

...

(sollte Ihr Mailprogramm die Grafiken im Text nicht anzeigen, öffnen Sie die Anlage "Praxistipp 4")

Mit anhaltendem Druck auf die Zinsspanne gewinnen alternative Erträge im Kundengeschäft noch mehr an Bedeutung. Viele Institute haben inzwischen ihre Kontomodelle überarbeitet, etliche Häuser neue Gebühren und Provisionen (Bereitstellungsprovision) eingeführt. Fast alle verstärken noch einmal ihre vertrieblichen Anstrengungen zur Gewinnung von Provisionsgeschäft.

Zur Vorbereitung meiner Führungskräftetagung *Baustelle Firmenkundenvertrieb* habe ich dieses Jahr an die Teilnehmer einen Online-Fragebogen aus unserem Portal [SEE 360](#) verschickt, um die Schwerpunkte im Workshop bedarfsgerecht zu wählen. Gefragt habe ich nach den subjektiv empfundenen Stärken und Defiziten im Vertrieb von

- Finanzierungen
- Kapitalanlagen
- Sachversicherungen
- Personenversicherungen
- Zahlungsverkehrsdienstleistungen

Das **Selbstbild** ("Wie gut sind wir insgesamt?") liegt im Schnitt bei bescheidenen **63 von 100 Punkten**. Dabei entfallen auf die einzelnen Geschäftsfelder:

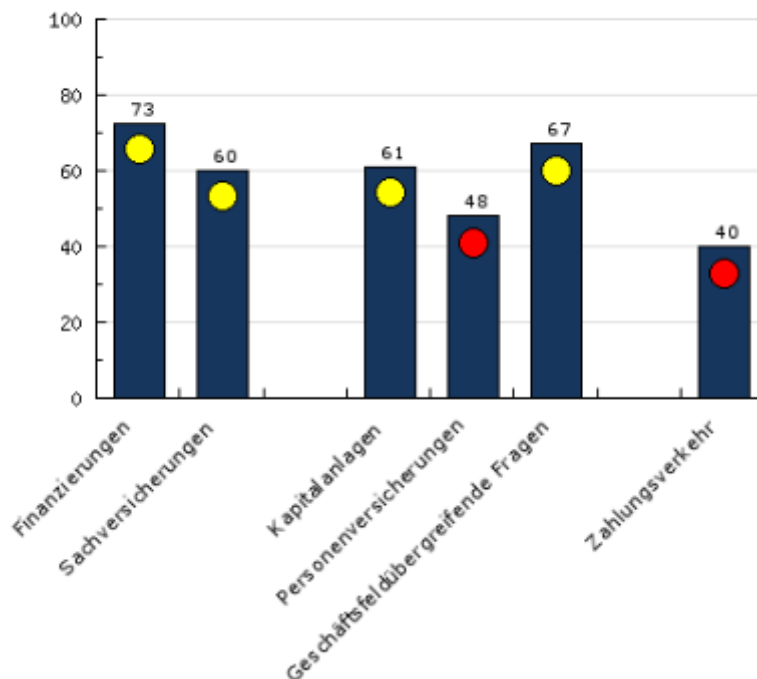


Abbildung 1: Stärken und Defizite nach Geschäftsfeldern

Mit 73% schneiden Finanzierungen am besten ab, wen wundert's? Rote Ampeln gibt es für Personenversicherungen (Leben, Rente, Biometrie) und Zahlungsverkehrsdienstleistungen. Sie sind vertrieblich die Schlusslichter.

Der Fragebogen basiert neben allgemeinen Aspekten auf 10 Wettbewerbsfaktoren, die darüber entscheiden, ob man das Geschäft bekommt oder nicht. Mit ihnen messen wir Stärken und Defizite je Geschäftsfeld:

