



Sachbearbeiter/in  
mit Marketing- und  
Verkaufsdiplom  
[edupool.ch](http://edupool.ch)

Trägerschaft:  
Kaufmännischer Verband Schweiz



# Die Ausbildung am Kompetenzzentrum des WZR – Ihr Mehrwert

Das Weiterbildungszentrum Rorschach-Rheintal gehört in der Ostschweiz mit seinen über 1000 Studierenden zu den grössten Anbietern im Bereich der Erwachsenenbildung.

Als ambitioniertes und innovatives Bildungszentrum setzt sich das WZR zum obersten Ziel, die hohen Kundenerwartungen in jeder Beziehung zu erfüllen.

Professionalität, Fachkompetenz, aber auch Pflege persönlicher Kontakte,

Lernen in familiärer Atmosphäre, Sozialkompetenz: Die bisherigen Stärken des WZR werden auch in Zukunft keine Schlagworte sein, sondern gelebte Realität.

Wir freuen uns auf Sie.

# Sachbearbeiter/in mit Marketing- und Verkaufs- diplom edupool.ch

## Berufsbild / Aufgaben

Als Träger/in des schweizweit anerkannten Marketing- und Verkaufsdiplom edupool.ch sind Sie in der Wirtschaft als praxisorientierte und umsetzungsstarke Mitarbeitende gefragt. Der Bildungsgang vermittelt Ihnen fundiertes Grundlagenwissen in den Bereichen Marketing, Verkauf, Kommunikation und Projektmanagement. Dank dem hohen Praxisbezug können Sie das Gelernte zielgerichtet anwenden und Marketing- und Verkaufsprojekte kompetent begleiten. In den Marketingfächern erarbeiten Sie sich Grundlagen für einen allfälligen späteren Übertritt in die Prüfungsvorbereitungslehrgänge für Marketing- oder Verkaufsfachleute FA.

## Ziele des Lehrgangs

Das erworbene Wissen bildet eine solide Grundlage für eine Assistenztätigkeit von Marketing- und Verkaufsleiter/-innen sowie Key-Account- oder Product-Manager/-innen und vermittelt besonders folgende Kompetenzen:

- kunden- und marktorientierte Denkweise
- anwenden der Methoden und Instrumente für Praxistätigkeit
- erkennen und ausüben einer vernetzten und ganzheitlichen Marketingtätigkeit
- praxisorientierter Transfer des Wissens in die berufliche Tätigkeit
- schaffen der Grundlagen für weiterführende Ausbildungen in Marketing, Verkauf, PR und Werbung
- Sie verbessern Ihre Teamfähigkeit, Ihr Auftreten und Ihre Kommunikation

Im weiteren bereiten Sie sich mit diesem Lehrgang zielgerichtet auf weiterführende Ausbildungen im Marketing- und Verkaufsbereich vor. Sie ermöglichen sich damit den Einstieg in den Lehrgang der Marketing- und Verkaufsfachleute, welche Sie auf die Berufsprüfung Marketing- oder Verkaufsfachleute vorbereitet.

## Zielgruppe

Sachbearbeiter/innen in Marketing und Verkauf werden von der Wirtschaft gesucht und können in folgenden Bereichen eingesetzt werden:

- Mitarbeitende mit Aufgaben in Marketing, Werbung, im Kundenservice oder Verkauf
- Mitarbeitende im Detailhandel, die ihre Kernkompetenzen erweitern wollen oder ein neues Betätigungsfeld im Marketing oder Verkauf anstreben.
- Assistent/-innen von Geschäfts-, Marketing- oder Verkaufsleiter/-innen, Key-Account- oder Product-Manager/innen
- Absolvent/-innen einer Berufslehre, die eine Qualifikation für den Einstieg in dieses Berufsfeld suchen
- Mitarbeitende im Innen- oder Aussendienst, die den Kundenkontakt effizienter und erfolgreicher gestalten wollen
- Einsteigende, Umsteigende, Wiedereinsteigende in diesem Berufsfeld
- Praktiker/-innen, die sich umfassendes, fachspezifisches Wissen aneignen wollen
- Personen, die sich solide Grundlagen für den Übertritt in den Prüfungsvorbereitungslehrgang für Marketing- und Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis aneignen wollen

