

POINT OF SALE



Verkauf Schweiz
Vente Suisse
Vendita Svizzera

Das Magazin



**Verkauf Schweiz wünscht Ihnen ein
glückliches und erfolgreiches Neues Jahr**

**Vente Suisse vous souhaite une
heureuse année couronnée de succès**



World Vision

SCHWEIZ · SUISSE · SVIZZERA

ERLEB WAS. UND HILF DAMIT DEN KINDERN AUF DER WELT.

Mit der spannenden Schnitzeljagd durch
deine Stadt unterstützt du Hilfsprojekte.



Jetzt mitmachen!



familytrail.ch
powered by foxtrail



Geschätzte Berufskolleginnen und -kollegen,

Die Welt dreht sich – und sie dreht sich immer schneller. Was gestern noch Vision war, ist heute, spätestens morgen, Realität. Telefonkabinen, Fotoapparate, Telex, Agenda und Lexiken in Bibliotheken sind heute in einem kleinen Gerät Namens «Smartphone» oder «Tablett» zusammengefasst, mit welchem man weltweit kommunizieren kann. Die digitale Welt hat uns erreicht. Die Welt ist kleiner und auch durchsichtig geworden. Eine faszinierende, aber auch gefährliche Welt. Jobs und Berufsgruppen werden weniger oder verschwinden. Die Besten werden überleben. So wird sich auch unser Beruf verändern. Nur wer geschult ist, emotional den Kunden an sich binden kann, wird noch erfolgreich sein. Das Internet wird die grosse Konkurrenz sein, d.h. Weiterbildung ist das A und O. Dies gilt sicher für die noch aktiven Berufsleute, aber auch wieder für die Senioren. Der Umgang mit Computer und Smartphones, wissen was „twittern“, „posten“ oder „WhatsApp“ sind. Fahrkarten am Automaten lösen oder digital mit der Bank sich verständigen sind Dinge, mit welchen noch einige ältere Mitglieder Probleme haben. Auch im Alter kann man noch dazu lernen. Wir helfen Ihnen.

Genau jetzt ist auch der richtige Zeitpunkt, dass wir unseren Verband neu ausrichten und organisieren. Wir sind ab Januar 2018 **eine**

grosse Familie, welche von einer professionellen Geschäftsleitung geführt wird. Mit einem Sekretariat, welches während den Geschäftszeiten für **Sie alle, auch für alle aktiven Verkäufer** da ist. Mehr zu diesem Thema lesen Sie im Innern dieser POS-Ausgabe.



Ich bin überzeugt, dass diese Geschäftsleitung den Verband enorm vorwärts bringt und ihn wieder zu einem der wichtigsten Berufsverbände der Schweiz macht. Der Zentralvorstand wird seinerseits strategisch operieren und die Arbeit der Geschäftsleitung beaufsichtigen, damit Statuten, Verbandsziele und Budgets eingehalten werden. Sie alle können zum Erfolg mithelfen, durch

aktives Mitmachen. Vor allem «Mund-zu-Mund»- Propaganda ist immer noch die günstigste und effizienteste Werbung. Zudem sagt eine alte Weisheit: »Beim Mitschwimmen kommt man immer besser ans Ufer, als gegen die Strömung anzukämpfen.« Unserer neuen Geschäftsleitung wünsche ich alles Gute für ihre neue Aufgabe. Ihnen allen wünsche ich eine besinnliche Weihnachtszeit und einen guten Start ins neue Jahr. Willkommen in der neuen Familie «Verband Verkauf Schweiz».

Ihr Zentralpräsident
Walter Husi

Inhaltsverzeichnis Contenu

3 Editorial

Wettbewerb Concours **4**

6 Interview Entretien

Hilfskasse der Vorsorgestiftung Caisse d'aide de la fondation **10**

14 Firmenporträt Le portrait actuel

Mobilität Mobilité **18**

24  **Impressionen Swiss Sales Forum 2017**

Termine Dates **26**

28 **Sektionsberichte** Rapports des sections

Personen und Namen Noms et personnes **30**

Verkauf Schweiz
Vente Suisse
Vendita Svizzera



Verband verkaufsorientierter Fachleute und Firmen
Association des professionnels de la vente et des entreprises
Associazione dei professionisti della vendita e delle aziende

Chères et chers collègues de l'association,

Le monde évolue – et ne ralentit pas. Ce qui n'était qu'une vision hier est d'ores et déjà une réalité ou le sera dès demain. Les cabines téléphoniques, les appareils photo, le télex, les agendas et les lexiques des bibliothèques sont désormais tous réunis dans un petit appareil appelé «smartphone» ou «tablette» grâce auquel l'on peut communiquer avec le monde entier. Ca y est, nous sommes entrés dans l'ère du numérique. Le monde est devenu plus petit et plus transparent. Un monde à la fois fascinant et dangereux. Les emplois et groupes de métiers se réduisent ou disparaissent totalement. Les meilleurs survivront. Notre métier devra également évoluer. Seuls ceux qui auront été formés à créer des liens émotionnels avec les clients pourront encore réussir. Internet se présentant comme la plus grande source de concurrence, la formation continue sera essentielle. Cela s'applique aux personnes qui sont encore actives, mais aussi aux seniors. L'utilisation d'un ordinateur ou d'un smartphone, savoir ce que veut dire «twitter», «poster» ou «WhatsApp». Certains de nos membres les plus âgés ont encore du mal à acheter leurs tickets sur un distributeur ou à communiquer avec leur banque par voie digitale. Mais il n'y a pas d'âge pour apprendre! Nous sommes là pour vous aider.

C'est le moment idéal pour réorienter et réor-

ganiser notre association. À partir de janvier 2018, nous serons **une grande famille** menée par une direction professionnelle. Avec un secrétariat à la disposition de tous, **même des vendeurs actifs**. Vous en découvrirez davantage à ce sujet dans ce numéro de POS.



Je suis convaincu que cette nouvelle direction va énormément faire progresser l'association pour la faire revenir sur le devant de la scène des plus grandes associations de Suisse. De son côté, le comité central se concentrera sur la stratégie et surveillera le travail de la direction afin de garantir le respect des statuts, des objectifs et du budget de l'association.

Vous pouvez tous contribuer à notre réussite commune par une participation active. Le

«bouche-à-oreille» reste la méthode de publicité la moins chère et la plus efficace.

Et puis, comme le dit le vieil adage: «Dans un bateau qui navigue à contre-courant, qui n'avance pas recule.»

Je souhaite la plus grande réussite à notre direction dans ses nouvelles fonctions.

À tous, je souhaite de joyeuses fêtes de Noël et une excellente nouvelle année.

Bienvenue dans la nouvelle famille «Association Vente Suisse».

Votre président,
Walter Husi

Wettbewerb Concours

In welcher Ortschaft fand das diesjährige Swiss Sales Forum von «Verkauf Schweiz» statt?

Dans quel village le Swiss Sales Forum de «Vente suisse» de cette année s'était tenue?

Die Lösung bis zum 21. Januar 2018 einsenden an:

Envoyez votre réponse avant le 21 janvier 2018 à:

wettbewerb@verkaufschweiz.ch

Als Gewinn winkt eine HOTELCARD für ein Jahr!

Le vainqueur remportera une HOTELCARD, valable un an!

Der Gewinner wird aus den richtigen Antworten ausgelost und persönlich informiert. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mitarbeiter vom Verband Verkauf Schweiz und vom Jordi Medienhaus sind vom Wettbewerb ausgeschlossen.

Le vainqueur sera tiré au sort parmi les bonnes réponses, et en sera informé personnellement. Aucun courrier ne sera envoyé au sujet du concours. Tout recours juridique est exclu. Les collaborateurs de l'association Vente Suisse et du groupe de presse Jordi n'ont pas le droit de participer au concours.





FÜR MITGLIEDER VON VERKAUF SCHWEIZ GÜNSTIGERE PRÄMIEN

Kollektive Krankenversicherung

Bis zu 10% Rabatt auf den meisten Zusatzversicherungen bei unseren Partnern:



→ Mehr Infos auf www.verkaufschweiz.ch oder



Rechtsschutzversicherung

Als Mitglied von Verkauf Schweiz erhalten ein vollumfängliches Paket zu Vorzugskonditionen.

Protekta

Rechtsschutz

→ Mehr Informationen dazu erhalten Sie auf www.verkaufschweiz.ch oder



Auto-, Hausrat/Privathaftpflicht- und Gebäudeversicherung

Holen Sie sich jetzt den besten Schutz und profitieren Sie von den günstigen Sonderkonditionen: Zum Beispiel mit der Zurich Autoversicherung, die 2016 mit dem Innovationspreis der Schweizer Assekuranz ausgezeichnet wurde. Die besonderen Konditionen sind möglich dank der langjährigen Zusammenarbeit von solution+benefit und Zurich.



ZURICH

→ Anruf auf 0800 33 88 33 (nennen Sie die Partnerschaft solution+benefit und Ihre Zugehörigkeit zu Verkauf Schweiz)
oder online www.solution-benefit.ch/kollektiv



Eine Dienstleistung von:



GESCHÄTZTE MITGLIEDER

DURCH DIE BEVORSTEHENDE STRUKTURÄNDERUNG GIBT ES AB DEM NÄCHSTEN JAHR VERÄNDERUNG ÜBER WELCHE WIR SIE GERNE IN EINEM INTERVIEW ORIENTIEREN. DAS INTERVIEW WURDE DURCH UELI GRABER, LANGJÄHRIGES MITGLIED DER SEKTION BERN UND EHRENMITGLIED, MIT WALTER HUSI (ZENTRALPRÄSIDENT) UND STEFANO FARRO (ZENTRALSEKRETÄR)GEFÜHRT. VIELEN DANK UELI FÜR DEINE UNTERSTÜTZUNG.

Welches sind die grössten Veränderungen, welche die Strukturänderung mit sich ziehen

- WH: Künftig sind alle Mitglieder direkt dem Gesamtverband angeschlossen. Aus organisatorischen Gründen wird der Verband in Regionen aufgeteilt.
- SF: Die Mitglieder werden künftig durch Regionenleiter unterstützt. Diese bilden mit dem Zentralsekretär zusammen die neue Geschäftsleitung, welche operativ wirken wird. Der Zentralvorstand wird strategisch die Geschäftsleitung unterstützen und für die Einhaltung der Statuten, Finanzen und Ziele verantwortlich sein.

