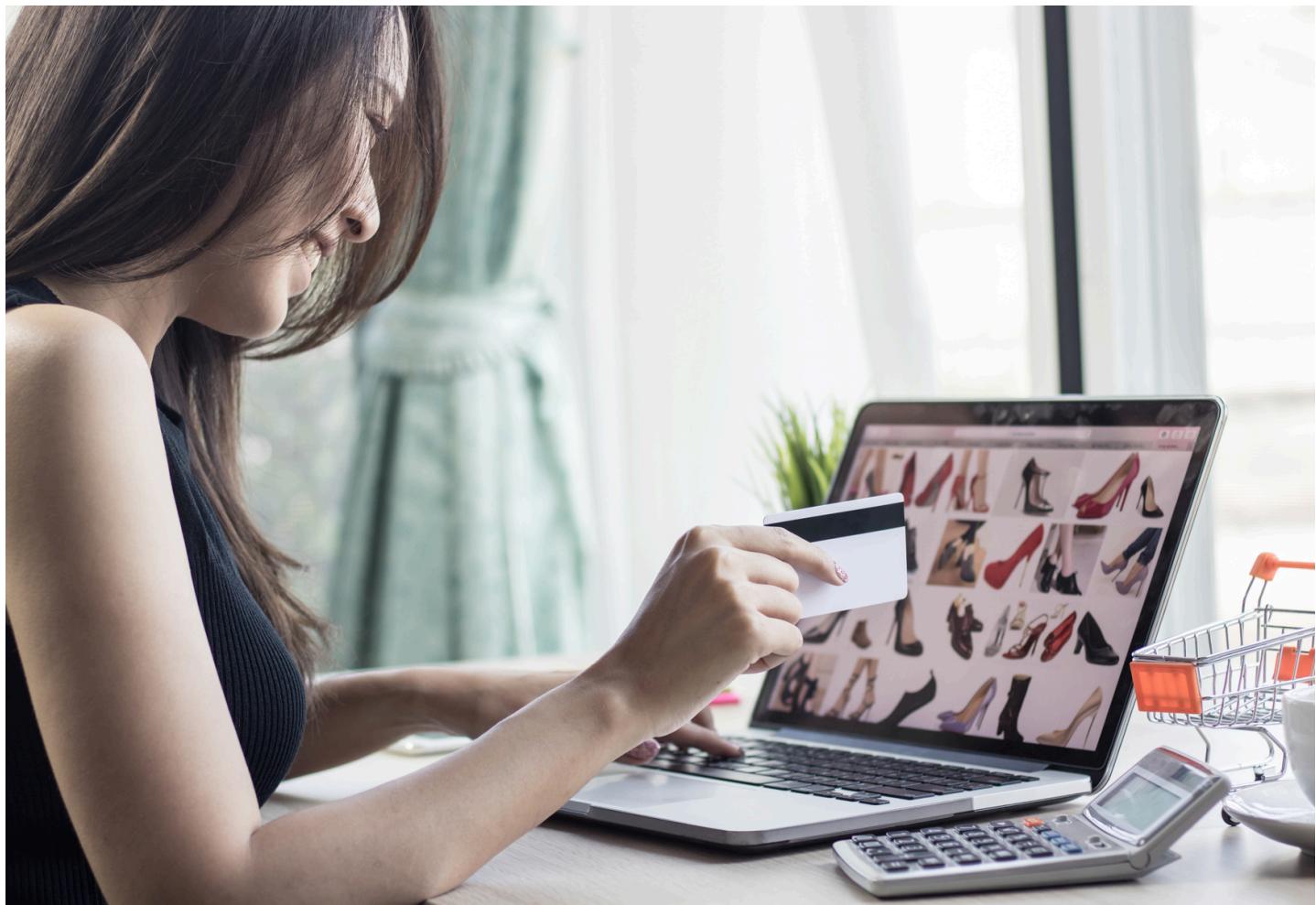




Stapelfux Akademie

Digital Sales Expert mit Schwerpunkt Verkaufs- psychologie und KI





1 Exposé



Kurzbeschreibung & Zielsetzung

Die Maßnahme „Digital Sales Expert mit Schwerpunkt Verkaufspsychologie und KI“ qualifiziert Arbeitsuchende, Wiedereinsteiger:innen und Umsteiger:innen für zukunftsorientierte Berufsbilder im digitalen Vertrieb. Mit starkem Praxisbezug, modernem Methodenmix und gezieltem Einsatz von Künstlicher Intelligenz werden Teilnehmende auf Tätigkeiten im Vertrieb, E-Commerce, Online-Marketing und Business Development vorbereitet.

