

Modulprüfung B: Vermarkten von Angeboten und Dienstleistungen

Berufsprüfung Bereichsleiterin Hotellerie-Hauswirtschaft/ Bereichsleiter Hotellerie-Hauswirtschaft mit eidg. Fachausweis

Code Teilnehmer/in:	Code-Nr.
Datum / Serie:	Serie 0
Gesamtdauer:	60 Minuten
Erlaubte Hilfsmittel:	- Lehrmittel und Unterrichtsunterlagen - Elektronische Geräte sind jedoch nicht zugelassen. Einzige Ausnahme sind einfache, netzunabhängige, lautlose Taschenrechner ohne Programmierfunktion. Lösungen müssen handschriftlich auf den vorgesehenen Lösungsblättern festgehalten werden. (Bleistift nicht erlaubt)
Punkte	Maximal Erreicht
Aufgabe 1:	8 _____
Aufgabe 2:	5 _____
Aufgabe 3:	13 _____
Aufgabe 4:	14 _____
Aufgabe 5:	14 _____
Aufgabe 6:	6 _____
TOTAL:	60 _____

Berechnungsformel Note: $\frac{\text{Erreichte Punktzahl} \times 5}{\text{Maximale Punktzahl}}$ (+ 1 = Note (auf 0.5 runden))

Erreichte Note:

Mit ihrer Unterschrift bezeugen die Expertinnen/Experten die wahrheitsgemässe, sorgfältige und neutrale Beurteilung der Prüfung. Abweichungen der vollen Punktzahl sind begründet und ausführlich dokumentiert.

Datum: _____

Expertin/Experte 1: Unterschrift: _____

Expertin/Experte 2: Unterschrift: _____

Aufgabe	1 – Grundverständnis Marketing	
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)	
Richtzeit:	10 Minuten	
Total Punkte:	8 Punkte	
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte
		Max. Erreicht
1.1	Pro korrektes Stichwort (0.5)	4
1.2	Korrekte Erklärung	2
1.3	Korrekte Erklärung	2

Aufgabe 1.1

Erklären Sie stichwortartig, wie ein Marketingkonzept aufgebaut ist.

--

Aufgabe 1.2

Was verstehen Sie unter dem Marketing-Mix?

--

Aufgabe 1.3

Warum ist es wichtig, dass die Elemente des Marketing-Mix aufeinander abgestimmt sind?

Aufgabe	2 – Bedeutung der Strategie	
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)	
Richtzeit:	5 Minuten	
Total Punkte:	5 Punkte	
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte
		Max. Erreicht
2.1	Für die korrekte Erklärung	2
2.2	Für die korrekte Erklärung (1)	1
	Pro korrektem Kriterium (0.5)	2

Aufgabe 2.1

Welche Rolle spielt der USP (Unique Selling Proposition) in einem Marketingkonzept?

--

Aufgabe 2.2

Welche Bedeutung hat die Zielgruppenanalyse im Marketing.

Nennen Sie **vier** Kriterien, die bei der Segmentierung der Zielgruppen relevant sind.

--

Aufgabe	3 – Praxisfall: Marketingstrategie	
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)	
Richtzeit:	15 Minuten	
Total Punkte:	13 Punkte	
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte
		Max. Erreicht
3.1	Pro Stärke/Schwäche/Chance/Gefahr (0.5)	6
3.2	Pro Marketingziel (1)	3
3.3	Pro Zielgruppe (1)	2
	Pro korrekte Beschreibung (1)	2

Das Hotel BelleVue ist ein familiengeführtes Boutique-Hotel mit 45 Zimmern, darunter 10 Suiten mit Blick auf die Berge. Es liegt am Rande eines bekannten Touristenortes in den Alpen und zieht vor allem Urlauber an, die Naturerlebnisse und Ruhe suchen. Das Hotel bietet ein kleines Spa sowie ein Restaurant, das regionale Spezialitäten serviert. In den Sommermonaten ist das Hotel dank Wander- und Outdoor-Touristen gut ausgelastet, doch in der Nebensaison sinkt die Auslastung auf unter 40 %. Das Seminarangebot, das speziell auf Firmenkunden abzielt, wird bisher wenig genutzt, obwohl das Hotel über zwei Konferenzräume verfügt.

Online-Bewertungen deuten darauf hin, dass viele Gäste den Service als freundlich, aber die Ausstattung des Hotels als veraltet empfinden. Das Hotel hatte vor kurzem einen Managementwechsel, und die neuen Eigentümer wollen das Image des Hauses auffrischen, ohne dabei den traditionellen, familiären Charakter zu verlieren.