## Voraussetzungen

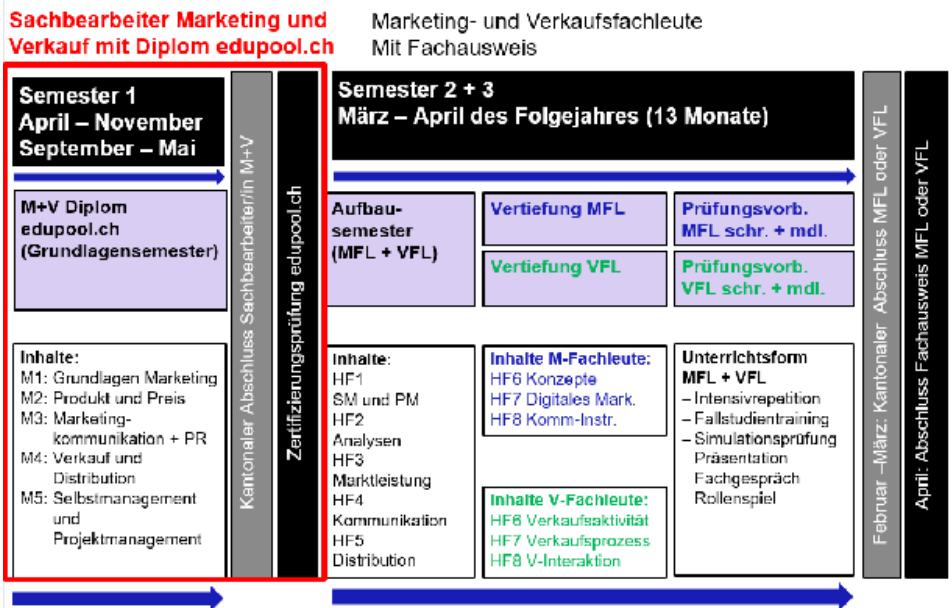
- Interessentinnen und Interessenten bringen vorzugsweise eine Grundausbildung (z.B. EFZ) oder einige Jahre Berufserfahrung mit. Praxiserfahrungen in den Bereichen Marketing und Verkauf sind von Vorteil, jedoch nicht Voraussetzung.
- Wichtiger für den Ausbildungserfolg ist das persönliche Engagement der Kursteilnehmerinnen und Kursteilnehmer.
- Die bestandene Grundausbildung schafft zusammen mit der beruflichen Tätigkeit im Vertriebswesen gute Voraussetzung, um später Ausbildungen innerhalb der Marketing- und Verkaufswelt zu absolvieren.

# 6 Lehrgangskonzept

Alle Marketing- und Verkaufslehrgänge in der Übersicht

- Sachbearbeiter/in mit Marketing- und Verkaufsdiplom edupool.ch
- Marketingfachfrau/Marketingfachmann mit Fachausweis
- Verkaufsfachfrau/Verkaufsfachmann mit Fachausweis

## Konzeptioneller Aufbau



## Anschlussmöglichkeiten in Marketing und Verkauf

Das Marketing- und Verkaufsdiplom edupool.ch bietet eine hervorragende Basis für den Übertritt in den Prüfungsvorbereitungslehrgang für Marketing- oder Verkaufsfachleute FA: Sie ermöglichen sich damit einen erleichterten Einstieg in den Lehrgang der Marketing- und Verkaufsfachleute, welcher Sie auf die Berufsprüfung Marketing- oder Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis vorbereitet.

# Modulares Ausbildungskonzept

Der gesamte Lehrgang umfasst insgesamt 5 Module (Ausbildungseinheiten) im Umfang von rund 156 Lektionen. Alle Module schliessen mit einer schriftlichen Prüfung ab. Sofern genügend Platz vorhanden ist, können auch nur einzelne Module besucht werden.