Zielgruppe

- Berufserfahrene mit Interesse an digitalem Wandel
- Quereinsteiger:innen aus Vertrieb, Handel, Kommunikation
- Wiedereinsteiger:innen oder Personen in beruflicher Umorientierung
- Menschen mit B2-Deutschkenntnissen und Grundkenntnissen in Internet & PC

Inhalte & Aufbau

Die Maßnahme umfasst 16 Module aus 765 UE (Theorie + Praxis), mit Themen wie:

- Digital Sales Prozesse & Akquise
- Verkaufspsychologie & Buyer Profiling
- Customer Journey & Funnelaufbau
- Social Media, Plattformökonomie & Tools
- KI-Anwendungen für Vertrieb und Management
- Projektarbeit & Abschlusspräsentation

Abschluss

Abgeschlossen wird mit einer praxisbezogenen Projektarbeit. Bei erfolgreicher Teilnahme erhalten die Teilnehmenden ein Zertifikat inkl. Kompetenzprofil.
Formales

Dauer: 765 UE (Blended Learning)

Start: 01.09.2025

Durchführung: Vollzeit oder Teilzeit möglich

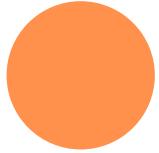
Ort: München (Präsenzphasen) + Online

Plattform: GoHighLevel (LMS & CRM, DSGVO-konform)

Inhaltsverzeichnis

Seite	
02	1 Exposé
04	2 Maßnahmenziele & Abschlussbeschreibung
06	3 Abschlusszertifikat
07	4 Zielgruppe & Zugangsvoraussetzungen
08	5 Lerninhalte
27	6 Lernortbeschreibung und Durchführung
29	7 Didaktisch- methodisches Konzept zur Maßnahme
32	8 Systematische Qualitätssicherung
33	9 Wirkungsanalyse und kontinuierliche Verbesserung
34	10 Relevanz der Maßnahme
35	11 Dozenten der Maßnahme
36	12 Kontakt





2 Maßnahmenziele & Abschlussbeschreibung

Ziel der Maßnahme

Die Maßnahme qualifiziert die Teilnehmenden praxisnah für eine berufliche (Wieder-) Eingliederung in moderne Vertriebs- und Marketingberufe mit digitalem Schwerpunkt: Tätigkeiten im digitalen Vertrieb, digitalen Marketing, E-Commerce, Kundenberatung, Business Development oder auch selbstständige Projektarbeit in digitalen Geschäftsmodellen.

Sie vermittelt fundiertes Wissen in Digital Sales, Customer Profiling, Künstlicher Intelligenz im Verkaufsprozess sowie datenbasiertem Arbeiten – immer mit Blick auf die Anforderungen moderner Arbeitgeber.

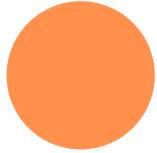
Die Teilnehmenden lernen, wie sie Kundenverhalten erkennen, Vertriebsprozesse mit KI-Tools optimieren und selbstständig digitale Strategien entwickeln. Sie sind nach Abschluss in der Lage, eigenverantwortlich in vertriebsnahen, beratenden oder operativen Rollen in Unternehmen zu arbeiten – oder eigene Projekte bzw. Selbstständigkeit im digitalen Sektor zu verfolgen. Die Weiterbildung fördert Selbstwirksamkeit, Innovationskompetenz und digitale Handlungssicherheit.

Berufliche Einsatzfelder (Beispiele)

- Digital Sales Manager:in
- Vertriebsmitarbeiter:in E-Commerce / Online-Marketing
- Customer Success Manager:in
- Content- oder E-Mail-Marketing-Spezialist:in
- Verkaufsberater:in mit Fokus auf digitale Prozesse
- Selbstständige Tätigkeit im digitalen Vertrieb / Onlinehandel



Maßnahmenziele & Abschlussbeschreibung



Art des Abschlusses

Die Maßnahme wird mit einem bildungsträgereigenen Zertifikat abgeschlossen. Dieses enthält:

- den Titel der Maßnahme (Digital Sales Expert mit KI),
- die vermittelten Inhalte und Kompetenzen (Modulübersicht),
- den Umfang in UE,
- die Teilnahmebestätigung (bei mind. 80 % Anwesenheit),
- sowie das Ergebnis der abschließenden Projektarbeit (sofern erbracht).

Ein individuelles Kompetenzprofil zur Maßnahme (Skills, Tools, Methoden) wird ebenfalls ausgestellt.

Leistungsnachweise & Prüfung

Die Maßnahme schließt mit einer praxisnahen Projektarbeit und einer Lernzielkontrolle ab. Ziel ist die Entwicklung eines konkreten digitalen Vertriebskonzepts oder Workflows unter Einbezug von KI-Tools, Customer Journey und Verkaufspsychologie. Alternativ können auch reale Fallstudien bearbeitet werden.

Die Projektarbeit wird durch eine Präsentation und Reflexion abgeschlossen. Bewertung erfolgt durch eine fachkundige Dozent:in anhand transparenter Kriterien.

