

Dipl. Event- | Marketingkommunikator

TEIL 3 - Werkstattprüfung der Zertifikats-Prüfung

Zum Lösen haben Sie 90 Minuten Zeit,
anschliessend ist die Prüfung abzugeben.

UG 2!

3 Werkstattprüfung 1	50 Punkte – dieses Dokument
4 Werkstattprüfung 2	50 Punkte – nachfolgendes Dokument
Total	100 Punkte

Prüfungskandidat: (Name | Vorname)

Prüfungsergebnis der Werkstattprüfung:

Punkte Werkstattprüfung Teil 4 Total: _____

UG 2 – Take Away (Focaccia & Panini)



Der äussere Teil des Erdgeschosses der Liegenschaft „Unterer Graben 2“ war über Jahrzehnte ein Modelleisenbahn-Geschäft. Auf Grund der gesunkenen Nachfrage hat sich der langjährige Besitzer dazu entschlossen, das Geschäft aufzugeben.

Jetzt hat es die Familie Rotondaro übernommen und umgebaut. Der äussere Teil der Lokalität ist in einen ansprechenden Take Away umgewandelt worden. An der ausgezeichneten Lage in der Altstadt von Winterthur laufen täglich tausende von Menschen vorbei. Die direkte Konkurrenz zum Take Away sind andere Take Aways in der Winterthurer Altstadt: Manta Sandwichbar, Buongusto Focaccia, diverse Kebab-Stände, zwei Chickerias (Migros-Betriebe), sowie ein McDonald.

Die Öffnungszeiten sind zurzeit Montag – Freitag von 10 Uhr 00 bis 14 Uhr 00 und am Samstag von 10 Uhr 00 bis 17 Uhr 00. Seit der Eröffnung am 10. Juni 2018 bilden sich vor allem in den Mittagsstunden Schlangen mit bis zu 30 Wartenden.

Im hinteren Teil des ehemaligen Modelleisenbahn-Geschäftes befinden sich ein Eventraum, sowie ein Coworking Place. Coworking-Places befinden sich in Winterthur an mehreren Orten.

UG 2 – Coworking & Eventraum



Der innere Teil des Erdgeschosses der Liegenschaft „Unterer Graben 2“ war über Jahrzehnte die Lager- und Verkaufsfläche des Modelleisenbahn-Geschäftes. Diese Fläche wurde unterteilt in zwei komplett separate Bereiche:

- Coworking

Sechs Arbeitsplätze können gemietet werden. Hier werden vor allem junge Startups und einzelne selbstständig in einem Büro arbeiten wollende Personen angesprochen. Im Fokus soll die Nutzung der Synergien der einzelnen Unternehmen und Personen stehen. Unter Synergien nutzen wird vor allem der gedankliche Austausch und das Teilen von Informationen und Erfahrungen verstanden. Bestehend an dem Konzept von Coworking sind die kurzen Kündigungsfristen (7 Tage), die Nutzung von W-Lans, kostenloser Kaffee, Nutzung von Sitzungszimmern und ein Eventraum. Diese Räume können zusätzlich angemietet werden.

- Eventlocation

Der Hauptraum der gesamten Lokalität stellt der oben abgebildete Eventraum dar. Dieser kann für diverse Anlässe gemietet werden. Der Raum ist multifunktional einsetzbar. So kann auf Wunsch eine Bühne genutzt werden. Technische Hilfsmittel wie Beamer, Leinwand und Soundanlage sind ebenso vorhanden wie andere übliche Präsentationshilfen (Flipchart, Pinnwände, Magnetwände,...)

Die Bestuhlung kann für Konzerte, Seminare oder Kongresse angepasst werden, das Fassungsvermögen ist bis 80 Personen.

Für die Verpflegung der Gäste kann die vorhandene Infrastruktur des Take Aways genutzt werden.

UG 2 – Take Away (Die Produkte)



Die Focaccias werden selber nach altem italienischem Rezept (hauseigene Familienrezeptur) gefertigt und zubereitet. Der Teig wird dabei bis zu 48 Stunden ruhen gelassen. So schmeckt die Focaccia besser, wird luftiger und spürbar leichter verdaulicher. Die Preise der Focaccias bewegen sich zwischen CHF 5.90 und CHF 14.90. Bei den Zutaten wird auf deren Herkunft genauso geachtet, wie auf deren Frische.



Aufgabe 1

5 Punkte

Um mögliche Coworker zu motivieren einen Arbeitsplatz zu mieten, sind jetzt kurzfristige Massnahmen verlangt. Welche fünf kurzfristigen Massnahmen würden Sie vorsehen? Bitte berücksichtigen Sie bei Ihren Überlegungen zu den Massnahmen, dass diese innert einem Monat umsetzbar und greifbar sein sollen. Es steht Ihnen ein Budget für diesen Massnahmenstoss von rund CHF 7'000 zur Verfügung.

