

Thomas Töller – t-toeller.de

Beratung, Training und IT für das
Firmenkundengeschäft

Unser Markenkern: Die zehn Wettbewerbsfaktoren

Seite 2

1. Kontaktfrequenz	Sicherstellen, dass alle wichtigen Kunden von allen relevanten Stellen des Instituts regelmäßig kontaktiert werden (FKB, Sachversicherer, Fachberater IG, Vermögensberater)
2. Gezielte Ansprache	Sicherstellen, dass alle Kunden auf alle relevanten Themen angesprochen werden, auf die sie ihren Berater nicht von sich aus ansprechen (Verkaufsinitiative)
3. Beratungskompetenz	Sicherstellen, dass der FKB besonders in allen Transaktionsprodukten 10 Sätze unfallfrei beherrscht (Leben / Rente, Biometrische Risiken, Electronic Banking)
4. Problemlösung	Sicherstellen, dass die Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Produktsortiments (der Zulieferer) und die Qualität der Fachberater gewährleistet sind
5. Risikopolitik	Sicherstellen, dass keine grundsätzlich wünschenswerten Geschäfte an dogmatischen oder "gut gemeinten" Risikorestriktionen scheitern
6. Convenience / Prozesse	Sicherstellen, dass dem Kunden der Geschäftsabschluss so einfach wie möglich gemacht wird (Schnelligkeit, Bequemlichkeit, wenig Bürokratie, Einfachheit...)
7. Konditionen	Marktübliche Konditionen in den preissensitiven Produkten sicherstellen, Relativierung des Preises als Kaufkriterium, Nutzung von Preisspielräumen
8. Verhandlungssicherheit	Positionsabhängige Verhandlungstaktiken (Methoden zur Durchsetzung der eigenen Interessen) sicherstellen, selbstbewusste Verhandlungsführung
9. Verkaufsprozess	Verkaufsunterstützende Werkzeuge / Prozesse organisieren, verkäuferische Fertigkeiten im Vertrieb und in den Fachbereichen sicherstellen
10. Beziehung	Sicherstellen, dass persönliche Beziehungen zwischen Kunde und Berater (Kundenbindung) systematisch etabliert und genutzt werden

Kunde



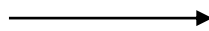
Bank / Sparkasse



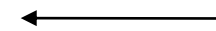
Mitarbeiter



Wettbewerbsfaktoren



Rentabilität (z.B. CIR, BE/DBS, KR)



MA-Motivatoren

Soft Skills

- ... Kontaktfrequenz
- ... Beratungsinitiative
- ... Beratungsqualität
- ... Verhandlungssicherheit
- ... Verkaufstalent
- ... Persönliche Beziehung

Hard Skills

- ... Sortiment / Produktqualität
- ... Risikopolitik
- ... Prozessqualität
- ... Preis

Training / ToJ

Volumen

(z.B. Marktanteil, neue Kunden)

Produktnutzung

(z.B. Provisionsgeschäft)

Preise

(z.B. Margen, BerProv, Giro)

Workshops

Prozesse

(z.B. Co-Betreuung, Kreditvergabe)

Risikokosten

(z.B. Rating / SPP)

EK-Bindung

(z.B. Rating / SPP)

- Effektivität
- Reputation
- Harmonie
- Autonomie
- Effizienz

Digitales Qualitätsmanagement

Kundenfeedback zur Steuerung / Verhaltensbeeinflussung



Wettbewerbsfaktoren (Wie soll uns das gelingen?)	Geschäftsfelder (Wo wollen wir wachsen?)							Geschäftsfeldübergreifende Fragen
	Finanzierungen	Sachversicherungen	Auslandsgeschäft	Kapitalanlagen	Personenversicherungen	Immobilien	Zahlungsverkehr	
Kontaktfrequenz								80
Gezielte Ansprache	94	88	0	89	85		93	98
Beratungskompetenz	97	94		93	93		100	97
Problemlösung				91			100	95
Risikobereitschaft	70							
Kundenfreundlicher Prozess								
Kondition								53
Verkaufstalent				94			100	96
Persönliche Beziehung								
Allgemeine Aspekte				93			100	93

Qualitäts- und Empfehlungsmanagement: Digitale Prozessstraße

1
Die Strategie setzt auf ausgewählte Erfolgsfaktoren zur Kundenbindung

2
Die Mitarbeiter sollen die Erfolgsfaktoren im Kundenumgang anwenden

3
Wir messen auf Mitarbeiter- und Abteilungsebene, wie gut die Umsetzung gelingt

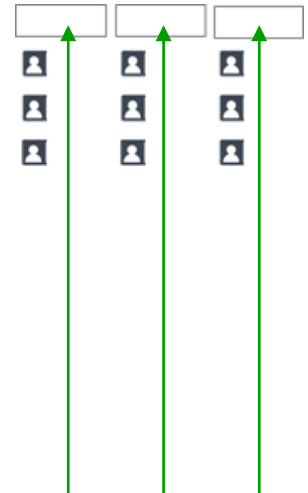
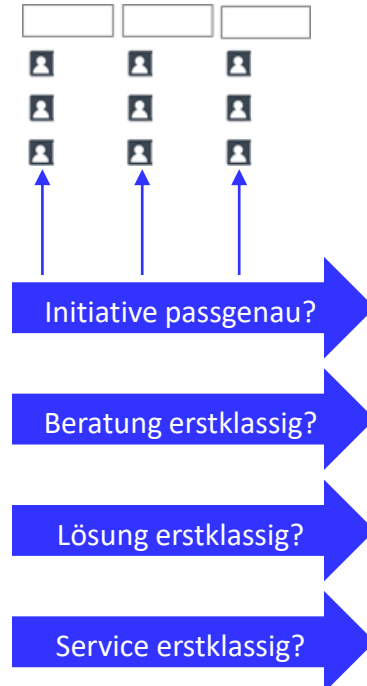
4
Sehr zufriedene Kunden (NPS 9 und 10) routen wir zu Google oder gute-banken.de