3 Abschlusszertifikat



STAPELFUX AKADEMIE

Am Moosberge 2 | 37581 Bad Gandersheim
www.stapelfux-akademie.de

Zertifikatsnummer: 06/2025/1

Hiermit wird bestätigt, dass
[Vorname Nachname]
im Zeitraum vom [Startdatum] bis [Enddatum] erfolgreich an der beruflichen
Weiterbildungsmaßnahme

DIGITAL SALES EXPERT MIT SCHWERPUNKT VERKAUFSPSYCHOLOGIE UND KI

teilgenommen hat.

Die Maßnahme umfasste 765 Unterrichtseinheiten (UE) à 45 Minuten im Blended-Learning-Format (Online & Präsenz) und wurde durch den AZAV-zugelassenen Bildungsträger Stapelfux GmbH durchgeführt.

Die Weiterbildung vermittelte praxisnahe, anwendungsorientierte Kompetenzen in folgenden Themenfeldern:

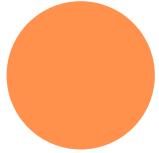
- Strategischer Aufbau digitaler Vertriebsprozesse
- Verkaufspsychologie & Kundenverhalten
- Erstellung von Buyer Personas & ICPs
- Datenbasierte Analyse der Customer Journey
- E-Commerce, Funnel-Strategien & Omnichannel-Kommunikation
- KI-Tools & Automatisierung im Vertrieb
- Storytelling, SEO, SEA & Copywriting
- Vertriebscontrolling & strategische Unternehmensentwicklung

Die Maßnahme wurde mit einer praxisorientierten Projektarbeit abgeschlossen.
Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind im beiliegenden Kompetenzprofil dokumentiert.

Bad Gandersheim, den [Datum]


Katharina Stapel
Geschäftsführerin – Stapelfux GmbH





4 Zielgruppe & Zugangsvoraussetzungen

Zielgruppe

Die Maßnahme richtet sich an:

- Personen mit Interesse an digitalen Vertriebsstrategien, Online-Marketing und dem Einsatz neuer Technologien wie Künstlicher Intelligenz,
- Berufsrückkehrer:innen und Umsteiger:innen, die einen beruflichen Neustart im Bereich Digital Sales, E-Commerce oder Marketing anstreben,
- Fachkräfte aus angrenzenden Berufsfeldern (z.B. Einzelhandel, Medien, Kommunikation), die sich gezielt weiterqualifizieren möchten,
- Menschen mit Vertriebserfahrung, die digitale Kompetenzen aufbauen wollen,
- arbeitsuchende Menschen mit Motivation zur Neuorientierung in digitalen Branchen.

Zugangsvoraussetzungen

Formale Voraussetzungen:

- Abgeschlossene Berufsausbildung oder nachgewiesene Berufserfahrung (auch fachfremd),
- ausreichende Deutschkenntnisse (mind. B2),
- digitale Grundkenntnisse (z.B. Office, Internet, einfache Online-Kommunikation),
- Teilnahme an einem persönlichen Eignungsgespräch mit dem Träger zur Klärung der Lernmotivation und Zielpassung.

Technische Voraussetzungen (bei Online-Teilnahme):

- Internetzugang mit stabiler Verbindung,
- internetfähiges Endgerät (Laptop oder PC mit Kamera und Mikrofon),
- Grundkenntnisse im Umgang mit Browsern und digitalen Tools.



5 Lerninhalte



Modul-nummer	Modul	Unterrichtseinheiten
0	Begrüßung, Einführung & Organisatorisches	1
1	Grundlagen Verkaufs & Verkaufspräzess	50
2	Kundenprofiling & produktsspezifisches Kaufverhalten	51
3	Analytics & datengetriebenes Arbeiten im Vertrieb	51
4	Digitales Branding & Positionierung	51
5	E-Commerce Grundlagen: Shopsysteme, Marktplätze, Social Media	51
6	Sichtbarkeit im Netz: SEO, SEA, Content & AI Tools	51
7	Kommunikationskanäle: E-Mail, WhatsApp, Telegram, Discord etc.	51
8	Customer Journey & Omnichannel-Strategien	51



Lerninhalte

Modul-nummer	Modul	Unterrichtseinheiten
9	Unternehmensstrategie & Growth Engine	51
10	Mitarbeiterprozesse & Organisationsentwicklung	51
11	Storytelling & psychologisch fundiertes Texten mit & ohne KI	51
12	KI-Grundlagen: Chancen, Grenzen, Datenschutz, Ethik	50
13	KI im Verkaufsprozess: Custom GPT, Tools & Automatisierung	50
14	KI strategisch im Unternehmen einsetzen	50
15	Vertriebscontrolling & Erfolgsmessung	50
16	Lernzielkontrolle & Abschlusspräsentation	4