## Modulübersicht

		<b>Lektionen</b>
Modul	Marketinggrundlagen	28 Lektionen
Modul	Produkt- und Preisgestaltung	20 Lektionen
Modul	Marketing- und Unternehmenskommunikation	36 Lektionen
Modul	Verkauf und Distribution	28 Lektionen
Modul	Projekt- und Selbstmanagement	28 Lektionen
Prüfungsvorbereitung edupool.ch und Schlussprüfung		16 Lektionen
<b>Total</b>		<b>156 Lektionen</b>

## Selbststudium

Wir erwarten von unseren Teilnehmerinnen und Teilnehmern regelmässigen Schulbesuch, aktive Mitarbeit und die Bereitschaft, die für das Selbststudium und das Lösen der Hausaufgaben notwendige Zeit aufzubringen. Zusätzlich zum Präsenzunterricht beträgt der Aufwand für das Selbststudium pro Lektionseinheit zirka 30-60 Minuten.

## Diplome

### «Sachbearbeiter/in mit Marketing- und Verkaufsdiplom WZR»

Kandidatinnen und Kandidaten, die alle 5 Module samt der Schlussprüfung gemäss Prüfungsreglement bestanden und die erforderliche Unterrichtspräsenz (80 % Anwesenheit) erfüllt haben, erhalten das Diplom «Sachbearbeiter/in mit Marketing- und Verkaufsdiplom WZR»

### «Sachbearbeiter/in mit Marketing- und Verkaufsdiplom edupool.ch»

Für die Zulassung zur gesamtschweizerischen Prüfung braucht es den Nachweis der erforderlichen Unterrichtspräsenz (80 % Anwesenheit) gemäss Prüfungsordnung edupool.ch. Die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen erhalten das schweizweit anerkannte und vom Kaufmännischen Verband Schweiz mitgetragene Diplom «Sachbearbeiter/in mit Marketing- und Verkaufsdiplom edupool.ch».

Im Anschluss können die Absolventinnen und Absolventen des Sachbearbeiter-Lehrgangs den Fachausweis «Marketingfachleute / Verkaufsfachleute» ablegen. Details und Zulassungsbedingungen sind in der Lehrgangsbroschüre «Marketingfachleute / Verkaufsfachleute» ersichtlich.

# Inhalt und Lernziele der einzelnen Module

Taxonomiestufe	Erklärung	Verben
K1 Wissen  Faktenwissen kennen	Der Kandidat gibt wieder, was er vorher gelernt hat. Der Prüfungsstoff musste auswendig gelernt oder geübt werden.	angeben, aufschreiben, aufzählen, aufzeichnen, ausführen, beschreiben, bezeichnen, darstellen, reproduzieren, vervollständigen, zeichnen, zeigen, wiedergeben
K2 Verständnis  Verstehen, mit eigenen Worten begründen	Der Kandidat erklärt z.B. einen Begriff, eine Formel, einen Sachverhalt oder ein Gerät. Das Verständnis zeigt sich darin, dass er das Gelernte auch in einem Kontext präsent hat, der sich vom Kontext unterscheidet, in dem gelernt worden ist. So kann er z.B. einen Sachverhalt umgangssprachlich erläutern oder den Zusammenhang graphisch darstellen.	begründen, beschreiben, deuten, einordnen, erklären, erläutern, interpretieren, ordnen, präzisieren, schildern, übersetzen, übertragen, umschreiben, unterscheiden, verdeutlichen, vergleichen, wiedergeben
K3 Anwenden  Umsetzung eindimensionaler Lerninhalte  Beispiele aus eigener Praxis	Der Kandidat wendet etwas Gelerntes in einer neuen Situation an. Diese Anwendungssituation ist vorher im Unterricht nicht vorgekommen.	abschätzen, anknüpfen, anwenden, aufstellen, ausführen, begründen, berechnen, bestimmen, beweisen, durchführen, einordnen, erstellen, entwickeln, interpretieren, formulieren, lösen, modifizieren, quantifizieren, realisieren, übersetzen, unterscheiden, umschreiben, verdeutlichen