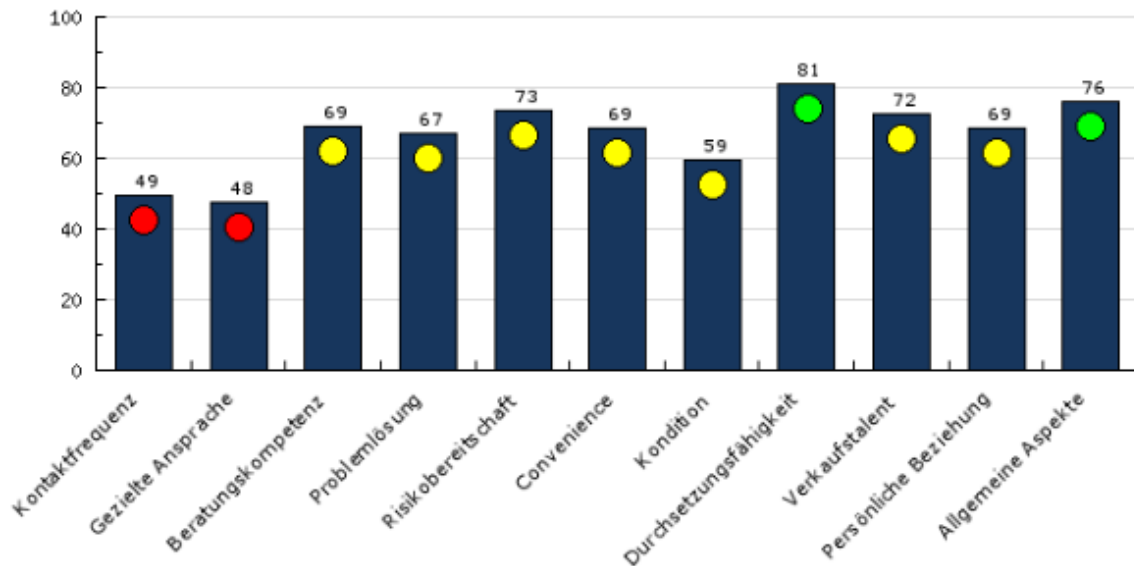


Abbildung 2: Stärken und Defizite in den einzelnen Wettbewerbsfaktoren

**Rote Ampeln gibt es für die Kontaktfrequenz und die gezielte Ansprache** (Verkaufsinitiative / ganzheitliche Beratung, ausgerechnet!).

Die Kontaktfrequenz ist durchgängig schwach mit besonders schlechten Werten bei Sachversicherungen und der Vermögensberatung. Beides sind Beziehungsprodukte, die regelmäßige Kontakte durch die Fachberater erfordern.

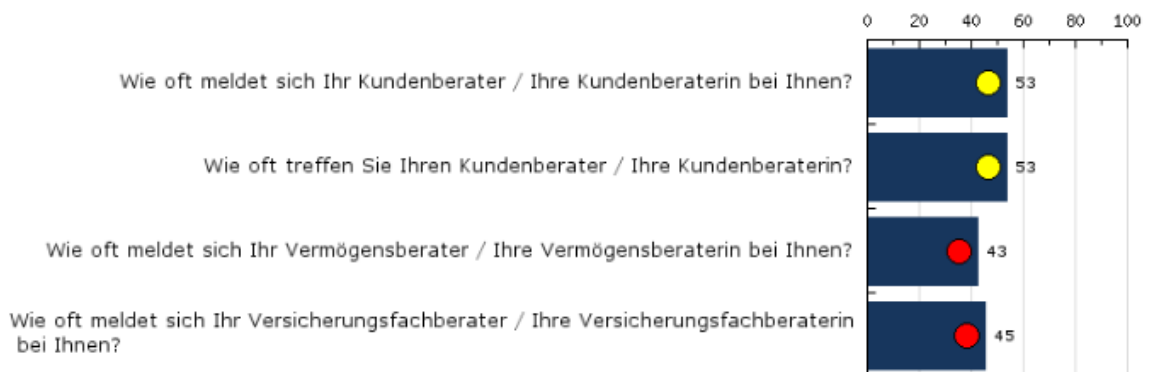


Abbildung 3: Kontaktdefizite in den Geschäftsfeldern

Zu selten angesprochen wird eigentlich alles, mit Ausnahme von Finanzierungen. Das deckt sich mit unserer Messung, wonach rd. ¼ aller Beratungstermine auf Kundeninitiative zurückgehen; und dann geht es natürlich in der Regel um einen Finanzierungswunsch.