Modul 0: Einführung

Unterrichtseinheiten	1
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen den organisatorischen und technischen Ablauf und haben alle offenen Fragen und Unsicherheiten überwunden.
Inhalte	Individuelles Onboarding Vorstellung Lernplattform & Aufgabenbereich Formulierung der gemeinsamen Zielstellung
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



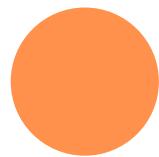
Modul 1: Grundlagen des Verkaufs & Verkaufspraktologie

Unterrichtseinheiten	50
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen die psychologischen, strategischen und praktischen Grundlagen eines erfolgreichen Verkaufsprozesses. Sie lernen, wie sie mit verschiedenen Kundentypen umgehen, überzeugend argumentieren und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">· Historie des Verkaufs und die Bedeutung für das Digitale· Die Phasen des Verkaufs· Transformation ins Digitale· Einführung in den modernen Vertrieb· Kommunikation und Gesprächsführung
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 2: Kundenprofiling & produktspezifisches Kaufverhalten



Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen den Unterschied zwischen Buyer Persona, Zielgruppen-Persona und Ideal Customer Profile (ICP), können selbstständig fundierte Kundenprofile auf Basis qualitativer und quantitativer Daten erstellen, lernen, Verhaltensdaten zur Segmentierung und Ansprache zu interpretieren, leiten aus den Profilen konkrete Vertriebs- und Kommunikationsstrategien ab.
Inhalte	Kundenprofil erstellen Umgang mit Verhaltensdaten Buyer Persona vs Persona vs ICP
Referenzen	Präsentationsunterlagen

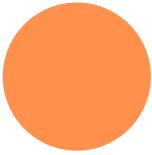
Anmerkungen des Lehrenden



Modul 3: Analytics & datengetriebenes Arbeiten im Vertrieb

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden erkennen, welche Daten im digitalen Verkaufsprozess relevant sind, lernen, Verhaltens- und Performance-Daten zu erfassen und zu interpretieren, entwickeln eigene datenbasierte Vertriebskennzahlen und erstellen einfache Auswertungen und Reports zur Vertriebsoptimierung, nutzen Daten zur Priorisierung, Steuerung
Inhalte	Grundlagen der vertriebsrelevanten Datenanalyse Vertriebskennzahlen und KPI Analyse von Verhaltensdaten, Segmentierung & Personalisierung auf Datenbasis Forecasting & Vertriebssteuerung mit Daten
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 4: Digitales Branding & Positionierung

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen die Bedeutung und den Aufbau einer klaren digitalen Marke, können eigene oder fremde Markenpositionierungen analysieren und formulieren, entwickeln eine authentische, kanalspezifische Markenstimme, wenden Branding-Grundlagen auf Social Media, Website, E-Mail etc. an und positionieren sich selbst oder ein Produkt eindeutig im Wettbewerbsumfeld.
Inhalte	Grundlagen digitales Branding Positionierung im Markt Markenarchitektur & Story Kanalspezifische Markenführung
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 5: E-Commerce

Grundlagen: Shopsysteme, Marktplätze, Social Media

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die wichtigsten Verkaufsplattformen und Shoplösungen, können Kanäle strategisch auswählen und gewinnbringend kombinieren und verstehen die Customer Journey im digitalen Handel, wissen, wie man einen Shop strukturiert, optimiert und skaliert und erkennen Chancen & Herausforderungen von Marktplätzen und Social Commerce.
Inhalte	Einstieg in den E-Commerce Shopsysteme & Plattformen Social Commerce & Plattformvertrieb Vertrieb & Logistik Skalierung & Optimierung
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 6: Sichtbarkeit im Netz: SEO, SEA, Content & AI Tools



Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen die Mechanismen von SEO und SEA, können Content gezielt für digitale Sichtbarkeit planen und umsetzen, lernen den systematischen Einsatz von KI zur Contententwicklung, bauen das Zusammenspiel von Keywords, Nutzerverhalten und Funnelposition auf und wissen, wie Reichweite strategisch genutzt und gemessen wird.
Inhalte	Grundlagen digitaler Sichtbarkeit SEO - Suchmaschinenoptimierung SEA - bezahlte Reichweite Content- und KI-Strategie
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 7:

Kommunikationskanäle: E-Mail, WhatsApp, Telegram, Discord etc.