Weshalb werden die Strukturen per Januar 2018 geändert

- WH: Durch die berufliche Auslastung waren die Sektionsvorstände teilweise nicht mehr in der Lage, den Anforderungen und Erwartungen der aktiven Mitglieder eines Berufsverbandes gerecht zu werden.
- SF: Es wurde immer schwieriger für die scheidenden Vorstände geeignete Nachfolger zu finden.
- WH: Durch die neuen, schlanken Strukturen sind wir künftig schneller bei der Entscheidungsfindung und somit auch schneller am Markt. Dies ist in der heutigen Zeit überlebensnotwendig.

Vorteile der Mitglieder durch diese Veränderungen

- SF: Die Mitglieder werden künftig direkt durch die Geschäftsstelle betreut. So können sie sich von Montag bis Freitag während den Geschäftszeiten mit ihren Anliegen und Fragen direkt an das Sekretariat wenden. Wir sind von Montag bis Freitag von 08.00-12.00 und 13.30 – 17.00 Uhr unter 031 961 54 81 oder info@verkaufschweiz.ch für die Mitglieder erreichbar. Egal welches Anliegen sie haben wir helfen sehr gerne weiter.
- WH: Wir werden uns künftig wieder vermehrt um die Belange unserer Mitglieder und unseren Berufsstand kümmern und kämpfen dafür in den Bereichen der Entlohnung, der Spesen und Anstellungsbedingungen etc.
- SF: Die Homepage wird durch eine Blogfunktion erweitert. So erhalten die Mitglieder viele nützliche Informationen in den verschiedensten Bereichen, welche sie für eine erfolgreiche Gestaltung Ihrer Tätigkeit im aktiven Verkauf anwenden können. Sie werden laufend durch den elektronischen Newsletter informiert.
- Der Wissen Transfer liegt uns extrem am Herzen. Deshalb werden wir unsere Mitglieder im Veränderungsprozess, welcher die Digitalisierung mit sich bringt, unterstützen und begleiten.**
- WH: Unsere langjährigen Mitglieder können uns in diesem Prozess mit Ihrem Erfahrungsschatz enorm unterstützen. Die ganze Digitalisierung wird auch künftig nicht den Menschen im aktiven Verkauf ersetzen können. Ein Computer oder Roboter besitzt keine Empathie und kein Charisma.
- SF: Damit das Mitglied von Verkauf Schweiz auch künftig erfolgreich sein kann, werden wir das Aus- und Weiterbildungsangebot massiv ausbauen. Durch eine laufende Aus- und Weiterbildung bleiben sie attraktiv für den Markt und die Arbeitgeber. Bevor man sich in eine Ausbildung stürzt, wäre es gut, sich bei uns zu melden. Wir bieten eine kostenlose Bildungsberatung an. Wir können für jedes Mitglied individuell die richtige Ausbildung anbieten und sie unterstützen.
- WH: Als Mitarbeiter im Aussendienst ist das Thema der Mobilität ein wichtiger Bestandteil. Durch die Mitgliedschaft beim Dachverband „Strasse Schweiz“ können wir uns für alle Strassenteilnehmer auch politisch einsetzen.
- SF: Natürlich können unsere Mitglieder auch künftig von den verschiedensten Vergünstigungen auf Produkte und Dienstleistungen profitieren. Diese werden laufend angepasst und ausgebaut und auf einem Portal in unserer Homepage aufgezeigt. Bedienen sie sich und profitieren sie!

Aufgaben und Nutzen der Mitglieder durch die neuen Regionenleiter

- WH: Die Regionen Leiter sind ihre Ansprechpersonen in ihrer Region. Sie nehmen die Bedürfnisse der Mitglieder auf und leiten diese an die Geschäftsleitung weiter. Sie organisieren Events und pflegen ein aktives Netzwerk zu den Mitgliedern und Neumitgliedern, zu Firmen und wichtigen Institutionen in der jeweiligen Region.

Was geschieht mit den Sektionen?

- WH: Funktionierende Organisationen werden sicher nicht aufgehoben. Die Sektionen können weiterhin als Sektion oder Club etc. bestehen bleiben. Diese werden in die Region eingebettet.
- SF: Die Sektionen und deren Mitglieder können auch weiterhin das gesellige Beisammensein pflegen, natürlich immer mit der Unterstützung

durch die Geschäftsstelle und dem Regionen Leiter. Es ist auch denkbar, für die Senioren und Interessierte Weiterbildungen und Hilfsmittel im Bereich der neuen, digitalen Welt und deren Anwendung anzubieten.

WH: Wir brauchen auch künftig die Unterstützung der Sektionen und der Mitglieder, um den Verband erfolgreich in die Zukunft zu führen.

Welche Aktivitäten sind für die nähere Zukunft schon geplant

- SF: Damit die Mitglieder weiterhin erfolgreich sind und bleiben, realisieren wir eine moderne und aus der Praxis resultierende Ausbildung, welche den «modernen» Verkäufer in seinem dynamischen Umfeld erlaubt noch erfolgreicher zu sein. Der Verkäufer mit seiner individuellen Entwicklung steht im Zentrum und garantiert mit seiner neuen Methodik und gewonnenen Effizienz den gesteigerten Erfolg der Unternehmung.
- WH: Damit auch die Unternehmungen weiterhin erfolgreich im Vertrieb unterwegs sein können, lancieren wir ein Vertriebsaudit, welches zu einer Zertifizierung führt. So können die Unternehmungen Ihre Stärken sichtbar machen und die möglichen Schwächen werden erkannt und können behoben werden. Diese Firmen werden auf unserer Homepage aufgeführt und können die Zertifizierung als Mittel zur Rekrutierung neuer Mitarbeiter verwenden. Zudem werden wir eine Stellenplattform aufschalten, wo sie laufend offene Stellen im aktiven Verkauf entnehmen können.
- SF: Um den Verband bekannter zu machen, werden wir in den verschiedensten Onlinemedien unsere Angebote und Dienstleistungen bewerben. Unser Blog wird uns bei dieser Vermarktungsstrategie unterstützen. So sollen künftig auch Nichtmitglieder auf unseren Verband aufmerksam gemacht werden. Die Vermarktungsstrategie soll mithelfen neue Mitglieder zu werben.
- WH: Wichtig ist es, dass wir regelmässig und offen mit unseren Mitgliedern kommunizieren können, damit wir auch künftig alle wichtigen Informationen an sie weitergeben können. Um aktuell zu sein, sind wir auf die elektronischen Mittel wie Newsletter und Homepage angewiesen. Voraussichtlich wird dies die letzte regelmässige Ausgabe des Point of Sales sein, da wir uns aus finanzieller Sicht auf die elektronische Kommunikation konzentrieren werden. Es wird wahrscheinlich eine jährliche Ausgabe erscheinen, darüber muss aber noch entschieden werden. Auch die Zusammenarbeit mit der Stiftung werden wir ausweiten, denn dies Stiftung ist für unser Mitglied ein echter Mehrwert und diesen Mehrwert werden wir den Mitgliedern noch näher bringen, damit alle davon profitieren können.
- SF: Das neue Eventkonzept, welches regional angeboten wird, ist in der Planung. Der Austausch unter Kollegen und der Aufbau eines aktiven Netzwerks stehen an oberster Stelle. Das SWISS SALES FORUM wird am 16. November 2018 die 3. Ausgabe erhalten. Dort werden wir über die technischen Hilfsmittel im Verkauf informiert.
- WH: Da wir noch am Anfang des Veränderungsprozesses stehen, sind wir auf alle unsere Mitglieder angewiesen, denn nur Miteinander werden wir erfolgreich den Verband Weiterentwickeln können.

Wir zählen auf ALLE und bedanken uns recht herzlich für die langjährige Treue!



Daytona
Event GmbH

Veranstaltungstechnik - www.daytona-event.ch

CHERS MEMBRES,

L'ANNÉE PROCHAINE, LA TRANSFORMATION STRUCTURELLE QUI S'ANNONCE ENTRAÎNERA DES CHANGEMENTS QUE NOUS AIMERIONS VOUS PRÉSENTER AU TRAVERS D'UNE INTERVIEW. IL S'AGIT D'UNE INTERVIEW DE WALTER HUSI (PRÉSIDENT) ET STEFANO FARRO (SECRÉTAIRE) MENÉE PAR UELI GRABER, MEMBRE DE LONGUE DATE DE LA SECTION DE BERNE ET MEMBRE D'HONNEUR. MERCI UELI DE TA CONTRIBUTION.

Quels sont les principaux changements qu'entraînera cette transformation structurelle?

- WH: À l'avenir, tous les membres seront directement reliés à l'ensemble de l'association. Pour des raisons organisationnelles, l'association sera divisée en régions.
- SF: Les membres seront désormais soutenus par un responsable régional. Avec le secrétaire, les responsables régionaux formeront la nouvelle direction, qui s'occupera de toute la partie opérationnelle.
- Le comité central se concentrera sur la stratégie et sera responsable du respect des statuts, des finances et des objectifs.

Pourquoi les structures seront-elles modifiées en janvier 2018?

- WH: En raison de leurs activités professionnelles, les présidents de sections n'étaient pour certains plus en mesure de répondre aux besoins et attentes des membres actifs d'une association professionnelle.
- SF: Les présidents sur le départ avaient de plus en plus de mal à trouver des successeurs adaptés.
- WH: Cette nouvelle structure, plus agile, nous permettra de prendre des décisions plus rapides, et donc de réagir plus rapidement au marché. À notre époque, c'est une question de survie.

Avantages de ce changement pour les membres

- SF: À l'avenir, les membres seront directement accompagnés par le secrétariat. Ainsi, ils pourront adresser directement leurs suggestions et questions au secrétariat, du lundi au vendredi, pendant les horaires d'ouverture. Nous sommes à la disposition des membres du lundi au vendredi de 8h à 12h et de 13h30 à 17h au 031 961 54 81 ou par e-mail à info@verkaufschweiz.ch.
Quelle que soit votre demande, nous serons ravis de vous aider.
- WH: Nous allons davantage nous attarder sur les préoccupations de nos membres et de notre profession, et lutterons en leur nom pour les questions de rémunération, de dédommagement des frais, de conditions d'emploi, etc.
- SF: Le site internet sera complété par un blog. Ainsi, les membres recevront toutes les informations utiles dans différents domaines pouvant s'avérer utiles pour adapter leurs méthodes de travail dans la vente active. Vous recevrez régulièrement des nouvelles via une newsletter électronique.