# Modul Marketinggrundlagen

<b>Lernziele</b>	<b>Taxonomie</b>
Die Teilnehmenden	
verstehen die wichtigsten Grundlagen im Marketing.	K2
kennen Marktstrukturen und wenden sie fallbezogen an.	K3
kennen die wichtigsten Methoden der primären und sekundären Marktforschung.	K2
kennen die einzelnen Punkte der Marketingsituationsanalyse.	K2
verstehen den Aufbau und Inhalt eines Marketingkonzeptes.	K2
können die Marketingmix-Instrumente nach deren Einsatzrichtung beschreiben	K2

## **Grundlagen Marketing** (8 Lektionen)

- Begriffsdefinition
- Rolle des Marketings in der Unternehmung (internes und externes Marketing)
- Marketingphilosophien, Betrachtungsweisen des Marketings
- Ethik im Marketing
- Kernaufgaben des Marketings auf Stufe Produkt und Kunde
- Markt: Marktdefinition, Marktabgrenzung, Marktsegmentierung, Marktformen, Marktteilnehmer und Marktsystem
- Marktkennziffern

## **Marktforschung** (4 Lektionen)

- Marktforschungsprozess (-ablauf)
- Ziele / Einsatzbereiche der Marktforschung
- Möglichkeiten der Sekundär-Marktforschung
- Methoden-Übersicht (Quantitative und qualitative Forschung)
- Vor- und Nachteile der Befragungsarten

## **Inhalt und Aufbau eines Marketingkonzepts** (12 Lektionen)

- Marketingsituationsanalyse (inkl. SWOT-Analyse), Lebenszyklus-Analyse, Portfolio nach Boston Consulting Group
- Marketingziele
- Marktsegmentierungsstrategien (Teilmärkte/Segmente)
- Positionierung
- Marktbearbeitungsentscheid: Pull-/Push-Strategie
- Budget und Kontrollplanung

## **Marketingmix und Marketinginfrastruktur** (4 Lektionen)

- Besonderheiten des Marketing-Mix nach Güterkategorien
- Einsatzrichtung des Marketing-Mix (3-R-Modell)
- Elemente der Marketinginfrastruktur

# Modul Produkt- & Preisgestaltung (Kostenrechnung)

<b>Lernziele</b>	<b>Taxonomie</b>
Die Teilnehmenden	
kennen Aufgaben und Zweck des Rechnungswesen	K1
kennen den Aufbau und die Elemente eines Kostenrechnungssystems	K1
können verschiedene Kalkulationsmethoden anwenden	K2
können Deckungsbeiträge berechnen und interpretieren	K3
sind in der Lage, einen Break-even zu berechnen	K3
kennen die Anforderungen an die Qualität von Produkten und ergänzenden Dienstleistungen und können Kriterien zur Überprüfung der Qualität erläutern	K2
können die Bestandteile des Produkte-Mix beschreiben und fallspezifisch anwenden	K3
können die Funktionen und Anforderungen der Verpackung nach Adressaten definieren	K2
kennen die wichtigsten Begriffe im Zusammenhang mit der Sortiments- und Markenpolitik und können diese umschreiben und unterscheiden	K2
sind sich der Bedeutung von ergänzenden Kunden- und Serviceleistungen bewusst und können diese fallspezifisch beschreiben	K3
können die Instrumente des Preismix sowie die Modelle zur Preisbestimmung nennen und erklären	K2

## **Kostenrechnung und Kalkulation** (12 Lektionen)

- Zusammenspiel Finanzbuchhaltung/Kostenrechnung
- Aufbau eines Kostenrechnungssystems
- Berechnung von Gemeinkostenverrechnungssätzen
- Kalkulation im Handel (Zuschläge, Margen)
- Zuschlagskalkulationen erstellen (auf-/absteigend)
- Kostenverläufe (Fixkosten, variable Kosten)
- Deckungsbeiträge berechnen
- Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung erstellen und interpretieren
- Break-even berechnen (mengenmässig, umsatzmässig)

## **Produkt- und Preisgestaltung** (8 Lektionen)

- Qualitätsmanagement
- Produkte-Ebenen
- Design und Verpackung
- Marken- und Sortimentspolitik
- Kundendienst- und Serviceleistungen
- Kreativitätstechniken
- Preisbestimmung nach dem Modell 4K
- Preispsychologie
- Preisdifferenzierung
- Konditionenmix (Finanzierung, Rabatte, Skonto etc.)