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen die Bedeutung direkter Kommunikation im Vertriebsprozess, lernen verschiedene Kanäle hinsichtlich Tonalität, Funktion und Zielsetzung zu unterscheiden, können kanalübergreifende Kommunikationsstrategien entwickeln, wissen, wie Automatisierungen und Segmentierung effektiv eingesetzt werden und sind in der Lage, einen vollständigen Kommunikationspfad von Lead zu Kunde zu skizzieren.
Inhalte	Kommunikationskanäle im Überblick E-Mail-Marketing professionell nutzen Messenger-Marketing Discord & Community-getriebene Kommunikation Verknüpfung und Automatisierung
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 8: Customer Journey & Omnichannel-Strategien

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen den strukturellen Aufbau der Customer Journey im digitalen Vertrieb, erkennen typische Touchpoints, Verhaltensmuster und Abbruchstellen, entwickeln eigene Customer Journeys für Produkte oder Zielgruppen, lernen, Verhaltensdaten strategisch zu interpretieren und in Maßnahmen zu übersetzen und können Omnichannel-Prozesse sinnvoll planen und priorisieren.
Inhalte	Grundlagen Customer Journey Touchpoints und ihr Einfluss Verhaltensdaten als Steuerungsinstrument Journey-Optimierung durch Daten Journey Design für den Vertrieb
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 9:

Unternehmensstrategie & Growth Engine

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen das Prinzip einer unternehmensweiten „Growth Engine“, lernen, wie Strategie, Struktur, Vertrieb, Marketing und Prozesse miteinander verzahnt werden, können operative Steuerung und Teamzusammenarbeit durch strukturierte Meetings und Scorecards umsetzen, begreifen Skalierung als systematischen und wiederholbaren Prozess und entwickeln eine eigene Wachstumsarchitektur für ein Unternehmen oder Projekt.
Inhalte	Grundlagen einer Growth Engine Strukturierte Unternehmensführung Dokumentation und Wissensmanagement Verzahnung von Marketing, Vertrieb und Umsetzung Praktischer Aufbauplan
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 10:

Mitarbeiterprozesse & Organisationsentwicklung

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die zentralen Elemente strukturierter Mitarbeiterführung und Prozessgestaltung, verstehen, wie strategische Ziele in operative Umsetzung übersetzt werden, lernen Meetingformate kennen, die für Fokus, Feedback und Steuerung sorgen, können organisatorische Prozesse abbilden, analysieren und verbessern und entwickeln ein eigenes, wachstumsfähiges Organisationssystem.
Inhalte	Grundlagen strategischer Mitarbeiterprozesse Meetingstrukturen als Steuerungsinstrument Scorecards und KPI-Steuerung Digitale Organisationssysteme Wissenssicherung und Prozessverantwortung
Referenzen	Präsentationsunterlagen

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 11: Storytelling & psychologisch fundiertes Texten mit & ohne KI

Unterrichtseinheiten	51
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen, wie Geschichten Aufmerksamkeit, Verbindung und Handlung auslösen, erkennen die psychologischen Prinzipien hinter überzeugender Sprache, lernen, Texte für unterschiedliche Phasen des Verkaufsprozesses zu erstellen, können KI gezielt zur Textgenerierung und Optimierung einsetzen und entwickeln eine persönliche Schreibroutine zwischen Strategie, Emotion und Automatisierung.
Inhalte	Grundlagen des Storytelling Psychologisch fundiertes Schreiben Schreiben im Verkaufsprozess KI im Schreibprozess
Referenzen	Präsentationsunterlagen, ChatGPT, Jasper

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 12: KI-Grundlagen: Chancen, Grenzen, Datenschutz, Ethik

Unterrichtseinheiten	50
Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen, was Künstliche Intelligenz ist – und was nicht, kennen grundlegende Begriffe, Funktionsweisen und Arten von KI, lernen Chancen und Risiken in der unternehmerischen Nutzung einzuschätzen, wissen, wo KI heute sinnvoll eingesetzt werden kann – und wo nicht und setzen sich mit Datenschutz, Urheberrecht und ethischen Aspekten auseinander.
Inhalte	Grundverständnis Künstliche Intelligenz Technologische Grundlagen (einfach erklärt) KI-Einsatz im Alltag und Beruf Datenschutz & Urheberrecht Ethik & Verantwortung
Referenzen	Präsentationsunterlagen, ChatGPT, Jasper

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 13: KI im Verkaufsprozess: Custom GPT, Tools & Automatisierung

Unterrichtseinheiten	50
Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die wichtigsten KI-gestützten Anwendungen im digitalen Vertrieb, lernen, wie Custom GPTs erstellt und trainiert werden können, können Verkaufsprozesse mithilfe von KI analysieren, automatisieren und optimieren, unterscheiden zwischen generativer und analytischer KI im Sales-Kontext und sind in der Lage, konkrete Tools sinnvoll und datenschutzkonform einzusetzen.
Inhalte	Überblick: KI im Vertriebsprozess Custom GPTs & spezialisierte Assistenzmodelle Tool-Übersicht & Anwendungsfälle Implementierung & Workflow-Design Rechtliches & ethisches Feintuning
Referenzen	Präsentationsunterlagen, ChatGPT, Jasper

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 14: KI strategisch im Unternehmen einsetzen