Le transfert de connaissances est extrêmement important pour nous. C'est pourquoi nous allons aider et accompagner nos membres dans le processus de transformation qu'entraîne la digitalisation.

- WH: Nos plus anciens membres peuvent nous apporter une aide précieuse dans ce processus grâce à leur expérience. Même à l'avenir, la digitalisation ne pourra pas remplacer tous les vendeurs actifs. Un ordinateur ou un robot ne dégage aucune empathie, aucun charisme.
- SF: Pour que les membres de Vente Suisse puissent continuer à réussir demain, nous allons considérablement renforcer notre offre de formation de base et continue. Une bonne formation de base et continue vous permet d'attirer les employeurs. Avant de vous plonger dans une formation, il est préférable de nous contacter. Nous vous offrons des conseils gratuits en matière de formation. Nous pouvons proposer la formation adaptée à chaque membre et l'aider dans sa démarche.
- WH: En tant que commercial, la mobilité est un point essentiel. Notre adhésion à l'association faïtière «fédération routière suisse» nous permet de nous engager sur le plan politique pour tous les usagers de la route.
- SF: Bien entendu, nos membres pourront continuer de profiter de nombreuses réductions sur des produits et services. Cette offre sera régulièrement adaptée et élargie, et sera présentée sur un portail de notre site internet. Servez-vous et profitez-en!

Missions et utilité des nouveaux responsables régionaux pour les membres

- WH: Les responsables régionaux sont vos interlocuteurs dans vos régions. Ils prennent note des besoins des membres et les transmettent à la direction. Ils organisent des événements et entretiennent un réseau actif entre les membres, nouveaux membres, entreprises et institutions clés de la région.

Que deviennent les sections?

- WH: Les organisations qui fonctionnent bien ne seront pas supprimées. Les sections peuvent continuer à exister sous forme de sections, clubs, etc. Elles seront intégrées aux régions.
- SF: Les sections et leurs membres peuvent continuer de profiter de moments de convivialité, bien sûr toujours avec le soutien du secrétariat

et du responsable régional. On peut également envisager de proposer des formations continues et des ressources sur le monde digital et son utilisation pour les seniors et personnes intéressées.

WH: À l'avenir, nous continuerons d'avoir besoin du soutien des sections et de leurs membres pour assurer la réussite de l'association.

Quelles activités sont déjà prévues dans un avenir proche

SF: Pour permettre aux membres de réussir sur le long terme, nous préparons une formation de base moderne et pratique, pour que les vendeurs «modernes» puissent s'adapter et réussir dans un contexte très dynamique. Le vendeur et son développement individuel sont essentiels. En effet, avec ses nouvelles méthodes et son gain d'efficacité, c'est lui qui garantira la réussite de l'entreprise sur le long terme.

WH: Afin d'assurer également la réussite des entreprises sur le long terme dans le domaine de la vente, nous lançons un grand audit qui débouchera sur une certification. Ainsi, les entreprises pourront mettre leurs forces en valeur et détecter leurs éventuelles faiblesses pour les corriger. Ces entreprises figureront sur notre site internet et pourront utiliser la certification pour recruter de nouveaux collaborateurs. Nous allons également ouvrir une plateforme d'emploi, où vous trouverez en permanence des offres d'emploi dans le domaine de la vente active.

SF: Pour faire connaître l'association, nous allons promouvoir nos offres et services sur différents médias en ligne. Notre blog constituera un point d'appui essentiel pour notre stratégie de marketing. L'objectif est de nous faire connaître auprès des non-membres. Cette stratégie de marketing doit contribuer à augmenter le nombre de membres.

WH: Le plus important est de communiquer régulièrement et ouvertement avec nos membres pour pouvoir continuer à leur transmettre toutes les informations importantes. Pour plus de modernité, nous misons sur les moyens électroniques comme la newsletter et le site internet. Ce sera probablement le dernier numéro régulier de POINT OF SALES. D'un point de vue financier, nous nous concentrerons sur les communications électroniques. Il y aura probablement un numéro par an, mais une décision doit encore être prise. Nous allons également renforcer la collaboration avec la fondation, car elle constitue une véritable valeur ajoutée pour nos membres, et nous souhaitons que tous les membres la connaissent parfaitement pour pouvoir en profiter.

SF: Le nouveau concept événementiel qui sera proposé au niveau régional, est en cours de planification. L'échange entre collègues et la création d'un réseau actif en sont les principaux objectifs. Le 16 novembre 2018 se tiendra la 3ème édition du SWISS SALES FORUM. L'occasion pour nous de diffuser des informations sur les outils techniques de vente.

WH: Nous n'en sommes qu'aux prémices de ce processus de transformation, dont l'issue dépend entièrement de nos membres, car ce n'est qu'ensemble que nous pourrions faire avancer l'association.

Nous comptons sur VOUS TOUS, et vous remercions du fond du cœur pour votre confiance inébranlable!





VORSORGESTIFTUNG VERKAUF SCHWEIZ

Nachhaltig – Einzigartig

SICHERHEIT FÜR AKTIVMITGLIEDER ÜBER DIE VORSORGESTIFTUNG

Das Interview mit K.-H. Nickelsen, Vorsorge Experte, Mitglied des Stiftungsrates

Die Leistungen der Vorsorgestiftung wurden revidiert. Was kann ein Aktivmitglied erwarten?

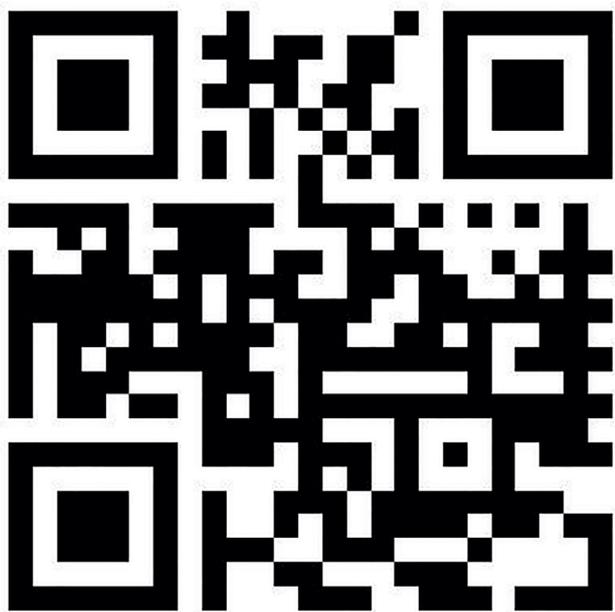
Zuerst ist die sehr stabile finanzielle Situation der Stiftung zu erwähnen. Dann ist Verband Verkauf Schweiz der Berufsverband in der Schweiz, welcher einzigartige Leistungen für Verkäufer anbietet, und das zu unschlagbar vorteilhaften Preisen.

1. Die Risikoversicherung

Kaderversicherung 1 und 2. Da kann sich das Aktivmitglied gegen eine Prämie bei Tod und Arbeitsunfähigkeit versichern.

Jetzt sofort über diesen Link Bedingungen und Preise prüfen:

www.kader-versicherung.ch



QR Code Kaderversicherung 1 und 2

2. Die Hilfskasse

Für Fr. 1.— pro Jahr sichert sich das Aktivmitglied und das Seniorenmitglied Leistungen bei wirtschaftlichen Engpässen. Der Beitrag wird automatisch vom Verbandsbeitrag abgezogen.

- Wie fordert das Aktivmitglied eine Unterstützung durch die Hilfskasse an?

Jedes Aktivmitglied kann ein Gesuch an den Stiftungsrat stellen. Es muss ein wirtschaftlicher Engpass oder die Gefahr eines solchen in der nächsten Zeit bestehen. Das Gesuch geht an die Geschäftsstelle der Vorsorgestiftung im Zentralsekretariat des Verbandes. Hier unterstehen alle Mitarbeiter der Schweigepflicht.

- Wie erfolgt die Ermittlung einer Leistung aus der Hilfskasse?

Bei meinen zahlreichen Besuchen von Mitgliedern stelle ich immer wieder fest, dass durch eine Beratung im persönlichen Gespräch, vor dem Eintreten einer Notsituation, das Schlimmste hätte abgewendet werden können. Zum Beispiel kann die Bezahlung eines Anwaltes hilfreich sein. Sollte der Engpass bereits da sein, erhält der Gesuchsteller Dokumente zugestellt für die Vorbereitung des klärenden Gesprächs an seinem Wohnort.

Bei diesem Gespräch denke ich mich in die Situation des Verbandskollegen und dessen Familie hinein, und kann meist in ca. 1 1/2 h die beste Unterstützung ausdiskutieren. Diese Gespräche werden sehr geschätzt und geben einem Mitglied wieder Hoffnung in der meist sehr schwierigen Situation.



- **Leistungen der Hilfskasse** nach einem definitiven Entscheid des Stiftungsrates

Folgende Rechnungen werden mit einem Originaleinzahlungsschein direkt durch die Geschäftsstelle der Wohlfahrtsstiftung beglichen:

- Nahrungsmittel Gutscheine, Kleider, Wohnung inklusive Nebenkosten, Telekommunikation
- Krankenkasse, Gesundheitskosten ohne Krankenkasse, Prävention
 - Versicherungen für die Familie, Mobilität
 - Juristische Beratung, Beratung für Schuldenregelung
- Kosten für die Stellensuche, Beratung für eine Umschulung oder Weiterbildung
- **Nicht bezahlte Leistungen der Hilfskasse**
 - Wiederkehrende Leistungen
- Kreditraten, Rückzahlung von Steuerschulden, Geschäftskosten, Bussen, Amortisationen

- **Wieviel bezahlt die Hilfskasse?**

Die einmaligen Zahlungen sollen den finanziellen Engpass unbürokratisch überwinden. Meistens werden einige Tausend Franken eingesetzt. Und sollte das nicht nachhaltig sein, kann das Mitglied später ein weiteres Gesuch an den Stiftungsrat einreichen.