<b>Lernziele</b>	<b>Taxonomie</b>
Die Teilnehmenden	
verstehen die Grundlagen der Kommunikation und erkennen, wie wichtig der Ansatz der integrierten Kommunikation ist.	K2
kennen die Möglichkeiten der Werbung, des Direct Marketings (Dialogmarketing), der PR und PPR, des Sponsorings, des Event Managements, der Verkaufsförderung, des Online und Mobile Marketings und können einfache Massnahmen planen, vorschlagen, durchführen und die Wirkung kontrollieren.	K3
können die Wirkungsweise von einzelnen Kommunikationsinstrumenten einordnen.	K2
können einfache Kommunikationsmittel beurteilen.	K3
kennen die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit externen Partnern und wissen, worauf bei der Wahl von externen Partnern zu achten ist.	K2

## **Grundlagen der Marketing- und Unternehmenskommunikation** (4 Lektionen)

- Einordnung der Kommunikation innerhalb der Unternehmung
- Entwicklungsphasen
- Übersicht der Kommunikationsinstrumente und Abgrenzungen
- Zielhierarchie
- Ansatz der integrierten Kommunikation

## **Werbung** (4 Lektionen)

- Grundlagen der Werbung (Entwicklung, Aufgaben und Bedeutung)
- Werbekonzept inkl. Budgetierung und Wirkungskontrolle
- Grobprozesse in der Gestaltung, Produktion und Streuung von Werbung (als Input für die Begleitung des Produktionsprozesses als Sachbearbeiter)
- Beurteilung von Werbemitteln

## **Direct Marketing** (4 Lektionen)

- Grundlagen des Direct Marketing
- Instrumente im Direct Marketing
- Konzept: Planung, Gestaltung, Durchführung und Controlling von Direct Marketingaktivitäten

## **Public Relations und Sponsoring** (8 Lektionen)

- Grundlagen der PR (Definition, Funktion, Ziele, Zielgruppen)
- Unterschied PR / PPR (Product Public Relations)
- Instrumente der internen und externen PR
- Grundlagen und Bedeutung des Sponsorings
- Formen und Arten des Sponsorings
- Ziele von Sponsoringengagements
- Konzept: Planung und Durchführung von einfachen PR- und Sponsoring-Massnahmen

**Event Management** (4 Lektionen)

- Bedeutung des Event Managements im Marketing
- Konzept: Entwicklung, Planung, Budgetierung und Kontrolle von Events
- Organisation vor/während/nach den Events

**Verkaufsförderung** (4 Lektionen)

- Grundlagen der Verkaufsförderung
- Ziele und Zielgruppen der Verkaufsförderung
- Konzept: Planung und Durchführung von einfachen Massnahmen im Verkaufsförderungsbereich

**Online und Mobile Marketing** (4 Lektionen)

- Aufgaben Online Marketing
- Ziele des Online Marketing
- Gesamtübersicht Online Marketing / Unterscheidung online - offline
- Online Marktbearbeitung und Online Marketinginstrumente (Website, SEO, SEA, Google Adwords, Social Media, Devices, Mobile Trend u.a.)
- Online Marketingkonzept: Entwicklung, Planung, Budgetierung, Durchführung und Controlling Online Marketing Massnahmen
- Schnittstelle zu CRM / Web-Shop

