

Gebündelte Beratungskompetenz durch Blended Learning

Warenkunde 4.0 und Sportsella schaffen Kombi-Lösung für Handel und Industrie

Das Produkt schärfen und einen Mehrwert schaffen – gemäß dieser Maxime haben sich die Schulungsanbieter für Sportfachhandel und Sportartikelindustrie Warenkunde 4.0 und Sportsella Anfang des Jahres partnerschaftlich vernetzt. Kern der Kooperation ist die komplementäre Ergänzung ihrer Angebote und Strukturen, sodass Mitarbeiter der Sportbusinessbranche – vom Azubi bis zum Filialleiter und Geschäftsführer – im Rahmen eines Blended Learning-Modells optimal geschult und beraten werden.

Brannenburg/ Tutzing, 30.06.2020

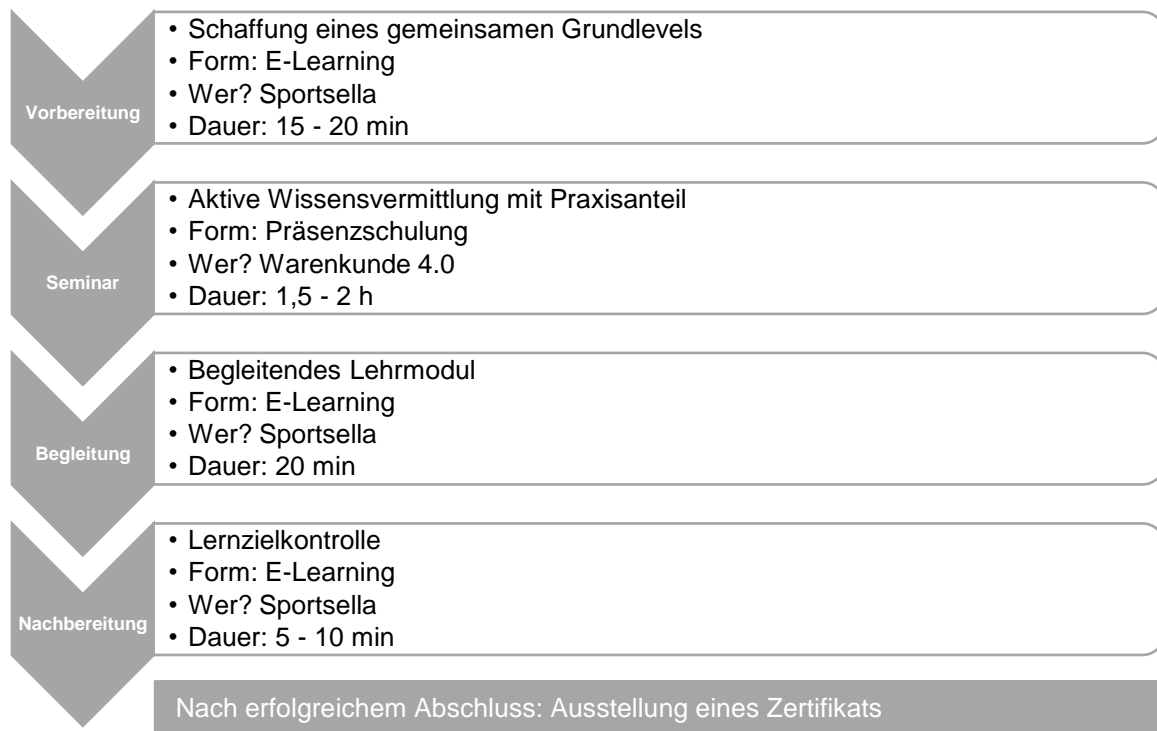
Getreu dem Warenkunde 4.0 Versprechen „Wissen verkauft“ sind gut geschulte Mitarbeiter im Sportfachhandel und in der Sportartikelindustrie essenziell für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Schließlich profitieren gleichermaßen Hersteller, Händler und Kunden, wenn letztere gut beraten werden. Ferner wird der stationäre Fachhandel gestärkt, der sich gegenüber dem Online-Wettbewerb vor allem durch eine sehr gute und persönliche Beratungsqualität behaupten kann. Dazu benötigt es sowohl ein umfangreiches Warenkunde-Fachwissen der Verkäufer als auch die Selbstsicherheit und Kompetenz, den Bedarf und die Wünsche der Kunden richtig einzuschätzen. Den Sportfachverkäufer ideal auf das Verkaufs- und Beratungsgespräch vorzubereiten, ist daher seit jeher das erklärte Ziel der Schulungsprofis von Warenkunde 4.0 und Sportsella.