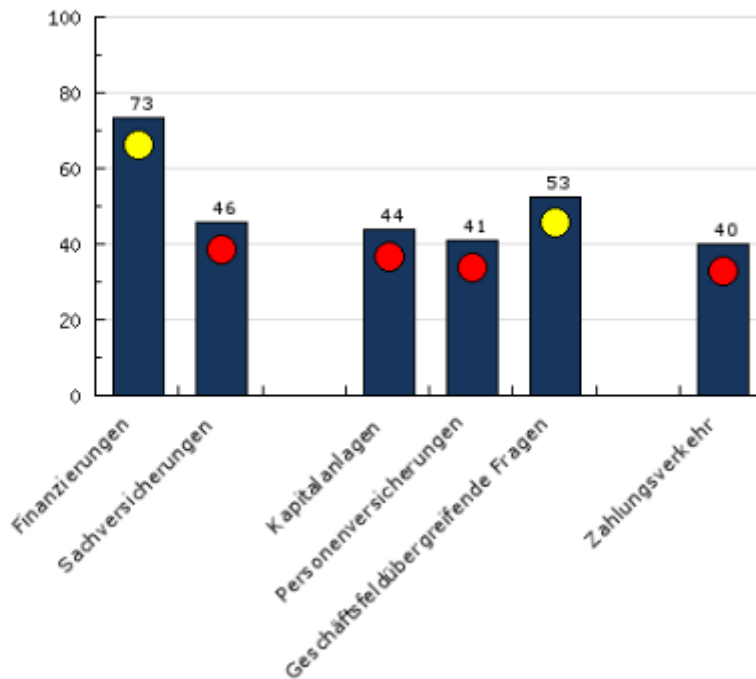


Abbildung 4: Gezielte Ansprache der einzelnen Geschäftsfelder

Es hat den Anschein, als trügen die Zielvorgaben, wonach ein Betreuer pro Jahr soundso viele strukturierte Beratungsgespräche zu absolvieren hat, noch nicht durchweg die gewünschten Früchte. Jedenfalls ist der Glaube der Betroffenen an die Wirksamkeit stark eingeschränkt.

Nun stellen Sie sich vor, Ihr Haus würde ihren Betreuern ankündigen, absehbar den als pdf beigefügten Fragebogen ("Online Kundenbefragung...") zur Kundenzufriedenheit einzusetzen. Wir machen das für einige unserer Kunden immer montags online und vollautomatisch. Die Ergebnisse (etwa 50% der Kunden beantworten den Fragebogen) sehen die Betreuer in Echtzeit online an ihren Arbeitsplätzen; in einem Fall sind sie sogar in der leistungsabhängigen Vergütungskomponente gewichtet. Wie glauben Sie - würde sich die Arbeitsweise der Betreuer verändern? Und wie die gemessenen Ergebnisse?

Auf [see-360](#) beschreiben wir unseren Ansatz in einem kurzen Videoclip. Schauen Sie doch mal rein. Oder stöbern Sie in unseren [Beispielen](#). Das detaillierte Gesamtergebnis der hier nur rudimentär beschriebenen Umfrage können Sie sich herunterladen auf [see-360.de/funktion](http://see-360.de/funktion) im Kapitel "So funktioniert SEE 360" (auswertung-einer-internen-befragung) oder gleich [hier](#).

Nutzen Sie unser Kontaktformular, wenn Sie [SEE 360](#) kostenlos testen möchten; intern oder bei Ihren Kunden. Sie werden überrascht sein, was alles und wie schnell und mühelos vieles möglich ist.

Im nächsten Praxistipp geht es aus aktuellem Anlass um die Gewinnung von Provisionsgeschäft im Bereich Leben, Rente, Biometrie.

Freundliche Grüße

THOMAS TÖLLER



HAINKOPFSTR. 3  
D-65779 KELKHEIM/TS  
FON +49 [0] 6198 3 38 46  
MOB +49 [0] 172 6 93 38 46  
Beratung und Training: <http://t-toeller.de>  
CRM-System *KPM*: <http://www.ht-software-gmbh.de>  
Online-Marktmonitoring: <http://see-360.de>

**PS. SEE 360 ist im Firmen- und im Privatkundengeschäft einsetzbar**

(Sie möchten keine Praxistipps mehr bekommen? Dann antworten Sie auf diese Mail mit "Abbestellen".)