**Briefing** (4 Lektionen)

- Zusammenarbeit mit externen Spezialisten
- Briefing erstellen

<b>Lernziele</b>	<b>Taxonomie</b>
Die Teilnehmenden	
verstehen Zielsetzungen, Funktion und Wirkungen des Verkaufens	K2
verstehen den Verkauf als Instrument zur Kundenbindung und Kundengewinnung	K2
können Verkaufsprozesse und Instrumente der Verkaufsplanung nennen und erläutern	K2
können zur Erstellung einer Analyse Methoden nennen und Entscheide treffen	K3
können aus der Verkaufsanalyse weitere Schritte der Verkaufsstrategie aufführen	K3
sind in der Lage, Verkaufsaktivitäten planen und durchführen	K3
können Motivations- und Entlohnungssysteme nennen und erläutern	K2
können verschiedene Verkaufsmassnahmen definieren	K3
verstehen den eigentlichen Verkaufsprozess	K2
können Verhandlungstechniken benennen, erklären und anwenden	K3
können die wichtigsten Elemente im Verkaufsgespräch zur Zielerreichung einsetzen	K3
bereiten Informationen zur Überprüfung des Verkaufserfolgs vor	K2
können Verkaufskontrollen durchführen	K3
können kundenorientierte Offerte erstellen	K3
können die Grundlagen der Fragetechnik nennen und erklären	K2
verstehen die Rolle des Verkaufs im Rahmen von Messeaktivitäten	K2
können Anforderungen an einen After-Sales-Service nennen und erklären	K2
kennen die Begriffe der strategischen und physischen Distribution	K1
kennen Kriterien zur Auswahl von Distributionsstufen und Kanälen	K2
kennen den Aufbau des Distributionskonzeptes und die einzelnen Schritte	K1
können die Distributionskennziffern (num./gw.) erklären und berechnen	K3
kennen die Elemente der physischen Distribution und können diese erklären	K2
können zur Wahl von Beurteilung von Distributionspartnern nennen und erläutern	K3

### **Grundlagen des Verkaufs und Verkaufskonzepts** (8 Lektionen)

- Aufgaben und Funktion des Verkaufs (Zusammenspiel Innen- und Aussendienst)
- Eingliederung in die Unternehmung
- Verkaufsformen
- Einflussfaktoren der Verkaufstätigkeit (Motivation, Umgangsformen)
- Verkaufsspezifische Analyse, Verkaufs-Ziele (quantitative und qualitative)
- Grundzüge der Verkaufsstrategie (Subvariablen des Verkaufs), Kundenwert, Kapazitätsberechnung
- Budgetierung und Kontrollmethoden der Aktivitäten und der Verkaufsziele

### **Primäre und Sekundäre Verkaufsplanung** (4 Lektionen)

- Primäre Verkaufsplanung: Umsatzplanung, Einsatzplanung, Verkaufsstufenpläne
- Sekundäre Verkaufsplanung: Organisationsplanung, Ausbildungs-, Motivationsplanung, Verkaufsplanung, Verkaufshilfenplanung, Personalplanung
- Routen und Tourenplanung: Blatt und Kuchenprinzip
- Budget und Kontrolle

### **Verkaufsgespräch und Verhandlungstechnik** (4 Lektionen)

- Verkaufs-Psychologie
- Verkaufs-Technik (Fragetechniken, Argumentation Angebot, Einwände, Abschluss und Verabschiedung)
- Grundprinzipien des Offert- und Reklamationswesens
- Verkaufsgespräch und weitere Gesprächsarten
- Ausdrucksformen, Körpersprache
- Verhandlungsleitfaden
- Besonderheiten des Telefonverkaufs

### **Messenmarketing** (4 Lektionen)

- Angebote aus dem Marketing-Mix anbieten, Frageformen, Interviewtechnik
- Messeziele und flankierende Massnahmen
- Aufgaben vor, während und nach der Messe
- Standorganisation und Verhalten am Messstand
- Auswertung der Messeergebnisse
- Reklamationsbehandlung

### **Distribution** (8 Lektionen)

- Begriffe der Distribution, Distributionspolitik, strategische und physische Distribution
- Distributionsziele, numerische und gewichtete Distribution
- Aufbau eines Distributionskonzeptes
- Distributionsmix: Absatzweg, Merkmale wichtigster Absatzkanäle, Grundzüge der Logistik
- Auswahl von Kanälen und D-Stufen und Wahlkriterien
- Begriffe der Logistik
- Lagerhaltung, Warenfluss, Absatzmittler

