Field Consultant (m./w./d.)

BERUFSBESCHREIBUNG

Field Consultants (m./w./d.) arbeiten im Außendienst in Filialen von großen Einzelhandelsketten (z. B. für Lebensmittel, Bekleidung, Sportartikel). Sie besuchen diese Filialen und besprechen mit den dortigen Filialleiter*innen und Mitarbeiter*innen Werbe-, Marketing- und Verkaufsstrategien. Sie informieren über Leitlinien, Corporate Identity, Marketingkonzepte und Zielvorgaben der Unternehmensleitung. Außerdem kontrollieren sie den Absatz, die Verkaufszahlen und die Betriebskosten der jeweiligen Filiale. Insbesondere bei neu eröffneten Filialen stehen sie den neuen Filialleiter*innen bzw. Franchisenehmer*innen zur Seite. Sie schulen das Verkaufspersonal in Kundenberatung und Kundenbetreuung, sodass für die Kundinnen und Kunden in allen Filialen des Unternehmens eine einheitliche Erfahrung ("Shoppingerlebnis") gewährleistet ist.

Field Consultants (m./w./d.) sind in der Regel für die Filialen einer bestimmten geographischen Region (Stadt, Bezirk, Bundesland) zuständig. Sie halten wöchentliche oder monatliche Store-Besuche ab und arbeiten dabei mit Filialleiter*innen, Verkäufer*innen (siehe Einzelhandel (Lehrberuf)) und anderen Fach- und Hilfskräften zusammen.

Ausbildung

Für den Beruf Field Consultant (m./w./d.) ist in der Regel eine abgeschlossene Schulausbildung mit entsprechendem Schwerpunkt (z. B. HAK) oder ein abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium z. B. in Betriebswirtschaft, Marketing, Werbung, Verkauf und Vertrieb erforderlich.
Auch eine Lehre im Einzelhandel mit entsprechender Berufserfahrung und Weiterbildung ermöglicht einen Zugang zu diesem Beruf.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Filialen und Franchisebetriebe von Einzelhandelsketten regelmäßig besuchen
- Filialleiter*innen und Mitarbeiter*innen beraten, schulen und informieren
- bei der Sortiments- und Preisgestaltung beraten und informieren
- Werbe-, Verkaufs- und Marketingstrategien planen und umsetzen
- Markt- und Verkaufsanalysen durchführen
- Pläne zur Erschließung neuer Märkte entwickeln, und um den Absatz (Verkauf) zu fördern
- Werbe-, Verkaufs- und Vertriebsstrategien planen und umsetzen
- Absatz und die Verkaufszahlen kontrollieren
- Bilanzen und Betriebsbücher kontrollieren
- Maßnahmen zur Betriebskosteneinsparung erarbeiten
- Maßnahmen zur Steigerung der betrieblichen Effizienz erarbeiten
- über Corporate Identity, Zielvorgaben der Unternehmensleitung informieren

Anforderungen

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit
- wirtschaftliches Verständnis

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Durchsetzungsvermögen
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kund*innenorientierung
- Motivationsfähigkeit
- Verkaufstalent

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Freundlichkeit
- Geduld
- gute Beobachtungsgabe
- Konzentrationsfähigkeit
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Planungsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise
- unternehmerisches Denken

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft