

Modulprüfung: Marketing und Verkauf I

Berufsprüfung Chef de Réception 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. Einzigste 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:	6	_____
Aufgabe 4:	9	_____
Aufgabe 5:	22	_____
Aufgabe 6:	5	_____
Aufgabe 7:	5	_____
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.

Expertin/Experte 1

Name in Blockschrift:

Datum und Unterschrift:

Expertin/Experte 2

Name in Blockschrift:

Datum und Unterschrift:

Aufgabe	1 – Massnahmen den Marketing-Instrumenten zuordnen		
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)		
Richtzeit:	5 Minuten		
Total Punkte:	8 Punkte		
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte	
		Max.	Erreicht
1	Pro korrekte Zuordnung (1)	8	

Aufgabe 1

In der Umsetzungsphase müssen wir für die einzelnen Marketing-Instrumente konkrete Massnahmen gestalten.

Ordnen Sie die folgenden Massnahmen den vier Marketing-Instrumenten zu:

- 1 = Marktleistung
- 2 = Preis
- 3 = Distribution
- 4 = Kommunikation

Massnahmen	M-Instrument Nummer
Persönliches Verkaufsgespräch führen	
Flyer gestalten	
Speisen und Getränke auch als Take Away anbieten	
Angebot zusammenstellen	
Dem Stammgast eine Geburtstagskarte schicken	
Marktorientierte Preise gestalten	
Massnahmen zur Qualitätssicherung einführen	
Speisekarte grafisch neu gestalten	

Aufgabe	2 – Bedeutung der Situationsanalyse		
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	Vollständige nachvollziehbare Erklärung in verständlichen Sätzen	5	

Aufgabe 2

Bei der Erstellung eines Marketing-Konzeptes ist der erste Schritt die Situationsanalyse.

Erklären Sie in **drei bis fünf** ganzen Sätzen, warum es sinnvoll ist, eine Situationsanalyse zu erstellen.

Aufgabe	3 – Fragen zur Situationsanalyse		
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)		
Richtzeit:	10 Minuten		
Total Punkte:	6 Punkte		
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte	
		Max.	Erreicht
3.1	pro sinnvolle Frage (1)	4	
3.2	Pro richtige Möglichkeit (0.5)	2	

Sie sind Chef de Réception in einem ***Hotel mit Restaurant in einer kleineren Stadt (ca. 12'000 Einwohner) im Mittelland.

Der einst erfolgreiche Betrieb hat in den letzten drei Jahren kontinuierlich an Umsatz und an Gästen verloren, sowohl in der Beherbergung wie auch im Restaurationsbereich. Sie möchten verhindern, dass diese Entwicklung so weitergeht. Deshalb empfehlen Sie dem Geschäftsführer, die Ursachen zu analysieren.

Aufgabe 3.1

Formulieren Sie **vier** konkrete Fragen, um die Ursachen für den Umsatz- und Gästeverlust herauszufinden.

Aufgabe 3.2

Nennen Sie zu jeder Frage **eine** Möglichkeit, wie Sie diese Informationen konkret beschaffen können.

Aufgabe	4 – USP und Preisgestaltung		
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)		
Richtzeit:	10 Minuten		
Total Punkte:	9 Punkte		
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte	
		Max.	Erreicht
4.1 Richtige Nennung und verständliche Erklärung		3	
4.2 Pro USP (1)		3	
4.3 Passende Art der Preisgestaltung (1)		3	
Nachvollziehbare verständliche Erklärung (2)			

Der Betrieb, in welchem Sie arbeiten, verfügt über einen USP.

Aufgabe 4.1

Was heisst USP? Nennen und erklären Sie den Begriff in eigenen Worten.

Aufgabe 4.2

Nennen Sie **je ein** Beispiel für einen USP

- eines Hotels
- einer Cafeteria in einem Altersheim
- eines Restaurants, welches in einem Wohnviertel einer Stadt liegt

Aufgabe 4.3

Wenn unser Betrieb über einen USP verfügt, welche Methode der Preisfindung ist dann sinnvoll? Begründen Sie Ihre Antwort in **ein bis zwei** Sätzen.

