

# Ausbildungsinhalte 1. und 2. Lehrjahr

---

(„Servicekraft für Dialogmarketing“ und  
„Kaufmann/-frau für Dialogmarketing“)

## Der Ausbildungsbetrieb

Stellung, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes, Arbeitsrecht, Tarifrecht, Sicherheit, Gesundheitsschutz

## Dienstleistungsangebot

Leistungsspektrum des Ausbildungsbetriebes, Produktschulungen, verschiedene Arten des Dienstleistungsangebotes

## Arbeitsorganisation

Selbstorganisation, Teamarbeit, qualitätssichernde Maßnahmen

## Betriebliche Prozessorganisation

CC in der Wertschöpfungskette, Schnittstellenprobleme, Gestaltung Arbeitsabläufe, Kooperation und Kommunikation, CC-spezifische Kennzahlen

## Projekte und Kampagnen

Planung, Vorbereitung, Durchführung, Dokumentation, Auftraggeber-Briefing, Reporting

## Informations- und Kommunikationssysteme

Textverarbeitung und -formulierung, Gestaltung, Daten- und Virenschutz, CC-spezifische Systeme, Datenbanken, Kommunikations- und Mehrwertdienste

## Kernprozesse in Call Centern

- **Kundenbetreuung** (Rhetorik, Gesprächsführung, Multitasking-Fähigkeiten, Kundentypen, Kundenaufträge, Kundenberatung)
- **Kundenbindung** (Pflege von Kundenkontakten, Gesprächsführungstechniken, Datenbankpflege, Beschwerde- und Reklamationsmanagement)
- **Kundengewinnung** (Outboundgespräche, Vertragsanbahnung und -abschluss, Anlegen von Kundendaten, Cross Selling)

# Ausbildungsinhalte 3. Lehrjahr

---

## 3. Ausbildungsjahr („Kaufmann/-frau für Dialogmarketing“)

### Personal

Personalbeschaffung, Einführung neuer Mitarbeiter, Einsatzplanung, Coaching, Mitarbeiterführung und -motivation, Anreizmodelle, Schulungsorganisation, Arbeitszeitrecht und -modelle

### Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Kosten- und Leistungsrechnung, CC-spezifische Kennzahlen, Statistiken, Projektcontrolling

### Qualitätssicherung der Auftragsdurchführung

Gesprächsleitfäden, Mystery Calls, Prozessoptimierung, Dokumentation qualitätssichernder Maßnahmen gegenüber dem Auftraggeber

### Vertrieb und Marketing

Marktbeobachtung, Marktvergleich, Wettbewerb, Marketing-Mix, Angebotsgestaltung, Vertragsanbahnung, Vertragsabschluss