Unterrichtseinheiten	50
Lernziele	Die Teilnehmenden erkennen den strategischen Wert von KI für Unternehmensentwicklung und Innovation, können Chancen, Risiken und Auswirkungen von KI im unternehmerischen Gesamtkontext beurteilen, entwickeln Ideen zur Integration von KI in Geschäftsmodelle, Strukturen und Kultur, lernen, KI-Projekte auf Managementebene zu initiieren und zu steuern und verstehen ethische, wirtschaftliche und kulturelle Spannungsfelder bei der KI-Einführung.
Inhalte	KI als strategischer Hebel KI in Führung, Kultur und Organisation Innovationsentwicklung mit KI Prozess- & Strategieentwicklung Governance, Ethik und Rahmenbedingungen
Referenzen	Präsentationsunterlagen, ChatGPT, Jasper

Anmerkungen des Lehrenden



Modul 15:

Vertriebscontrolling & Erfolgsmessung

Unterrichtseinheiten	50
Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die zentralen Kennzahlen im digitalen Vertriebsumfeld, können Vertriebsziele in KPIs übersetzen und messbar machen, lernen, wie man Reportings erstellt, interpretiert und zur Steuerung nutzt, sind in der Lage, Performanceabweichungen zu erkennen und gezielt gegenzusteuern und entwickeln ein individuelles Vertriebscontrolling-System auf Basis ihrer Ziele.
Inhalte	Grundlagen des Vertriebscontrollings Kennzahlen im digitalen Vertrieb Zielsysteme und Plan-Ist-Abgleiche Reporting & Tools Performanceanalyse & Steuerung
Referenzen	Präsentationsunterlagen, ChatGPT, Jasper

Anmerkungen des Lehrenden



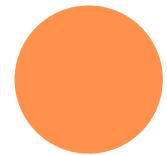
Modul 16: Lernzielkontrolle & Abschlusspräsentation



Unterrichtseinheiten	4
Lernziele	Überprüfung des gelernten Wissens in Form eines Multiple-Choice Tests und Präsentation ihrer Projektarbeit.
Inhalte	Bei der Abschlussprüfung müssen 85 % der Prüfungsfragen richtig beantwortet werden, um zu bestehen, um das gelernte Wissen nachzuweisen.
Referenzen	keine

Anmerkungen des Lehrenden

6 Lernortbeschreibung & Durchführung



Die Maßnahme wird im Online-Format durchgeführt. Bei Bedarf können Teilnehmer auch an unseren Präsenzveranstaltungen teilnehmen.

Präsenz-Lernort:
Olimpia Business Center
Georg Brauchle Ring 23-25
80992 München

Räumlichkeiten:

- Schulungsräume mit 150 Arbeitsplätzen
- Barrierefrei zugänglich
- Ausgestattet mit Beamer, Whiteboard, Flipchart
- WLAN-Zugang für Teilnehmende
- Verpflegung, Getränke & ergonomische Sitzmöglichkeiten vorhanden



Lernortbeschreibung & Durchführung



Online-Lernumgebung:

Plattform: GoHighLevel (CRM und Schulungsplattform)

Technische Infrastruktur:

- Cloudbasiertes Kurs- und Teilnehmermanagement
- Zugriff auf Lernmaterialien, Aufgaben, Videotrainings
- Interaktive Live-Calls via Zoom oder Google Meet (Datenschutz-konform)
- Diskussionsforen, Kommentarfunktion, Feedbackmodule
- Kalender- und Erinnerungsfunktionen für Lernabschnitte

Datensicherheit:

- DSGVO-konforme Verarbeitung personenbezogener Daten
- Hosting auf europäischen Servern (GoHighLevel/alternativ dokumentieren)

Technische Mindestvoraussetzungen für Teilnehmende

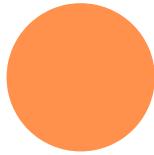
- Laptop oder PC mit aktuellem Browser (Chrome, Edge, Firefox)
- Internetverbindung mit mind. 10 Mbit/s
- Kamera und Mikrofon für Live-Sessions
- Grundkenntnisse in Internetnutzung und digitaler Kommunikation

Betreuung und Lernbegleitung

- Ansprechpartner:in bei technischen Fragen (Support: kontakt@stapelfux-akademie.de, mobil: 0171743692)
- Einführung in die Plattform zu Beginn der Maßnahme
- Unterstützung bei technischen oder organisatorischen Herausforderungen
- Dozent:innen begleiten auch Online-Phasen aktiv



7 Didaktisch-methodisches Konzept zur Maßnahme



Didaktisches Grundverständnis

Die Maßnahme ist handlungsorientiert aufgebaut. Sie zielt darauf ab, Kompetenzen zu vermitteln, die für die erfolgreiche berufliche (Wieder) Eingliederung im digitalen Vertrieb erforderlich sind. Die Teilnehmenden lernen nicht nur theoretische Inhalte, sondern setzen diese kontinuierlich in praxisnahen Übungen, Projekten und Transferphasen um. Zentrales didaktisches Prinzip ist das aktive, praxisgeleitete Lernen mit hohem Realitätsbezug. Die Maßnahme verknüpft:

- digitale Selbstlernphasen (asynchrone Vorbereitung & Vertiefung),
 - interaktive Online-Live-Sessions,
 - Präsenzphasen mit Gruppen- und Projektarbeit,
- sowie anwendungsorientierte Workshops zur direkten Umsetzung.

