

Ausbildungsberufsbezeichnung

Kaufmann/Kauffrau für Dialogmarketing

Ausbildungsbereich

Industrie und Handel

Struktur des Ausbildungsberufs

Monoberuf

Ausbildungsdauer

3 Jahre - Die Ausbildung findet an den Lernorten Betrieb und Berufsschule statt.

Was ist neu?

Kunden fordern heute eine optimale und effiziente Betreuung offensiv ein und wechseln schneller zur Konkurrenz. Ein professionelles Dialogmarketing von Unternehmen, aber auch öffentlicher Einrichtungen, zielt daher heute auf eine optimale strategische Ausrichtung, Planung, Gestaltung und Steuerung von Kundenkontakten, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und zu erhalten. Diese Funktionen werden in jüngster Zeit in erster Linie von Call Centern wahrgenommen. Das zeigt sich auch an dem dynamischen Wachstum von Call Centern, die sich trotz schlechter Wirtschaftslage in Hinblick auf die Zahl der Beschäftigten in der Vergangenheit stark entwickelten.

Zuletzt ist die Branche in der Personalentwicklung jedoch an seine Grenzen gestoßen, da die Qualifizierungen von Kammern und Bildungsträgern als nicht mehr ausreichend betrachtet wurden. Daher hat das Bundeswirtschaftsministerium die Erarbeitung zweier selbstständiger Berufsbilder für den Bereich durch das Bundesinstitut für Berufsbildung beschlossen. Zum einen soll das Berufsbild einer zweijährigen Ausbildung Servicefachkraft für Dialogmarketing geschaffen werden, zum anderen das Berufsbild einer dreijährigen Ausbildung eines Kaufmanns bzw. einer Kauffrau für Dialogmarketing. Die Berufsausbildung zur Servicefachkraft ist nach dem Konzept auf die Ausbildung zum Kaufmann/-frau anrechenbar.

Inkrafttreten - 1. August 2006

Berufliche Tätigkeitsfelder

Kaufleute für Dialogmarketing sind in Call Centern, in Service-Centern von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen und in anderen dialogorientierten Organisationseinheiten tätig.

Profil der beruflichen Handlungsfähigkeit

Kaufleute für Dialogmarketing

- kommunizieren und korrespondieren sicher und kompetent mit Auftraggebern und Kunden, und wenden dabei auch Fremdsprachenkenntnisse an
- planen, organisieren, kontrollieren und dokumentieren Kampagnen und Projekte
- planen und führen Maßnahmen zu Personalbeschaffung, -einführung, -einsatz, und -entwicklung durch
- steuern und kontrollieren die Projektabwicklung unter betriebswirtschaftlicher Sicht, insbesondere mit Hilfe call-center-spezifischer Kennzahlen und Steuergrößen
- bearbeiten Aufgaben mit Unterstützung von Informations- und Kommunikationssystemen

- wirken bei Angebotsgestaltung, Vertragsanbahnung und Vertragsabschlüssen mit, kalkulieren Angebote
- präsentieren und verkaufen kundenorientiert Produkte und Dienstleistungen für Auftraggeber
- bearbeiten Anfragen, Aufträge und Reklamationen von Auftraggebern und Kunden
- prüfen die Auftragsdurchführung mit Hilfe von Qualitätssicherungsinstrumenten
- beobachten Markt und Wettbewerber und wirken bei der Gestaltung des Dienstleistungsangebotes mit

[Quelle: www.bibb.de; Juni 2011]