- **Besteht ein Bedarf an Hilfskassenleistungen bei den gut ausgebauten Sozialleistungen?**

Leider ist unser Schweizer Sozialnetz nicht ohne Lücken und die Eidgenössischen Statistiken belegen eine Zunahme der Sozialbezüger. Ich beobachte ebenso eine Zunahme der Trennungen und Scheidungen im Verband. So konnte ich dieses Jahr denn auch über 15 Verbandskollegen und deren Familien beraten und unterstützen.

- **Gibt es etwas Wichtiges bei ihrer Arbeit, das die Verbandsmitglieder wissen sollten?**

Jedes Mitglied kann unverhofft in eine prekäre Situation gelangen. Ich kann unglaubliche Veränderungen und daraus dramatische Schicksale

aus meiner langen Praxis aufzählen. **Wichtig ist es genau dann, sich nicht zurückziehen und zu verstecken.** Einfach mal mit mir das Gespräch suchen und Lösungen diskutieren. Das löst Blockaden und die Solidarität in unserem Berufsverband wird dann spürbar.



Telefon und Mail Vorsorgestiftung:
031 961 54 83
stiftung@verkaufschweiz.ch



FONDATION DE PRÉVOYANCE

VENTE SUISSE

Durable - Unique

LA SÉCURITÉ DES MEMBRES ACTIFS GRÂCE À LA FONDATION DE PRÉVOYANCE

Interview de K.-H. Nickelsen, expert en prévoyance, membre du conseil de fondation

Les prestations de la fondation de prévoyance ont été modifiées. À quoi doivent s'attendre les membres?

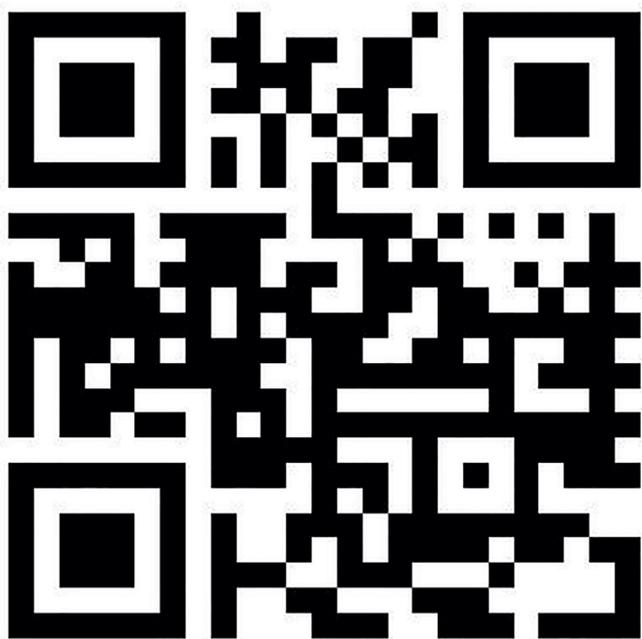
Tout d'abord, il convient de signaler que la situation financière de la fondation est stable. Ensuite, rappelons que l'association Vente Suisse est la seule association à proposer des prestations exclusives pour les vendeurs en Suisse, et cela à des prix très avantageux.

1. L'assurance risques

Assurance de cadres 1 et 2. Cette assurance permet aux membres de se protéger contre les risques liés au décès et à l'incapacité de travail en échange d'une prime.

Consultez dès maintenant les conditions et tarifs via le lien suivant:

www.kader-versicherung.ch



QR Code Assurance de cadres 1 et 2

2. Caisse de secours

Pour 1 franc par an, les membres actifs et membres seniors peuvent bénéficier de prestations en cas de difficultés financières. Cette aide est automatiquement prélevée des cotisations.

- Comment un membre actif peut-il demander le soutien de la caisse de secours?

Tout membre actif peut déposer une demande auprès du conseil de fondation. Il doit traverser une période de difficultés financières, ou courir le risque que cela lui arrive prochainement. Le secrétariat du conseil de fondation transmet la demande au secrétariat central de l'association. Tous les collaborateurs sont soumis au secret professionnel.

- Comment se déroulent les prestations fournies par la caisse de secours?

Au cours des nombreuses discussions que j'ai eues avec des membres, j'ai pu constater que s'ils avaient bénéficié de conseils lors d'un entretien individuel avant de tomber dans la détresse, le pire aurait pu être évité. Par exemple, payer un avocat peut s'avérer utile. Si la personne est déjà en difficulté, elle reçoit chez elle des documents qui l'aideront à préparer son entretien personnel.

Au cours de cet entretien, je réfléchis à la situation que traversent le membre de l'association et sa famille, et nous parvenons généralement à déterminer quelle est la meilleure aide que nous puissions apporter en environ 1,5 heure. Ces entretiens sont très appréciés et redonnent de l'espoir à ces membres qui se trouvent la plupart du temps dans des situations très délicates.



- Y a-t-il quelque chose que les membres de l'association devraient absolument savoir sur votre travail?

N'importe quel membre peut se retrouver soudainement dans une situation de précarité. Je pourrais énumérer une liste très longue de bouleversements incroyables et de destins dramatiques à partir de mon expérience au sein de la fondation. **Le plus important lorsque cela arrive est de ne pas se replier sur soi-même, de ne pas se cacher.** Venez en parler avec moi pour tenter de trouver des solutions. Cela permet de résoudre certains blocages et de faire vivre la solidarité au sein de notre association professionnelle.

- Prestations de la caisse de secours après décision définitive du conseil de fondation

Les factures suivantes seront payées directement par le secrétariat de la fondation avec un bulletin de versement original:

- Bon alimentaire, vêtements, logement et charges, télécommunications
- Caisse maladie, frais de santé non couverts par la caisse maladie, prévention
 - Assurances pour la famille, mobilité
 - Conseils juridiques et conseils pour le règlement des dettes
 - Frais de recherche d'emploi, conseils de réorientation ou de formation

- Prestations non assurées par la caisse

- Prestations récurrentes
- Traités de crédits, remboursement de dettes fiscales, frais de fonctionnement d'entreprise, amendes, amortissements



Téléphone et adresse e-mail de la fondation de prévoyance:
031 961 54 83 stiftung@verkaufschweiz.ch

- Combien la caisse de secours paye-t-elle?

Les paiements versés doivent permettre de surmonter les difficultés financières de manière simple. La plupart du temps, il s'agit de quelques milliers de francs. Et si cela ne permet pas au membre de s'en sortir durablement, il peut soumettre une nouvelle demande au conseil de fondation.

- Les prestations de la caisse de secours sont-elles réellement nécessaires au vu de notre système social?

Malheureusement, le système social suisse n'est pas sans lacunes, et les statistiques fédérales confirment que le nombre de bénéficiaires de l'aide sociale ne cesse de croître. Je constate également une augmentation des cas de séparation et de divorce au sein de l'association. Ainsi, par exemple, cette année, j'ai conseillé et aidé plus de 15 membres de l'association et leurs familles.

DASE Consulting – Ihr Spezialist für digitale Verkaufshilfsmittel im Vertrieb

DIE DIGITALISIERUNG VERÄNDERT NICHT NUR UNSER PRIVATES LEBEN, SONDERN AUCH DAS DER EXPERTEN IN MARKETING, KOMMUNIKATION UND VERTRIEB. EIN NEUER DIGITALTREND REVOLUTIONIERT DIE KUNDENKOMMUNIKATION UND SCHLIESST DIE IMMER NOCH KLAFFENDE LÜCKE ZWISCHEN OFF- UND ONLINE: AUGMENTED REALITY

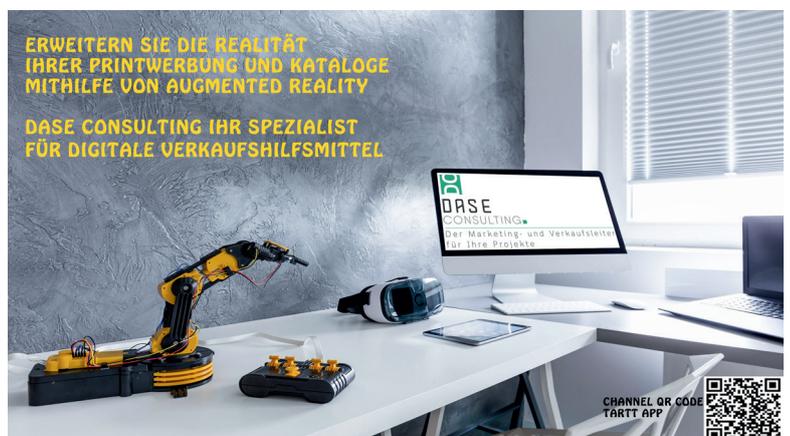
Telefon und Computer sind heute flächendeckend mobil einsetzbar und aus einem Job im Verkauf nicht mehr wegzudenken. Dank CRM weiss der Verkaufsspezialist zudem viel über den Kunden, wodurch er sehr gezielt auf ihn eingehen kann: Was hat er zuletzt bestellt? Welchen Vertriebskanal verwendet er am häufigsten oder wie oft kommt es zu Reklamationen?

Bei diesen Beispielen handelt es sich in erster Linie um Tools für die Vor- oder Nachbereitung von Kundengesprächen. Doch welche neuen Möglichkeiten gibt es für das eigentliche Verkaufsgespräch? Bewährte Formen sind interaktive Präsentationen via PowerPoint oder Prezi, die wir dank cloud-basierter Technik direkt beim Kunden abrufen und auf leistungsfähigen Tablets zeigen können. Kommt der Kunde in die eigene Firma zur Besprechung, wird er via Digital Signage begrüsst oder auf Touchscreens über das Portfolio informiert. Doch was gibt es noch?

Augmented Reality ist im Mainstream angekommen

Unter Augmented Reality (AR) versteht man die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Das heisst, man kann Informationen einblenden, die physisch gar nicht vorhanden sind. So schliessen Sie zum Beispiel die Lücke zwischen offline und online – erweitern Sie Ihren herkömmlichen Prospekt mit Videos, 3D-Modellen, Musik, Animationen, einem Avatar, Bildergalerien, Direktlink zum Webshop, Anmeldefunktion und vielem mehr. Wie es funktioniert? Ihre Kunden benutzen eine App und scannen einfach die Bilder auf dem gedruckten Werbemittel, um sofort den interaktiven und dynamischen Mehrwert zu erleben. Richtet zum Beispiel Ihr CEO in einem Editorial mit Foto einige Worte an den Lesern, erwacht er via AR sozusagen zum Leben: durch Scannen seines Fotos wird die Rede live erlebbar.