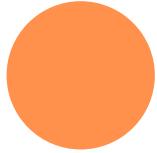
Methodenvielfalt

Um unterschiedlichen Lernstilen und Vorerfahrungen gerecht zu werden, werden folgende Methoden eingesetzt:

- Fachliche Impulsvorträge & Moderation
- Gruppenarbeiten und Peer-Learning
- Fallstudien und Rollenspiele
- Interaktive Live-Demos (z. B. KI-Tools, Analytics-Systeme)
- Transferaufgaben & Reflexionsübungen
- Projektarbeit in mehreren Modulen
- Begleitende E-Learning-Inhalte / Wissensdatenbank
- Feedback-Formate (individuell & im Plenum)



Didaktisch-methodisches Konzept zur Maßnahme



Online first Ansatz

Die Maßnahme folgt einem synchronen Onlinemodell. Der UNterricht findet in unserem digitalen Schulungsraum statt, adaptierte Arbeitsmaterialien werden über eine Lernplattform bereitgestellt (z.B. Videos, PDFs, Übungen), die Präsenzphasen dienen der Diskussion, Anwendung und Reflexion.

- Lernphase: Theoretische Grundlagen, Video-Lektionen, vorbereitende Lektüre, Selbstreflexion
- Umsetzungsphase: Praxisanwendung, Fallbearbeitung, Austausch, Gruppenprozesse

Lernzielorientierung und Transparenz

Zu Beginn jedes Moduls werden klare Lernziele kommuniziert, die sowohl kognitiv als auch praktisch ausgerichtet sind. Die Teilnehmenden erhalten ein Modulhandout mit:

- Lernzielen,
- Inhalten,
- Methoden,
- sowie den Kriterien zur Leistungsbewertung.

Unterstützung des individuellen Lernprozesses

Zur Begleitung des Lernfortschritts erhalten die Teilnehmenden:

- regelmäßige Reflexionsimpulse,
- Rückmeldung durch Dozent:innen,
- gezielte Übungen zur Selbstdiagnose,
- Unterstützung bei Transferfragen durch Begleitpersonen/Trainer:innen.



Didaktisch-methodisches Konzept zur Maßnahme



Pädagogische & fachliche Eignung der Dozent:innen

Alle eingesetzten Dozent:innen verfügen über:

- Berufspraxis in Vertrieb, Marketing oder KI-gestützter Arbeit,
- didaktische Erfahrung in der Erwachsenenbildung,
- Fachkenntnisse im jeweiligen Modulbereich,
- sowie idealerweise Coaching- oder Moderationserfahrung.

Evaluation & kontinuierliche Verbesserung

Zur Qualitätssicherung wird die Maßnahme regelmäßig evaluiert:

- Teilnehmerfeedback nach jedem Modul (Fragebogen)
- Reflexion durch Dozent:innen (Wirksamkeitsprüfung)
- Interne Reviews auf Basis von Lernerfolg und Rückmeldungen

Erkenntnisse fließen in die Weiterentwicklung der Inhalte, Methoden und Betreuung ein.

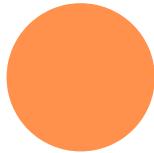
Einsatz digitaler Werkzeuge

Zum Einsatz kommen u.a.:

- GoHighLevel (Kursplattform & CRM)
- Google Workspace (Zusammenarbeit & Dokumentation)
- Miro / Whiteboards (Visualisierung & Co-Creation)
- Notion (Wissensdatenbank)
- Tools wie ChatGPT, Jasper, Canva, Google Analytics (modulbezogen)



8 Systematische Qualitätssicherung durch formative und summative Bewertung



Die Qualität der Wissensvermittlung wird sowohl formativ während der Maßnahme als auch summativ am Endesystematisch überprüft. Im Verlauf der Maßnahme setzen wir gezielte Reflexionsformate ein – darunter Modulrückblicke, Lernzielabgleiche sowie praxisorientierte Transferaufgaben.

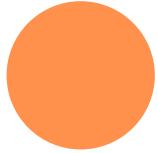
Diese Elemente geben den Teilnehmenden regelmäßige Gelegenheit, den eigenen Lernfortschritt einzuordnen und etwaige Verständnishürden frühzeitig zu erkennen. Auf Dozentenseite dienen sie der kontinuierlichen Anpassung der Methodik und inhaltlichen Tiefe. Zusätzlich erfolgt eine begleitende Dokumentation durch das pädagogische Team, das auftretende Lernhindernisse, Motivationsschwankungen oder gruppendifynamische Herausforderungen aktiv aufgreift und im Sinne eines lernförderlichen Rahmens steuert.