Massnahme	Beschreibung	Ihre mögliche(n) Zielgruppen(n)	Budget in CHF

Aufgabe 2

4 Punkte

Auf Grund der Lage in Winterthur braucht es für den Take Away eigentlich keine Zielgruppe – die Passantenlage ist hervorragend. Wie nennt man Laufkundschaft in der Marketingsprache? (Potentielle Käufer)

.....

Da das Technikum und diverse Büros und Schulen in der näheren Umgebung täglich für rund 3'000 Passanten sorgen, sind die sozialen Medien in die Überlegungen mit einzubeziehen. Nennen Sie zuerst die wichtigsten sozialen Medien, welche Sie als zwingend erachten. Beschreiben Sie anschliessend, wie sie den unterschiedlichen Auftritt in den sozialen Medien umsetzen würden.

Soziale Medien	Wie würden Sie den Auftritt umsetzen?

Aufgabe 3

3 Punkte

Werden die Focaccias „über die Gasse“ verkauft, nachdem Sie produziert wurden, so nennt man diese Art der Distribution:

Wird der Lieferservice über einen Absatzhelfer bestellt (z.B. eat.ch, lieferando.ch...), so nennt man diese Art der Distribution:

Natürlich gibt es noch andere Formen der Distribution. Welche Form der Distribution würden Sie vorschlagen?

.....

Begründen Sie Ihre Antwort hier ausführlich.

Aufgabe 4

3 Punkte

Beschreiben Sie und erklären Sie die Begriffe

- Strategische Erfolgspositionierung
- Strategische Geschäftseinheit
- Strategisches Geschäftsfeld

und machen Sie ein Beispiel aus der vorliegenden UG2 - Werkstattsprüfung

Titel	Beschreibung / Erklärung
Strategische Erfolgspositionierung	
Strategische Geschäftseinheit	
Strategisches Geschäftsfeld	

Aufgabe 5

6 Punkte

Auf der Website von UG2 sind heute die Geschäftsfelder beschrieben. Was spricht dafür oder dagegen, dass auf der Homepage www.ug2.ch die Geschäftsfelder separat beworben werden.

Nr.	Was spricht dafür?	Erläutern
1		
2		
3		

Nr.	Was spricht dagegen?	Erläutern
1		
2		
3		

Welches Fazit sehen Sie. Was schlagen Sie vor:

Mein Vorschlag für die Homepage

Aufgabe 6

4 Punkte

Das Take Away hat zur Zeit von Montag – Freitag, von 10 Uhr 00 bis 14 Uhr 00 geöffnet. Am Samstag läuft der Betrieb von 11 Uhr 00 bis 17 Uhr 00.

Wie würden Sie vorgehen, wenn Sie entscheiden müssen, ob das UG 2 fortan auch abends geöffnet haben sollte. Nennen und beschreiben Sie 4 entscheidende Kriterien, welche für Sie wichtig wären, läge die Entscheidung bei Ihnen.

Achtung – nur Entscheidungskriterien mit Fallbezug werden gewertet.

Nr.	Entscheidungskriterien	Beschreibung	Rang
1			
2			
3			
4			

Aufgabe 7

8 Punkte

Wie in Aufgabe 6 bereits geschildert und bearbeitet, drängt sich die Öffnung von UG2 am Abend auf. Nennen und erläutern Sie hier je 4 Vor und Nachteile.

Nr.	Vorteile	Erläutern
1		
2		
3		
4		

Nr.	Nachteile	Erläutern
1		
2		
3		
4		

Aufgabe 8

7 Punkte

Wie erstellen Sie eine Positionierung gegenüber der direkten Konkurrenz im Take Away Bereich?
Nutzen Sie zur Darstellung der Positionierung graphische Elemente und schliessen sie diese Positionierung mit einem aussagekräftigen Fazit ab.

Aufgabe 9

10 Punkte

Leiten Sie aus der vorherigen Aufgabe – der Positionierung im Take Away Bereich – fünf unmittelbar der Positionierung folgende Massnahmen ab. Achtung: Massnahmen, welche nicht im Bezug zur vorherigen Aufgabe stehen, werden nicht bewertet. Schätzen Sie ungefähre Kosten. Sie können davon ausgehen, dass die Massnahmen bis Ende 2018 umzusetzen sind.

Nr.	Massnahme	Kurzbeschreibung	Geschätzte Kosten in CHF
1			
2			
3			
4			
5			