Wollen Sie diesen Beitrag nicht nur lesen, sondern als AR-Variante multimedial erleben? Dann laden Sie die kostenlose App «Tartt» für Android oder IOS herunter und erleben Sie einfache Beispiele für AR im Live-Einsatz. Scannen Sie diesen Channel Code hier in der App «Tartt», um die AR Demo zu starten.



Halten Sie dann Ihr Smartphone oder Tablet über diesen Beitrag und drücken Sie auf die AR Inhalte.

Die Voraussetzungen für AR hat fast jeder

78% der Kunden haben die für die Darstellung notwendigen Smartphones bereits zur Verfügung. Der AR Inhalt kann entweder über die Tarrt-App abgerufen werden oder via CI-Branding kundenspezifisch adaptiert werden – das funktioniert dann via White Label App mit Ihrem Logo und CI/CD-Elementen. Als dritte Option kann die Funktion auch als SDK in Ihre bestehende App eingebunden werden. Je nach Kundenwunsch und Budget ist also eine neutrale Variante ebenso möglich wie die kundenspezifische Version im Firmendesign.

Dank einer Kombination von AR mit bestehenden Printprodukten werden verschiedene Sinne angesprochen: Auditive Wahrnehmung via Musik, einer Rede oder Begrüssung. Visuelle Reize wie Videos, Grafiken oder Kurzfilme (auch 360 °), der haptische Sinn durch 3D-Modelle, die sich über den Prospekt drehen lassen. Bereichern Sie Ihren gedruckten, statischen Inhalt mit dynamischen, modernen Möglichkeiten aus der digitalen Welt. Machen Sie Ihre Produkte multimedial erlebbar ohne dafür viele Worte oder neue Inhalte zu kreieren.

Wer bereits digitale Kommunikationsmittel einsetzt, profitiert am meisten

Denn grundsätzlich gilt: Je mehr multimediale Inhalte bereits vorhanden sind, desto vielfältiger können Sie AR einsetzen. Unternehmensfilm, Webshop, Produkteflyer, Social-Media-Kanäle, Live-Chat, Produktanimationen oder Bildergalerie sind nur einige Beispiele. Nutzen Sie Ihren vorhandenen Content und binden Sie Dateien im pdf-, png- oder mp4-Format in Ihre AR Kampagne ein. Nicht nur informative, auch unterhaltende Elemente sind sinnvoll, wie ein interaktives Gewinnspiel mit einem Rubbellos. Via Webbrowser können Sie selbständig kundenspezifische AR Kampagnen erstellen – und das ohne jegliche Programmierkenntnisse.

Im einfachsten Fall ersparen Sie Ihrem Kunden viel Zeit, indem er via AR direkt zum gewünschten Produkt im Webshop weitergeleitet wird oder sich ohne zusätzliche Klicks direkt für Ihre nächste Veranstaltung anmelden kann. Im optimalen Fall werten Sie Ihr Kundenmagazin oder Ihre Imagebroschüre so auf, dass das Lesen zum multimedialen Erlebnis mit nachhaltigem positiven Effekt wird.

Durch die Vielzahl an digitaler Kommunikation gewinnt Time-to-Content, also der schnelle Zugriff auf die richtigen Informationen zur richtigen Zeit und deren effiziente Darstellung, zunehmend an Relevanz. Was für den optimalen Effekt am wichtigsten ist, sind gezielte Anwendungen mit hochwertigem Content und nützliche Zusatzinformationen.

Für eine gelungene AR-Kampagne bekommen Sie bei DASE Consulting von der Software über Konzepte und Content alles aus einer Hand. Nutzen Sie unsere Erfahrung, um Stolpersteine bei der Umsetzung zu vermeiden. Investieren Sie nicht ausschliesslich in die Technologie und in die Umsetzung Ihres AR Projekts, sondern investieren Sie auch in dessen Kommerzialisierung und Vermarktung. Achten Sie darauf, dass die Experience gut ist und nützliche Resultate liefert – genauso wie Sie es von Websites oder anderen Mobile Apps erwarten würden.



Dario Selecky: «AR unterstützt den Verkaufsprozess bei Produkten mit Erklärungsbedarf. Als Verkaufsspezialist empfehle ich die AR Kundenpräsentation über ein Tablet, dann ist die User Experience dank dem grösseren Bildschirm noch intensiver.»

DASE Consulting – Votre spécialiste des outils de vente digitaux sur lieux de vente

LA DIGITALISATION NE BOULEVERSE PAS UNIQUEMENT NOTRE VIE PRIVÉE, MAIS ÉGALEMENT LES MÉTHODES DE TRAVAIL DES EXPERTS EN MARKETING, COMMUNICATION ET VENTE. UNE NOUVELLE TENDANCE DIGITALE RÉVOLUTIONNE LA COMMUNICATION AVEC LES CLIENTS ET RÉDUIT LE FOSSÉ ENCORE LARGE ENTRE LE MONDE VIRTUEL ET LE MONDE RÉEL: LA RÉALITÉ AUGMENTÉE.

Aujourd'hui, les téléphones et ordinateurs sont utilisables absolument partout, et sont devenus des incontournables de la vente. La GRC permet par ailleurs au spécialiste de la vente d'en apprendre beaucoup sur ses clients, et ainsi cibler ses besoins: qu'a-t-il commandé dernièrement? Quels canaux de vente utilise-t-il le plus souvent ou à quelle fréquence contacte-t-il le service de réclamations? Ces exemples concernent avant tout des outils à utiliser avant ou après l'entretien avec le client. Mais quelles nouvelles possibilités peut-on employer pendant la discussion? Certaines formes de présentation interactive, comme PowerPoint ou Prezi, ont déjà fait leurs preuves, et grâce au cloud, elles peuvent même être consultées directement chez le client et affichées sur des tablettes performantes. Si le client vient dans l'entreprise pour l'entretien, il sera accueilli par un affichage dynamique ou obtiendra des informations sur le portefeuille de produits via un écran tactile. C'est tout?

La réalité augmentée est entrée dans la vie courante

Par réalité augmentée, on désigne la superposition d'éléments virtuels sur la perception de la réalité. Cela signifie que l'on peut intégrer des informations alors qu'elles ne sont pas physiquement présentes. Ainsi, par exemple, le fossé entre le monde virtuel et réel s'amenuise: vous pouvez compléter vos brochures habituelles avec des vidéos, des modèles en 3D, de la musique, des animations, un avatar, une galerie photo, un lien direct vers la boutique en ligne, une fonction d'inscription et bien plus. Comment ça marche? Vos clients utilisent une application et scannent tout simplement les images de votre support publicitaire imprimé afin de découvrir immédiatement des contenus supplémentaires interactifs et dynamiques. Par exemple, si dans un édito avec photo, votre CEO adresse quelques mots au lecteur, il prend vie via la réalité augmentée: en scannant la photo, le client déclenche une vidéo où le CEO lui parle directement.

Vous ne voulez pas seulement lire cet article, mais également faire une expérience multimédia via la réalité augmentée? Alors téléchargez l'application gratuite «Tartt» pour Android ou IOS et découvrez en direct d'exemples simples de réalité augmentée. Scannez le QR Code dans l'application «Tartt» pour démarrer la démo.



Ensuite, tenez votre smartphone ou votre tablette au-dessus de cet article et appuyez sur les contenus de réalité augmentée.

Presque tout le monde a déjà tout ce qu'il faut

78% des clients disposent déjà d'un smartphone adapté à la réalité augmentée. Les contenus peuvent être consultés via l'application Tartt ou être adaptés à la charte graphique de la marque et au client – dans ce cas, cela passe par l'application White Label, avec votre logo et les éléments de votre charte graphique. Troisième possibilité: la fonction peut également être reliée à votre application existante sous forme de SDK. En fonction

des souhaits de vos clients et de votre budget, les options vont donc d'une version neutre à une version parfaitement adaptée à vos clients et à votre image de marque.

La combinaison de la réalité augmentée et de vos produits imprimés existants permet d'aborder les différents sens de votre client: l'ouïe avec la musique, un discours ou un mot d'accueil. La vue avec des vidéos, graphiques ou courts-métrages (également à 360°), le toucher avec les modèles 3D que le client potentiel peut tourner dans tous les sens. Complétez vos supports imprimés statiques avec les contenus dynamiques et modernes offerts par le monde digital. Faites découvrir vos produits dans un univers multimédia sans devoir employer beaucoup de mots ou créer de nouveaux supports.

Pour profiter au maximum des nouvelles technologies, c'est maintenant

En effet, plus il y a de contenus multimédias disponibles, plus les utilisations possibles de la réalité augmentée seront diverses. Le film d'entreprise, la boutique en ligne, le flyer produit, les liens vers les réseaux sociaux, le chat en direct, les animations de produits ou la galerie photo ne sont que quelques exemples parmi tant d'autres. Utilisez vos contenus actuels et reliez-les à des fichiers pdf, png ou mp4 dans votre campagne en réalité augmentée. Outre les informations, les divertissements sont également très utiles, comme un concours interactif avec un jeu de grattage. Vous pouvez également créer vous-même des campagnes de réalité augmentée adaptées à vos clients via votre navigateur web – et même sans connaissances en programmation.

Dans le cas le plus simple, vous permettez à votre client de gagner beaucoup de temps, car avec la réalité augmentée, il sera directement redirigé vers le produit de son choix dans la boutique en ligne ou pourra s'inscrire à votre prochain événement en quelques clics. Dans le cas le plus poussé, vous complétez votre magazine client ou votre brochure de manière à ce que la lecture se transforme en véritable expérience multimédia, avec un effet positif durable.

La communication digitale étant de plus en plus diversifiée, le Time-to-Content, soit l'accès rapide à la bonne information, est de plus en plus cruciale. Pour un effet optimal, le plus important est d'utiliser les applications adaptées avec du contenu haut de gamme et des informations complémentaires utiles.

Pour une campagne en réalité augmentée réussie, DASE Consulting vous propose un pack de services complet, du logiciel aux concepts et contenus. Profitez de notre expérience pour éviter toutes les embûches que comporte la mise en place d'une telle campagne. N'investissez pas uniquement dans la technologie et la mise en place de votre projet de réalité augmentée, investissez également dans sa commercialisation et son marketing. Veillez à ce que l'expérience soit agréable et apporte des résultats utiles – exactement comme ce que vous êtes en droit d'attendre de



votre site internet ou d'autres applications mobiles.