<b>Lernziele</b>	<b>Taxonomie</b>
Die Teilnehmenden	
verstehen Sinn und Zweck des Projektmanagements.	K2
sind in der Lage, kleine Projekte zu planen und durchzuführen.	K3
verstehen die Bedeutung der Teamarbeit innerhalb des Projektes.	K2
können aktiv und konstruktiv in Projekten bei der Erarbeitung von Problemlösungen mitwirken.	K2
kennen die wichtigsten Elemente der Rhetorik.	K1
können Präsentationen aufbauen und überzeugend durchführen.	K3
verstehen die Grundlagen der konstruktiven Kommunikation.	K2
erkennen die Bedeutung einer ausgewogenen Life-Balance für die eigene Tätigkeit.	K2
können die wichtigsten Techniken zur Optimierung der eigenen Arbeitsweise anwenden.	K3

## **Projektmanagement** (12 Lektionen)

- Projektmerkmale / Projektdefinition
- Grundlagen des Projektmanagements (Erfolgsfaktoren)
- Vorgehensmethodik (Phasenkonzept)
- Projektziele definieren
- Projektstrukturplan
- Projektorganisation
- Projektstrukturplan
- Ablauf- und Terminplanung
- Stakeholdermanagement
- Management by Objectives (MbO)
- Problemlösungsprozesse (AZPERK)

## **Kommunikation und Präsentationstechnik** (8 Lektionen)

- Basiskompetenzen in der Kommunikation
- Kommunikationstechniken einsetzen
- Präsentieren
- Rhetorik und Persönlichkeit

## **Selbstmanagement und Methodenkompetenz** (8 Lektionen)

- Lebensziele und Lebensplan
- Zeitplanung
- Entscheiden: Prioritäten setzen
- Zeitplanung realisieren
- Kontrollieren
- Sitzungen organisieren und protokollieren

# Lehrgänge

## Kursbeginn

jeweils im April und September

## Kursdauer

7 Monate

## Kursort

Rorschach / Altstätten

## Unterrichtszeiten

Montag und Mittwoch, 18.00 - 21.15 Uhr  
zusätzlich einzelne Samstage möglich

## Kursgeld

CHF 3'500.— inkl. Lehrmittel und interne Prüfungsgebühren  
Preisänderung vorbehalten. Das Kursgeld ist jeweils vor Semesterbeginn fällig.

## Prüfungstermin [edupool.ch](http://edupool.ch)

Die Prüfungstermine werden auf der Webseite von [edupool.ch](http://edupool.ch) publiziert.

Die Gebühr für die gesamtschweizerische [edupool.ch](http://edupool.ch) Prüfung in Zug beträgt CHF 650.– (Stand 2019). Sie wird direkt von [edupool.ch](http://edupool.ch) bei Prüfungsanmeldung erhoben.





## Vertragsbedingungen

Bitte beachten Sie die Vertragsbedingungen auf der Rückseite des Anmeldeformulars. Diese bilden einen integrierten Vertragsbestandteil.

## Lehrgangleitung



**Ueli Landert**

ueli.landert@wzr.ch

### **Fachgebiete**

Verkauf, Verkaufsplanung, Marketing und Distribution

### **Berufstätigkeit**

Lehrgangleiter Marketing und Verkauf

Dozent Weiterbildung in Marketing- und Verkaufslehrgängen

Selbstständiger Unternehmer ebuko AG

### **Aus- und Weiterbildung**

Eidg. dipl. Verkaufsleiter

Verkaufsfachmann FA

## Organisation

WZR Rorschach-Rheintal

Feldmühlestr. 28, 9400 Rorschach

T 058 229 99 81, F 058 229 99 82

rorschach@wzr.ch, www.wzr.ch





## Auskunft und Beratung

### **WZR Rorschach-Rheintal**

Feldmühlestrasse 28, 9400 Rorschach

T 058 229 99 81, F 058 229 99 82

rorschach@wzr.ch, www.wzr.ch

### **WZR Rorschach-Rheintal**

Bildstrasse 8, 9450 Altstätten

T 058 229 99 35, F 058 229 99 44

altstaetten@wzr.ch, www.wzr.ch