Authentizität unter Aufrechterhaltung einer symmetrischen Beziehung als Alternative zu absoluter Offenhelt und Echtheit begründen

52 Gesprächseröffnung / Beziehung entwickeln

- -Möglichkeiten beschreiben und praktizieren, je nach gegebener Situation ein Gespräch zu eröffnen und hierbei auf psychische Prozesse Rücksicht nehmen
- -Die Phänomene Projektion, Übertragung und unrepräsentativer Kontakt erläutern und Möglichkeiten benennen, dem Kunden unvoreingenommener zu begegnen
- -Möglichkeiten, eine positive Beziehung zum Kunden zu schaffen, nennen, beurteilen und ausdrucksorientiert praktizieren

53 Bedarfsanalyse / Selbstoffenbarung fördern

- -Selbstoffenbarungsängste erklären (Erlebnis kindlicher Unzulänglichkeit, Welt von Richtern und Rivalen)
- -Auswirkungen von Selbstdarstellungs- und Selbstverbergungstechniken (Fassaden-, Imponiertechniken, "Man, wir, es" -Formulierungen, "Du"
 - Botschaften) beurteilen und Verbesserungsvorschläge für Selbstoffenbarungsbotschaften entwerfen
- -offene, geschlossene Fragen, Ermunterungen zum Sprechen anhand von Belspielen beschreiben und im Rahmen eines Gespräches formulieren
- -aktives Zuhören beschreiben und im Rahmen eines Gespräches praktizieren (nicht unterbrechen, Augenkontakt halten, nonverbale Ermutigungen geben, Gedanken wiedergeben, Verständnisfragen stellen, auf Körperhaltung, Mimik, Gestik achten)
- -ggf. gegenüber dem Unternehmen begründen, warum die Ansprüche des Kunden mit den vorhandenen Produkten nicht erfüllt werden konnten

54 Präsentation, Argumentation / Sachinhalte verständlich vermitteln

- -Texte frei und angemessen bzgl Lautstärke, Geschwindigkeit, Deutlichkeit, Betonung, Engagement, Mimik, Gestik und Körpersprache vortragen
- -Dimensionen der Verständlichkeit (Einfachheit, Ordnung, Kürze, Stimulanz) bei allen Äußerungen angemessen berücksichtigen
- -Interessenteneinwände (einschließlich des Beziehungsaspektes) analysieren und konkretisieren und unter gleichberechtigter Wahrung der Interessen von Unternehmen und Kunden aufgreifen

55 Gesprächsabschluß / Appelle aussprechen oder vermeiden

- -Verhaltensweisen mit Appell-Charakter beschreiben und kritisieren (Vormachen, Nutzen in Aussicht stellen, Assoziationen stiften, positive Begriffe verwenden)
- -Möglichkeiten zur rationalen Entscheidung durch qualifiziertes Abwägen von Produktmerkmalen nennen und praktizieren
- -Hindernisgründe für das Aussenden offener Appelle begründen (Selbstoffenbarungsangst, Angst vor Ablehnung, Verantwortung vermeiden, "gehört sich nicht")
- -offene Appelle nicht manipulativer Art aussenden

56 Gesprächsleitung / Metakommunikation

- -Die interne Kommunikation mit sich selbst reflektieren
- -Im Verlauf eines Gespräches regelmäßig die Phase des Gespräches definieren und das Gespräch strukturieren (ab und zu das Thema klären, zusammenfassen, Vorschläge für das weitere Vorgehen machen)