Dario Selecky: «La réalité augmentée facilite le processus de vente pour les produits qui requièrent des explications. En tant que spécialiste de la vente, je conseille d'effectuer la présentation en réalité augmentée sur une tablette: avec un plus grand écran, l'expérience de l'utilisateur est encore plus intense.»

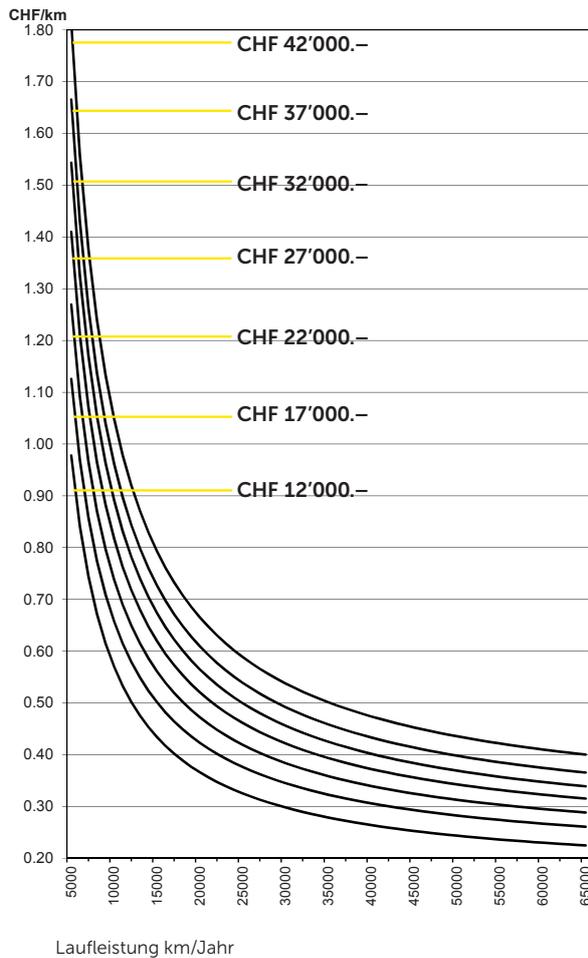


Betriebskosten berechnen

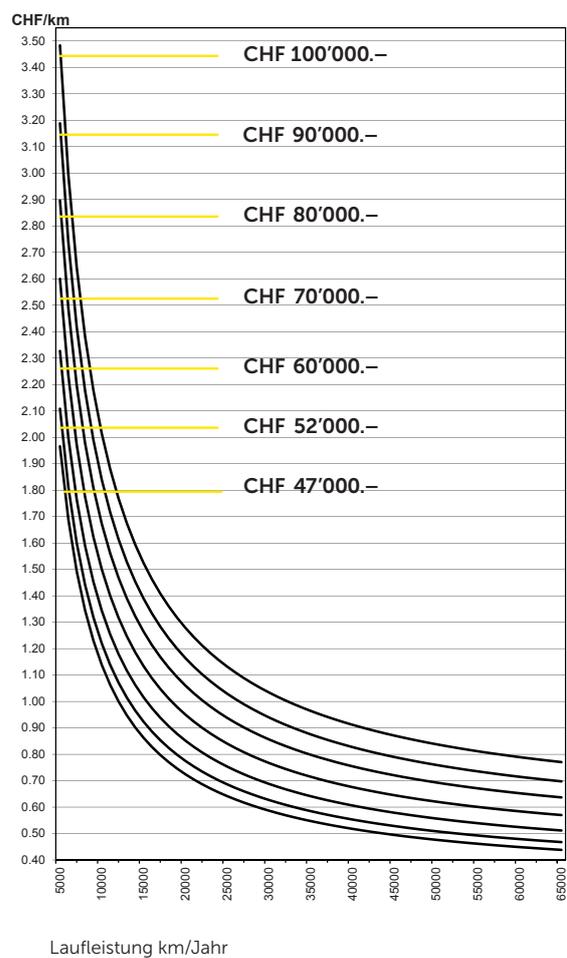
Kilometerkosten 2017

Anhand von nachfolgender Grafik lassen sich die Kilometerkosten für jeden Personenwagen sofort ermitteln.

Kilometerkosten für Fahrzeuge bis CHF 42'000.–
Fahrzeug Neupreis



Kilometerkosten für Fahrzeuge ab CHF 42'000.–
Fahrzeug Neupreis



Ermittlung der Kosten pro Kilometer für Neuwagen

Schnittpunkt der Kurve «Fahrzeugpreise» mit der Senkrechten «Laufleistung in km/Jahr» suchen. Von diesem Schnittpunkt her eine Waagerechte nach links ziehen und ablesen.

Berechnungsansätze 2017

Abschreibung: 10% des Katalogpreises; Kapitalverzinsung: 0.05% des halben Katalogpreises; Verkehrssteuer: Mittelwert Schweiz; Haftpflichtversicherung und Kaskoversicherung: abgestufte Durchschnittsprämien; Nebenauslagen: TCS-Beitrag, ETI-Schutzbrief und Autobahnvignette: CHF 240.–; Garagierungskosten: CHF 1'500.–; Fahrzeugpflege: CHF 150.–; Wertminderung: 2% des Katalogpreises pro 10'000km; Treibstoffpreis: Bleifrei 95 CHF 1.40.–/l; Treibstoffverbrauch: Verbrauch «gesamt»; Reifen: Nettopreise inkl. Montage und Auswuchten und einer Lebensdauer von 30'000km; Service und Reparaturen: gemäss TCS-Erfahrungswerten.

Feststellung gegenüber dem Vorjahr

- Anpassungen der Treibstoffpreise für Bleifrei 95/98 und Diesel nach unten.



Betriebskosten berechnen
Kilometerkosten 2017

INDIVIDUELLE BERECHNUNG DER KILOMETERKOSTEN

Berechnungsvorlage

Fahrzeug (Marke, Modell, Jahrgang)..... _____
 Katalogpreis (inkl. Zubehör) bei 1. Inverkehrsetzung..... CHF _____
 Jährliche Gesamtfahrleistung (km/Jahr) _____

Fixe Kosten pro Jahr in CHF	A
Abschreibung: _____ % des Katalogpreises	A1
Kapitalverzinsung: _____ % der Hälfte des bezahlten Preises	A2
Verkehrssteuer	A3
Haftpflicht-Versicherung.....	A4
Kasko-Versicherung	A5
Andere Versicherungen (z.B. Rechtsschutz).....	A6
Garagierungskosten.....	A7
Jährliche Nebenauslagen (z.B. Vignette, TCS-Beitrag).....	A8
Fahrzeugpflege.....	A9
Total fixe Kosten pro Jahr (eintragen in C1).....	A10

Variable Kosten pro 10'000 km in CHF	B
Wertverminderung: _____ % des Katalogpreises	B1
Treibstoff: _____ l/100 km x _____ CHF/l x 100	B2
Reifen: 4 x _____ CHF/Reifen x $\frac{10'000 \text{ km}}{\text{Lebensdauer (in km)}}$	B3
Service, Abgaswartung, Reparaturen	B4
Total variable Kosten pro 10'000 km (eintragen in C2)	B5

Total fixe und variable Kosten pro Jahr in CHF	C
Total feste Kosten	C1
Total variable Kosten _____ CHF x $\frac{\text{km/Jahr}}{10'000 \text{ km}}$	C2
Total Jahreskosten (Summe C1 + C2)	C3
Kosten pro km in CHF: Total Jahreskosten (C3) CHF _____	C4
_____ km/Jahr	

Hinweise:

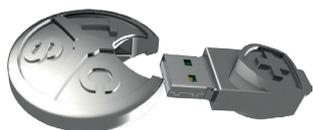
Die Erläuterung zur Berechnung und deren Detailinformationen in den einzelnen Gruppen A, B, und C, verweisen wir auf den TCS-Ratgeber «Betriebskosten».

Der Kilometerkosten USB-Stick beinhaltet sowohl die obige als auch die vereinfachte Berechnung als Berechnungsmodul. Mit dem USB-Stick sind kantonale und/oder geschäftliche Berechnungen möglich (Firmenwagen budgetieren bis 20 Fahrzeuge, Abschreibung, kantonale Verkehrssteuer, variable Kosten etc.).



Betriebskosten berechnen Kilometerkosten 2017

Ratgeber machen schlauer



USB-Stick Kilometerkosten (8GB):

Gutes Hilfsmittel für Unternehmen zur speditiven Berechnung der Betriebskosten von Fahrzeugen. Auch individuell nach Kantonen oder für Flotten bis zu 20 Fahrzeuge. Ausführung in Metall verchromt.

Mitglieder: CHF 19.–, andere CHF 29.–, plus Porto.



Betriebskosten:

Informationen über fixe und variable Kosten sowie Versicherung und Servicekosten von Personenwagen mit vielen hilfreichen Tipps & Tricks.



Bordbuch TCS:

Verbrauch und Fahrstrecke sowie im Bedarfsfall Zweck der Fahrt für die Steuern festhalten.