Am Ende jedes Moduls werden Lernzielkontrollen in Form von Reflexionsgesprächen durchgeführt. Diese Ergebnisse fließen in die individuelle Bewertung ein und geben nicht nur Auskunft über Fachwissen, sondern auch über Anwendungskompetenz, Transferfähigkeit und Selbstreflexion der Lernenden.

Die Erkenntnisse aus diesen Bewertungen dienen nicht nur der individuellen Leistungsfeststellung, sondern sind auch Bestandteil der internen Qualitätszirkel.



9 Wirkungsanalyse und kontinuierliche Verbesserung der Maßnahme



Die Bewertung der Maßnahmenqualität erfolgt zudem auf einer übergeordneten Metaebene: durch eine Wirkungsanalyse im Sinne der nachhaltigen Kompetenzentwicklung.

Hierzu erfassen wir nach Abschluss nicht nur die subjektive Zufriedenheit der Teilnehmenden, sondern auch die Umsetzung der erlernten Inhalte im beruflichen oder praktischen Kontext. Ehemalige Teilnehmer:innen werden gezielt eingeladen, Rückmeldung über ihre berufliche Entwicklung, Bewerbungsprozesse, Projektumsetzungen oder erfolgreiche Anstellungen zu geben. Diese qualitative Nachverfolgung ermöglicht es, die Maßnahme nicht nur auf Vermittlung, sondern auf tatsächliche Integration und Wirksamkeit zu prüfen.

Parallel werden alle evaluierten Ergebnisse in ein internes Qualitäts-Cockpit eingespeist, das auf Basis vordefinierter KPIs wie Abbruchquote, Zufriedenheitswerten, Transferstärke und Maßnahmendauer Trends sichtbar macht.

Die verantwortliche Leitung analysiert dieses Feedback quartalsweise und leitet daraus konkrete Entwicklungsmaßnahmen ab – z.B. Anpassungen an Inhalten, Methodik, Moduldauer oder Betreuungssystemen. So wird gewährleistet, dass die Maßnahme nicht nur im Sinne der AZAV-Richtlinien funktioniert, sondern sich als lernwirksame, marktrelevante Qualifikationseinheit stetig weiterentwickelt.



10 Relevanz der Maßnahme

Die Arbeitswelt steht an einem Kipppunkt: Klassische Vertriebsmodelle weichen zunehmend datengetriebenen, hybriden und KI-gestützten Verkaufsprozessen.

Unternehmen suchen nicht mehr bloß gute Verkäufer:innen, sondern strategisch denkende Digital Sales Professionals, die technologische Entwicklungen verstehen, psychologisches Konsumentenverhalten entschlüsseln und beides wirksam in einen marktorientierten Prozess überführen können.

Genau an dieser Schnittstelle setzt die Maßnahme „Digital Sales Expert mit Schwerpunkt Verkaufspräzisierung und KI“ an – sie reagiert auf eine der drängendsten Kompetenzlücken im Mittelstand wie auch in wachsenden Digitalunternehmen.

Ihre Relevanz zeigt sich auf mehreren Ebenen: Sie bietet nicht nur eine zukunftsweise Qualifizierung in einem hochdynamischen Berufsfeld, sondern auch eine übersetzbare Anschlussfähigkeit für verschiedene Branchen – vom E-Commerce über B2B-Vertrieb bis hin zur Selbstständigkeit.

Durch den Fokus auf praxisrelevante Tools (CRM, Analytics, Plattform-Logiken) und die fundierte Einführung in Künstliche Intelligenz als Vertriebswerkzeug entsteht ein Qualifikationsprofil, das weit über klassisches „Verkaufstraining“ hinausgeht.

Teilnehmende werden befähigt, Märkte zu lesen, Touchpoints intelligent zu bespielen und Geschäftsmodelle aktiv mitzugestalten. Damit ist die Maßnahme nicht nur arbeitsmarktpolitisch relevant, sondern ein konkreter Hebel für Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit – sowohl individuell als auch gesamtwirtschaftlich.



11 Dozenten in dieser Maßnahme

Wolfgang Jung

Geschäftsführer team digital GmbH
Experte für Marketing und
Suchmaschinenoptimierung
Zertifizierter Storyteller-Coach (GDV)
IHK Prüfer für Medienberufe



Katharina Stapel

Geschäftsführer Stapelfux GmbH und
Leiterin der Akademie
Psychologin & Verhaltensökonomie
Behaviroal Analytics
MBA & Business Coach
Dozentin an diversen Hochschulen





12 Kontakt



Stapelfux GmbH

Katharina Stapel
Am Moosberge 2
37581 Bad Gandersheim

kontakt@stapelfux-akademie.de
mobil: 01711743693