Das Restaurant, das von der lokalen Bevölkerung gut angenommen wurde, ist eine Stärke des Betriebs, wird jedoch nicht ausreichend von den Hotelgästen genutzt. Ein weiteres Problem ist, dass viele Touristen sich für Übernachtungen in Ferienwohnungen oder günstigeren Unterkünften entscheiden, die als Alternative zu Hotels in der Region immer beliebter werden.

Die Leitung plant nun, ein neues Marketingkonzept zu entwickeln, das sowohl die Auslastung außerhalb der Hauptsaison steigern als auch neue Zielgruppen ansprechen soll.

Aufgabe 3.1

Erstellen Sie eine SWOT-Analyse indem Sie **vier** Stärken und **vier** Schwächen sowie **zwei** Chancen und **zwei** Gefahren festhalten.

--

Aufgabe 3.2

Formulieren Sie **drei** Marketingziele und wenden Sie dabei die SMART-Methode an.

Aufgabe 3.3

Nennen Sie **zwei** passende Zielgruppen und beschreiben Sie diese detailliert.

Aufgabe	4 – Praxisbeispiel: Marketingmix		
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)		
Richtzeit:	10 Minuten		
Total Punkte:	14 Punkte		
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte	
		Max.	Erreicht
4.1 Pro passende Massnahme (1)		2	
4.2 Pro Package (2)		4	
4.3 Für eine nachvollziehbare Begründung		4	
4.4 Pro sinnvolle Massnahme (1)		4	

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die in Aufgabe 3 ersichtliche Aufgabenstellung.

Aufgabe 4.1

Welche Massnahmen können ergriffen werden, um die Auslastung des Hotels in der Nebensaison zu steigern? Nennen Sie **zwei** passende Massnahmen.

--

Aufgabe 4.2

Um die Wanderer/innen anzusprechen, möchten Sie Packages kreieren. Beschreiben Sie **zwei** mögliche Packages genau.

--

Aufgabe 4.3

Die neue Leitung hat sich entschieden, dass das Hotel nur noch direkt buchbar ist. Eine Buchung über Plattformen wie booking.com soll nicht mehr möglich sein. Die Leitung möchte Ihre Meinung dazu wissen. Begründen Sie, weshalb Sie diese Idee unterstützen oder wieso Sie davon abraten.

Aufgabe 4.4

Das Hotel wurde inzwischen sanft renoviert und Sie werden beauftragt, Werbung für die Neueröffnung zu machen. Definieren Sie pro Zielgruppe, die Sie unter 3.3 festgelegt haben, **zwei** Kommunikationsmassnahmen.

Aufgabe	5 – Reputationsmanagement		
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)		
Richtzeit:	15 Minuten		
Total Punkte:	14 Punkte		
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte	
		Max.	Erreicht
5.1	Richtige Begründung/Erklärung Online-Reputation	2	
	Pro korrekte Massnahme (1)	3	
5.2	Pro korrekte Möglichkeit (1)	3	
5.3	Für das korrekte Vorgehen	3	
5.4	Für die korrekte Beschreibung des Prozesses	3	

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die in Aufgabe 3 ersichtliche Aufgabenstellung.

Aufgabe 5.1

Ihrer Chefin ist das Feedback der Gäste sehr wichtig. Welche Rolle spielt die Online-Reputation eines Hotels in der heutigen Zeit? Nennen Sie **drei** Massnahmen, wie das Hotel BelleVue seine Bewertungen auf Plattformen wie TripAdvisor oder Google verbessern könnte.

Aufgabe 5.2

Nennen Sie **drei** Möglichkeiten, wie die Gäste zu einem Feedback ermutigt werden können.

Aufgabe 5.3

Ein Gast wendet sich sehr aufgebracht an eine Mitarbeiterin. Sie stellen fest, wie diese laut wird und anfängt sich zu verteidigen. Wie reagieren Sie?

Aufgabe 5.4

Beschreiben Sie den Prozess, den eine Reklamation standardmässig durchlaufen könnte. Sie können dabei auch mit einem Flussdiagramm oder ähnlichem arbeiten.

Aufgabe	6 – Verkauf		
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)		
Richtzeit:	5 Minuten		
Total Punkte:	6 Punkte		
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte	
		Max.	Erreicht
6.1	Pro korrekte Frage (1)	4	
6.2	Passende Reaktion	2	

Ihre Chefin bittet Sie, ein Gespräch mit einem potenziellen Firmenkunden für ein Seminar zu führen.

Aufgabe 6.1

Welche Fragen stellen Sie sich bei der Vorbereitung auf dieses Gespräch?

Formulieren Sie **vier** konkrete Fragen

Aufgabe 6.2

Im Gespräch spüren Sie, dass Sie den Kunden aufgrund des in seinen Augen zu hohen Preises verlieren könnten. Wie reagieren Sie?