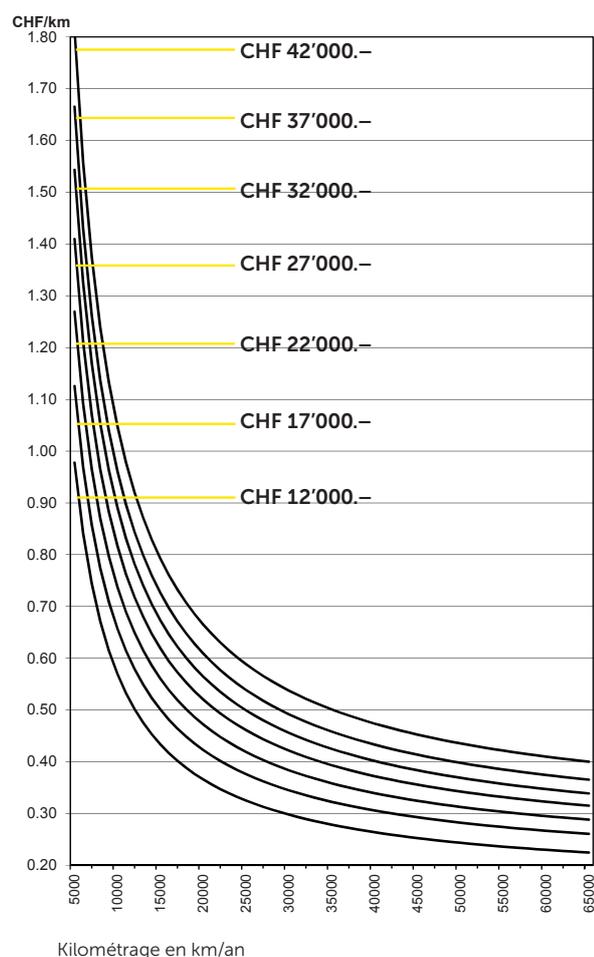


Calculer les frais d'utilisation

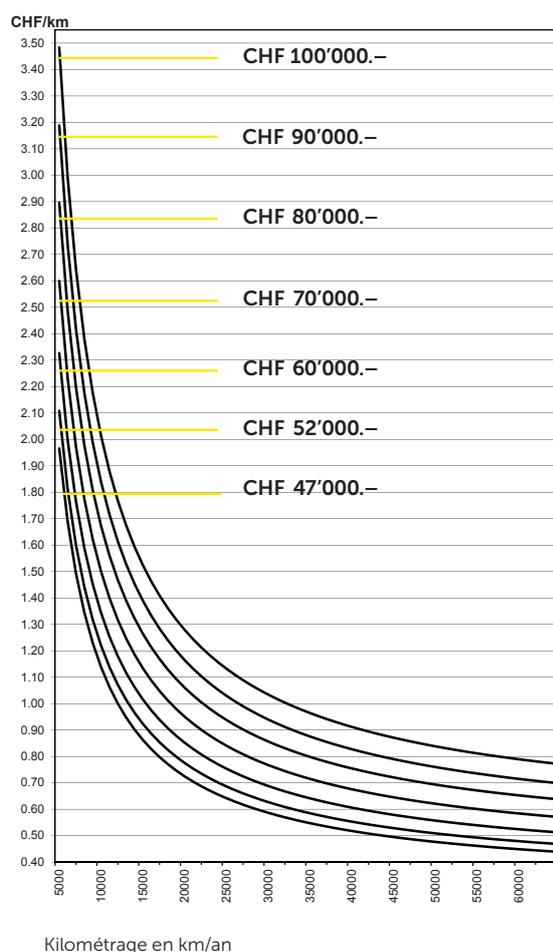
Frais kilométriques 2017

Les frais kilométriques de toute voiture de tourisme seront rapidement calculés à l'aide de ces graphiques.

Frais kilométriques pour VT jusqu'à CHF 42'000.–
Prix catalogue du véhicule



Frais kilométriques pour VT dès CHF 42'000.–
Prix catalogue du véhicule



Détermination du coût par kilomètre pour voiture neuve

Chercher le point d'intersection entre la courbe du «Prix catalogue du véhicule» et le «Kilométrage en km/an». De là, lire le résultat horizontalement à gauche.

Bases de calcul 2017

Amortissement: 10% du prix catalogue; intérêts sur le capital: 0,05% sur la moitié du prix catalogue; impôt de circulation: moyenne suisse; assurance RC et casco partielle: prime moyenne échalonée; dépenses accessoires: cotisation TCS, livret ETI et vignette autoroutière: CHF 240.–; frais de garage: CHF 1'500.–; entretien: CHF 150.–; dépréciation: 2% du prix catalogue par 10'000km; prix du carburant: sans plomb 95 CHF 1.40.–/l; consommation de carburant: consommation «mixte»; pneus: prix net, montage et équilibrage compris et une longévité de 30'000km; services et réparations: selon évaluation TCS.

A noter par rapport à l'année précédente

- Les prix du carburant sans plomb 95/98 et du diesel ont été ajustés à la baisse.



Calculer les frais d'utilisation
Frais kilométriques 2017

CALCUL INDIVIDUEL DES FRAIS KILOMÉTRIQUES

Modèle de calcul

Véhicule (marque, modèle, année)..... _____
 Prix catalogue (incl. accessoires) lors de la 1^{re} mise en circulation CHF..... _____
 Kilométrage annuel (km/an) _____

Frais annuels fixes en CHF	A
Amortissement: _____ % du prix catalogue.....	A1
Intérêts: _____ % de la moitié du prix payé.....	A2
Impôt de circulation	A3
Assurance responsabilité civile.....	A4
Assurance casco.....	A5
Autres assurances (p. ex. protection juridique).....	A6
Garage ou place de parc.....	A7
Dépenses accessoires annuelles (p. ex. vignette, cotisation TCS).....	A8
Entretien du véhicule.....	A9
Total frais fixes (à reporter sous C1).....	A10

Frais variables par 10'000 km en CHF	B
Dépréciation: _____ % du prix catalogue.....	B1
Carburant: _____ l/100 km x _____ CHF/l x 100	B2
Pneus: 4 x _____ CHF/pneu x $\frac{10'000 \text{ km}}{\text{durée des pneus en km}}$	B3
Services, entretien antipollution, réparations	B4
Total frais variables par 10'000 km (à reporter sous C2).....	B5

Total des frais fixes et des frais variables par an en CHF	C
Total frais fixes	C1
Total frais variables _____ CHF x $\frac{\text{km/an}}{10'000 \text{ km}}$	C2
Total des frais annuels (total C1 + C2)	C3

Frais par km en CHF:	C4
$\frac{\text{Total frais annuels (C3) CHF}}{\text{km/an}}$	

Remarque:

Pour de plus amples informations sur le calcul et les groupes A, B et C, veuillez vous reporter à notre brochure «Frais d'utilisation». La clé USB «Frais kilométriques» contient le modèle ci-dessus ainsi que la calculation simplifiée comme module de calcul. Vous pouvez également effectuer des calculs cantonaux et/ou professionnels (budgéter jusqu'à 20 voitures d'entreprises, amortissement variable, impôt de circulation cantonal, frais variables, etc.).



Calculer les frais d'utilisation
Frais kilométriques 2017

Plus malin avec les infoguides



Clé USB Frais kilométriques (8 GB)

Bon outil pour les entreprises souhaitant calculer rapidement les frais d'utilisation des voitures. Aussi pour calcul individuel selon le canton ou pour des flottes jusqu'à 20 véhicules. Exécution en métal chromé.

Membres: CHF 19.–, non-membres: CHF 29.– plus frais de port.



Frais d'utilisation

Informations et conseils utiles sur les frais fixes et les frais variables, assurances et coûts des services des voitures de tourisme.



Livre de bord TCS

Relever dans le livre de bord la consommation, le kilométrage et le trajet, et si nécessaire le but du déplacement pour les impôts.

IMPRES SWISS SALES 17.11. IM CAMPUS S



SIONEN LES FORUM 2017 SAAL BRUGG



Termine **Veranstaltungen**



SWISS SALES FORUM

Brugg 16.11.2018 im Campussaal - <https://swissalesforum.ch/>



Frohe Weihnachten
Joyeux Noël

QR-Code mit Smartphone scannen und mehr über den Verband «Verkauf Schweiz» erfahren.
Sehen sie alle Einträge der Veranstaltungen unter:

<https://verkaufschweiz.ch/de/Verband/Veranstaltungen>



Termine Weiterbildung



GRUNKURS AUSSENDIENST

		Kursdauer
Zug	5. bis 7. Februar 2018 und 15. bis 16. Februar 2018, 09.00 – 17.00 Uhr	5 Tage
Winterthur	16. bis 18. Januar 2018 und 24. bis 25. Januar 2018, 09.00 – 17.00 Uhr	5 Tage
Zug	9. bis 13. April 2018, 09.00 – 17.00 Uhr	5 Tage

Engagement für Bildung

Der Berufsverband Verkauf Schweiz engagiert sich stark im Bildungswesen. Er bietet seinen Mitgliedern eine kostenlose Bildungsberatung an. Zudem ist der Verband einer der Träger der MarKom-Prüfung und initiiert oder organisiert Seminare und Schulungen. Er trägt wesentlich dazu bei, den Arbeitsmarkt mit gut qualifizierten Berufsleuten aus dem Verkauf zu versorgen.

Gerne beantworten wir Ihre Fragen zu Weiterbildungen, Zulassungsbedingungen zu eidg. Prüfungen, Lehrgängen, Bildungsinstituten usw.

Weitere Informationen erhalten Sie unter 031 961 54 81 oder info@verkaufschweiz.ch.

Engagement envers la formation

L'association professionnelle Vente Suisse s'engage avec conviction dans la formation. Elle offre des conseils en formation gratuits à ses membres. En outre, l'association est l'une des associations faitières de l'examen MarKom et gère et organise des séminaires et des formations. Elle apporte une contribution essentielle au marché du travail avec des professionnels bien formés dans la vente.

N'hésitez pas à nous contacter pour toutes vos questions sur la formation continue, les conditions d'admission à l'examen fédéral, les possibilités de formation, les établissements de formation etc. Nous serons heureux de vous répondre par téléphone au 031 961 54 81 ou par e-mail à l'adresse info@verkaufschweiz.ch.



SEKTION WINTERTHUR

Besuch des Paketzentrums in Frauenfeld

Die Sektion Winterthur als WS-Veranstalter organisierte eine Betriebsbesichtigung des Paketzentrums Frauenfeld.

14 Personen nahmen daran teil und erfuhren so sehr viel über die Zustellfähigkeiten der Paketpost Schweiz AG.

Zum Beispiel, dass es 3 Zentren gibt:

- Härkingen für das ganze Mittelland von Zürich bis BE + BL und Innerschweiz
- Daillens für die französische Schweiz
- und Frauenfeld für alles ab Zürich Ostschweiz

Die Jahresmenge an Paketen, aufeinander gestapelt als Normgrösse 30x40x20cm,

ergibt einen Berg von rund 190 km Höhe. Für Zalando/DE erledigt die Paketpost die gesamte Zustellung in der Schweiz innert 24 Stunden. Auch wie die Feinverteilung ab dem Zentrum funktioniert und wie das Weiterleiten innert wenigen Stunden passiert, sowie weitere Details, durften wir erfahren. Im Anschluss daran offerierte die Post uns einen Apéro. Alle, die dabei waren, erlebten eine grosse, logistische Meisterleistung der Paketpost Schweiz AG.