Aufgabe	5 – Zielgruppen definieren und entsprechende Angebote gestalten	
Hinweis:	Lösung in dafür vorgesehene Bereiche schreiben, bei Bedarf Rückseite verwenden (markieren!)	
Richtzeit:	20 Minuten	
Total Punkte:	22 Punkte	
Bewertungskriterium/-kriterien (Punkte je Position)		Punkte
		Max. Erreicht
5.1	Pro passende Zielgruppen (3)	6
5.2	Pro passende Einrichtung (3)	6
5.3	Pro auf die Zielgruppe abgestimmtes Package (5)	10

Nach der Ausbildung zur/zum Chef de Réception treten Sie die Stelle als Leiter/in Réception in einem neu eröffneten Hotel an, welches in einem aufstrebenden Quartier von Bern liegt. Zum Hotel gehört ein Restaurant, welches auch von den Besuchern des Quartiers profitieren möchte.

Das Quartier etabliert sich zunehmend als «Fun- und Partymeile». Im Umfeld findet sich ein bunter Angebotsmix. Es ist jedoch kein vegetarisches Restaurant dabei. Deshalb hat der Inhaber beschlossen, das Hotel unter dem Motto **«in der Stadt und trotzdem in der Natur»** und das Restaurant unter dem Motto **„lustvoll vegetarisch schlemmen“** zu positionieren.

Da Sie in Ihrer Ausbildung zum Chef de Réception einiges über Marketing gelernt haben, bittet der Direktor Sie, ihn auch bei der Restauration zu unterstützen.

Aufgabe 5.1

Welche Zielgruppe(n) wollen Sie im Hotel und in Restaurant ansprechen? Beschreiben Sie Ihre Zielgruppen detailliert.

Zielgruppen Hotel

--

Zielgruppen Restaurant

--

Aufgabe 5.2

Sie möchten Ihre Leitidee in allen Bereichen umsetzen, also auch in der Einrichtung der Zimmer und des Lokals. Beschreiben Sie mit Stichworten Stil und Art der Einrichtung in folgenden Punkten:

Zimmer:

- Verwendete Materialien Boden und Wände
- Bilder / Dekoration

Restaurant:

- Geschirr
- Tische und Stühle
- Wände / Bilder

Aufgabe 5.3

Um eine gute Auslastung der Zimmer zu erreichen, schlagen Sie der Direktion vor, auf die Zielgruppen zugeschnittene Packages anzubieten. Sie denken dabei an ein spezielles «Wochenendpackage» von Freitag bis Sonntag, aber auch an ein «Unter der Woche-Package», welches die Auslastung von Montag bis Donnerstag steigern soll.

Stellen Sie je ein auf die Bedürfnisse der Zielgruppen zugeschnittenes Package zusammen, welches auch die Positionierung des Hotels abgestimmt ist. Beschreiben Sie alle darin enthaltenen Leistungen detailliert.

«Wochenendpackage» Freitag bis Sonntag

«Unter der Woche-Package» Montag bis Donnerstag

Aufgabe	6 – Umgang mit Kundenreklamationen		
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
6	Richtige Reaktion gegenüber Gast	3	
	Richtige Reaktion gegenüber Mitarbeitenden	2	

Aufgabe 6

Sie sind Chef de Réception in einem ****Hotel. Sie befinden sich gerade im Backoffice und bekommen mit, dass ein Gast sich sichtlich aufgebracht an der Réception über sein Zimmer beschwert. Sie realisieren, dass sich der Réceptions-Mitarbeitende rechtfertigt, was den Gast noch mehr erzürnt.

Wie reagieren Sie in dieser Situation gegenüber dem Gast und gegenüber dem/der Mitarbeitenden? Beschreiben Sie Ihr Vorgehen detailliert.

Aufgabe	7 – Bankettbesprechung mit einem Kunden		
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
7.1	Pro sinnvolle Frage (1)	3	
7.2	Pro richtigen Grund (1)	2	

Sie arbeiten als Chef de Réception in einem Hotel, welches drei Bankettsäle für 150, 70 und 30 Personen hat.

Sie sind in Ihrem Betrieb auch für die Betreuung der Bankettkunden zuständig.

Der Geschäftsführer teilt Ihnen mit, dass heute Herr Müller zu einer Besprechung für ein grösseres Bankett kommt. Herr Müller ist ab und zu Gast im Restaurant und hat auch schon eine Geburtstagsfeier bei Ihnen durchgeführt.

Aufgabe 7.1

Welche Fragen stellen Sie sich in der Vorbereitung auf dieses Gespräch?
Formulieren Sie **drei** konkrete Fragen.

Aufgabe 7.2

Warum ist es wichtig, dass wir Bankettvorschläge nicht einfach abgeben, sondern auch in der Besprechung konkrete Vorschläge machen? Nennen Sie **zwei** Gründe.