Mehrwehrt durch Partnerschaft

Netzwerken, Digitalisierung, Zufriedenheit, Disruption, Interaktion und Wissensvermittlung können als grundlegende Faktoren einer optimalen und erfolgreichen Schulung angesehen werden. Um diese zunehmend immer besser zu bedienen, haben sich die Experten hinter Warenkunde 4.0 und Sportsella bereits Anfang des Jahres auf den Weg gemacht, in einer Kooperation die Stärken ihrer Unternehmen zu bündeln und ein Schulungsangebot im Rahmen des Blended Learning-Modells zu entwickeln, das sowohl Herstellern, Einkaufsverbänden als auch Händlern einen neuartigen Vorteil bietet. Blended Learning (auch Integriertes Lernen) beschreibt dabei ein Lernkonzept, bei dem klassische Präsenzs Schulungen und elektronische Lernformen didaktisch sinnvoll aufeinander abgestimmt und kombiniert werden. Dieses Vorgehen verbindet die tätigkeitsorientierten Methoden und den sozialen Aspekt von Face-to-Face-Schulungen mit der Flexibilität und Anschaulichkeit des E-Learnings. Entsprechend der jeweiligen Historie der Kompetenzzuschreibung ist bei dem gemeinsamen Produkt Sportsella vorrangig für die digitale bzw. elektronische Wissensvermittlung, Warenkunde 4.0 vorrangig für die Fortbildung in Präsenzkursen zuständig. Im Mittelpunkt der Kooperation stehen somit durch erfahrene Trainer geleitete Präsenzs Schulungen, die durch die digitale Vor- und Nachbereitung sowie durch die Nutzung neuer Technologien während des Seminars zusätzlich aufgewertet werden.

Pressekontakt:

TOC Agentur für Kommunikation
Thomas Ammer • thomas.ammer@toctoc.info • +49 8022 91597 0 • www.toctoc.info



Grafik: Angebotsbeispiel einer Kombi-Schulung von Warenkunde 4.0 und Sportsella

Ab sofort besteht die Möglichkeit unter aktion@wissenverkauft.de ein ganz individuell angepasstes Angebot anzufragen – inkl. 24h-Feedback-Versprechen. Außerdem können Interessierte aktuell bis Ende August von einem Aktions-Angebot profitieren. Denn bei der Buchung einer Schulungsmaßnahme für mindestens zwei Teilnehmer pro Auftraggeber, kann eine weitere Person kostenfrei teilnehmen.

(3.290 Zeichen)

Über das Unternehmen Warenkunde 4.0 – „Wissen verkauft“

Im April 2019 übernahmen Wolfgang Langmeier, Michael Maier, Rupert Nagl und Klaus Rambach das erfolgreiche Schulungsunternehmen Fun Factory von Gabi Daffner. Seitdem führen es die neuen Gesellschafter unter dem Namen Warenkunde 4.0 weiter. Als Multi-Channel-Schulungsanbieter bietet Warenkunde 4.0 sowohl präsenz- und printerorientierte als auch digitale Leistungen an, die sich an den jeweiligen Anforderungen der Händler, Einkaufsverbände und Hersteller ausrichten. Zum Portfolio für Azubis bis Filialeiter und Geschäftsführer gehören herstellerübergreifende Präsenzschiungen ebenso wie Trainings on the Job, Webinare, sowie interaktive Workshops mit Experten (z.B. Berg- und Wanderführer, Leistungssportler und ehemalige Spitzensportler).



Von links nach rechts: Rupert Nagl, Wolfgang Langmeier, Michael Maier, Klaus Rambach

Über das Unternehmen Sportsella – „Trainieren und Gewinnen“

Sportsella ist eine markenunabhängige Online-Trainingsplattform, die Trainings und Schiungen für den erfolgreichen Verkauf im Sportfachhandel anbietet. Bereits seit 2005 vermittelt das Portal innovatives und nachhaltiges Wissen für Hersteller, Vertriebsorganisationen, Händler und Kunden der Sportbusinessbranche. Ein ausgewähltes Team aus namhaften Redakteuren und Branchenspezialisten entwickelt dafür in enger Zusammenarbeit mit den Produktverantwortlichen der Hersteller professionelle Trainingsmodule. Diese Module bestehen aus 5 bis 20 Minuten langen informativen Trainings, in denen die Kernkompetenzen des Verkaufsprozesses vermittelt werden. Mit geringem Aufwand werden somit zahlreiche Vertriebspartner zeit- und ortsunabhängig effektiv geschult und weitergebildet.



Von links nach rechts: Dominique Keltsch (Redaktion & Marketing Sportsella), Gerd Bittl-Fröhlich (Inhaber Sportsella)

Pressekontakt:

TOC Agentur für Kommunikation

Thomas Ammer • thomas.ammer@toctoc.info • +49 8022 91597 0 • www.toctoc.info