Robert Sigrist, Präsident



Weiterbildung im Marketing und Verkauf

- Eidg. dipl. Verkaufsleiter | Marketingleiter
- Marketingfachleute | Verkaufsfachleute FA
- Online Marketing
- Assistent | in und Sachbearbeiter | in in Marketing und Kommunikation (MarKom)
- Verkaufs- und Kundendienstberater
- Event- und Messe-Marketing
- Firmenseminare | Einzelkurse

Unsere Schulungskonzepte, die Kursunterlagen, die Unterrichtsmethoden und die Dozenten sind optimal aufeinander abgestimmt. Unsere Kursabsolventen schliessen bei den eidgenössischen Prüfungen mit überdurchschnittlich hohen Erfolgsquoten ab.

Wir engagieren uns für Ihren Erfolg.
Solothurn · Olten · Aarau



marketing-schulung.ch

marketing-schulung.ch
niklaus-konrad-strasse 18 · 4501 solothurn
fon 032 621 72 29 · www.marketing-schulung.ch



SEKTION BODENSEE

Firmenbesichtigung bei Firma Häberli AG

Am 6. September um 18.00 Uhr empfing uns Herr Joachim Köhler, von der Firma Häberli Obst- und Beerenpflanzen AG, 9315 NeukirchlEgnach zu einer Führung, der Sektion Bodensee Verkauf-Schweiz.

Welche Herausforderungen stellen sich einer Schweizerfirma im Pflanzen-Geschäft? Was braucht es im Umfeld von Grenzen, EU und Euro um eine Einzigartigkeit zu erzielen, die beim Kunden, Kauflust erzeugt.

Elf Personen trafen sich zu diesem interessanten Thema vor den Verkaufsräumen der Firma Häberli. Herr Köhler führte uns durch die Firmengeschichte des Unternehmens. Den Grundstein zum Häberli Beeren-Center wurde 1964 durch Hansjörg Häberli gelegt. Er suchte eine Existenzsicherung für den von seinem Vater übernommenen Bauernhof. Im Jahr 2008 erwarb die Blumenfamilie, Rutishauser Züberwangen, das Unternehmen. Das besondere Interesse der Besucher war, welche Vorkehrungen und Anstrengungen sind nötig mit Pflanzen aus der Schweiz, auch in den EU-Raum zu erobern. Herr Köhler zeigte uns auf, es benötigt wie meistens diverse Punkte und Anstrengungen dazu.

Es gibt den Namen Häberli in dieser Branche über fünfzig Jahre. Dieser Name ist heute als Marke geschützt. Ferner sind eigen Züchtungen seit den 60er-Jahren mit geschütztem Sortennamen im Handel erhältlich. Die Firma konzentriert und züchtet seit jeher speziell, robuste und besonders aromatische Sorten. Im Weiteren pflegt Häberli ein Netzwerk mit Züchtern um die ganze Welt. Die Firma Häberli ist als Sortimentsspezialist europaweit bekannt und als Bio-Unternehmen EU-weit zertifiziert. So verhelpen viele Einzigartigkeiten zusammen, der Häberli Obst und Beerenpflanzen AG, zu einem gesuchten Spezialisten, für den Pflanzenhandel und den Hobbygärtner.

Während wir die Anlagen, von der Chinesischen-Datteln bis zur Indianer-Banane durchstreiften, informiert uns Herr Köhler über all diese Spezialitäten. Bei den Fruchtpflanzen angelangt durften wir die frischen Früchte direkt ab den Pflanzen testen, Johannis-, Brom-, Heidel-, Himm-, Preiselbeeren, Sanddorn, Mirabellen und Trauben. Es ist schon so, Früchte sind am besten frisch von den Pflanzen, mmmhhh.

Beim von der Firma Häberli gespendeten Aperô liessen wir das erlebte nochmals Revue passieren. So führten wir uns alle Einzigartigkeiten nochmals zu Gemüte. Das Netzwerk pflegen kam nicht zu kurz, es wurden noch viele Gedanken inten-

siv ausgetauscht. Dieser Marketing-Abend zeigte ganz klar, es gibt viele Möglichkeiten um Einzigartigkeit zu entwickeln. Noch wichtiger ist diese Einzigartigkeit zusehen und konsequent zu präsentieren und hervorzuheben. (auch die eigenen) Die Grösse und Vielfalt dieses Unternehmens wird uns noch lange als Beispiel in Erinnerung bleiben. Den Herren Urs Rutishauser und Joachim Köhler, möchte ich herzlich Danke sagen, für die grosszügige, engagierte und kompetente Führung.

Hans Studer



NEUCHÂTELOISE

Assemblée générale de section

Le samedi 2 décembre 2017, nos membres se ont retrouvés une dernière fois pour une courte assemblée générale de section. Celle-ci met fin à une longue période dans le cadre de Vente Suisse.

Mais place à la bonne humeur toutefois : le "Jazz Hot Trio" nous a fait vibrer au sons d'une musique jazzy alerte et entraînant. Tout ceci pour marquer la fin de l'année par notre apéro traditionnel, cette fois-ci dans la cave de Jean-Philippe

Bauermeister, au centre de la vielle ville de Neuchâtel. Joyeux Noël et bonne année à tous.

Avec mes salutations cordiales du sud.
Jimmy

Neumitglieder

AKTIVMITGLIEDER/MEMBRES ACTIF

Name nom	Vorname prénom	Ort localité	Sektion Section	Eintritt date d'entrée	geworben von recruteur
Büchler	Bruno	9470 Buchs SG	Wil-Toggenburg	20.9.2017	Farro Stefano
Izzi	Ales- sandro	9200 Gossau SG	Wil-Toggenburg	28.9.2017	Farro Stefano
Danninger	Felix	8712 Stäfa	Zürich	16.10.2017	Jörg Roger
Albin	Meinrad	7016 Trin Mulin	Verbandssekretariat	17.10.2017	Beeli Aldo
Dähler	Achim	3013 Bern	Bern	23.10.2017	Farro Stefano
Würth	Max	8053 Zürich	Zürich	23.10.2017	Beei Aldo
Lutz	Christof	5620 Bremgar- ten	Zentralschweiz	25.10.2017	Roth Bernhard
Hofer	Andreas	7152 Sagogn	Wil-Toggenburg	22.11.2017	Beeli Aldo
Weissert	Daniel	8305 Dietlikon	Zürich	29.11.2017	

FIRMENMITGLIEDER/MEMBRES ENTREPRISES

Firma entreprise	Ort localité	Sektion Section	Eintritt date d'entrée	geworben von recruteur
CBD Health	9100 Herisau	Zentralschweiz	9.10.2017	
La semeuse	2301 La Chaux-de- Fonds	Biel-Bienne	23.10.2017	

Wir gedenken

IN MEMEORIAM Mit Bedauern geben wir Kenntnis vom Hinschied unserer Mitglieder
Nous avons le grand regret de faire part à nos collègues du décès de nos membres

Name und Vorname nom et prénom	Geboren né/e	Ort localité	Sektion Section	Eintritt/date d'entrée	Gestorben am décédé le
Trachsel Andreas	14.4.1965	3206 Gammen	Bern	1990	14.4.2017
Jacot Jean-Claude	9.1.1946	2000 Neuchâtel	Neuchâteloise	1978	13.6.2017
Schärer Willy	14.9.1944	3362 Niederönz	Oberaargau	1971	12.7.2017
Lynner Hans	27.3.1949	8052 Zürich	Zürich	1985	4.9.2017
Gähwiler Heinrich	22.10.1932	1822 Chernex	Biel-Bienne	1961	8.9.2017
Odermatt Roland	11.6.1927	3000 Bern 1 S	Bern	1952	25.9.2017
Hausammann Paul	1.1.1928	2544 Bettlach	Olten-Solothurn	1963	28.9.2017
Eichenberger René	16.5.1947	5621 Zufikon	Aargau	1981	19.10.2017
Keigel Ernst	28.3.1931	4402 Frenkendorf	Region Basel	1953	27.10.2017
Studer Matthias	11.11.1941	4710 Balsthal	Olten-Solothurn	1978	unbekannt
Mettler Albert	19.3.1928	2563 Ipsach	Biel-Bienne	1954	unbekannt
Streuli Heinrich	15.4.1917	8867 Niederurnen	Zürich	1949	unbekannt
Heiniger Alfred	2.3.1932	8320 Fehraltorf	Zürichsee Oberland	1956	28.11.2017

Nachruf Jeannot-Pierre Oechslin

Seit 1956 war Jeannot-Pierre Oechslin treues Mitglied der Sektion Schaffhausen. Mit viel Engagement und Enthusiasmus war er jahrelang im Zentralvorstand und von 1974 - 1977 als Zentralpräsident von VERKAUF SCHWEIZ tätig. Als Ehrenmitglied verfolgte Herr Oechslin bis ins hohe Alter das Geschehen im Verband.

Am 30. Januar diesen Jahres trat er nun seine letzte grosse Reise an.

Wir gedenken seiner, er bieten den Angehörigen unser tiefes Mitgefühl und werden ihm stets ein Andenken wahren.

Vorsorgelücken schliessen – das Leben geniessen

Und das zu konkurrenzlos tiefen Prämien.



Die Risikoversicherung
der Vorsorgestiftung von Verkauf Schweiz

LEISTUNGEN, DIE ÜBERZEUGEN

- ✓ Spesenersatz/Abdeckung der Fixkosten während 3 Jahren, inklusive Todesfallkapital
- ✓ Indirekte Amortisation – fallendes Todesfallkapital mit Rente für 15 Jahre
- ✓ Prämienfreie Leistungen im AHV-Alter nach 10 Versicherungsjahren

VORTEILE, DIE SICH LOHNEN

- ✓ Prämie ist steuerlich absetzbar (2. Säule)
- ✓ Vereinfachte Gesundheitsprüfung
- ✓ Telefonische Beratung / Support und Vorsorge Check up
- ✓ Jahresverträge machen Sie flexibel



Wohlfahrtsstiftung von Verkauf Schweiz
Grünastrasse 10, 3084 Wabern
Telefon: 031 961 54 83
E-Mail: stiftung@verkaufschweiz.ch
www.verkaufschweiz.ch/Vorsorgestiftung

 **VORSORGESTIFTUNG**
VERKAUF SCHWEIZ