Strategie
"Kunden zu Fans"
Postulate / Vorgaben

Umsetzung der Postulate durch die Mitarbeiter am PoS

Qualitätsmessung
Nachkontaktbefragung je Mitarbeiter, aggregiert je Center

Empfehlungsmanagement
Google / gute-banken.de
je Center



Unsere Landkarte: Was wir für Sie tun können

Seite 6

Defizit im Bereich	Beratung / OE	Training / PE	Steuerung / Tools / IT
1. Kontaktfrequenz	Zeitdiebe / Nettomarktzeit Kreditprozesse / Innendienst	Akquisitionsturnier Kontakte durch Fachbereiche	Potenzialgerechte Kontaktfrequenzsteuerung
2. Gezielte Ansprache	Umsetzung Verbandskonzepte S-Fiko / VR FinanzPlan	Vertriebsorientierter Kundenworkshop	Potenzialanalyse Gesprächsagenda
3. Beratungskompetenz	Schnittstellen FKB : Fachbereiche	Verbundgeschäft / Private Banking High End (IG, Derivate, CF / SF)	Integration Verbandskonzepte in CRM
4. Problemlösung		Vertriebsorientierter Kundenworkshop	Zielgruppenspezifisches Produktprogramm in CRM
5. Risikopolitik	Kredithandbuch / Kreditprozesse	Ratinggespräche / SPP unter OSP	
6. Convenience / Prozesse	Kreditprozesse Schnittstellen Markt : Fachbereiche		Auto-Überleitung in CRM Auto-Follow-Up in CRM
7. Konditionen		Preisverhandlung	
8. Verhandlungssicherheit		Verhandlungspositionen und Verhandlungstechnik	
9. Verkaufsprozess		Verkaufstraining Training on the Job	Integrierte Verkaufshilfen
10. Beziehung	Schnittstellen FKB : Fachbereiche		Kontaktfrequenzsteuerung für Fachbereiche

Querschnittsfunktion: Qualitäts- und Empfehlungsmanagement: SEE 360

Unser Angebot nach Ihren Themen (1)

Sie möchten oder müssen	Wir bieten Ihnen
<p>Neue Kunden gewinnen, um Ihre mittelfristigen Wachstumsziele (besonders im Kreditgeschäft) zu erreichen</p>	<p>Akquisitionsturnier (Kaltakquise von Zieladressen), Implementierung eines systematischen Prozesses zur Neukundengewinnung</p> <p>Recherche – Akquise – Erstgespräch, modulare Reihe zur Neukundengewinnung und -konversion</p> <p>Für: Generalisten, Fachbereiche mit eigener Akquisitionsverantwortung</p>
<p>Inaktive Kunden (re)aktivieren, um die Basis Ihrer kaufenden Kunden zu verbreitern</p>	<p>Reaktivierung inaktiver Verbindungen (Warmakquise), Implementierung eines systematischen Prozesses zur Bestandskundenaktivierung</p> <p>Für: Generalisten, Fachbereiche mit eigener Betreuungsverantwortung</p>
<p>Die Produktnutzung Ihrer Bestandskunden erhöhen ("Ganzheitliche Beratung" alias Cross Selling)</p>	<p>Vertriebsworkshops zur Verkaufszielplanung ("Wallet Sizing") auf Basis Ihrer eigenen Kunden</p> <p>Für: Generalisten, Fachbereiche mit eigener Betreuungsverantwortung</p>

Unser Angebot nach Ihren Themen (2)

Sie möchten oder müssen	Wir bieten Ihnen
Ihre erfolgreichen Unternehmer auch in privaten Geld-, Vorsorge- und Vermögensangelegenheiten betreuen / eine funktionierende Co-Betreuung installieren	<p>Vertriebsworkshops zur Gewinnung von Abschlüssen mit dem Unternehmer und seiner Familie</p> <p>Für: Generalisten, Private Banker / Vermögensberater, Personenversicherer</p>
Ihre Trefferquote erhöhen, weil Sie aktuell mehr beraten als verkaufen	<p>Verkaufstrainings</p> <p>Für: Generalisten, Private Banker / Vermögensberater</p>
Beherrzter verhandeln , Ihre berechtigten Interessen beim Kunden öfter (auch gegen Widerstände) durchsetzen	<p>Allgemeine Verhandlungstrainings (Konditionen, Cross-Selling-Auflagen, Engagementführung u.a.m.)</p> <p>Für: Generalisten, Private Banker / Vermögensberater</p>
Bestimmte Ziele bei konkreten Kunden Ihres Instituts durchsetzen	<p>Institutsindividuelle Verhandlungswkshops auf Basis konkreter Kunden des Instituts</p> <p>Für: Generalisten, Private Banker / Vermögensberater</p>

Unser Angebot nach Ihren Themen (3)

Sie möchten oder müssen	Wir bieten Ihnen
<p>Bessere Preise durchsetzen / neue Entgelte einführen</p>	<p>Preisverhandlungstrainings (Rückbau etablierter Sonderkonditionen im Bestandsgeschäft, Durchsetzen höherer Preise im Neugeschäft, Einführung neuer Entgelte [Kreditprovision, Verwahrentgelt, Bearbeitungsentgelt], Generelle Preiserhöhungen [z.B. Kontomodelle])</p> <p>Für: Generalisten, Private Banker / Vermögensberater</p>
<p>Die Zusammenarbeit zwischen Markt und Marktfolge verbessern, um im Kreditgeschäft wettbewerbsfähiger zu werden</p>	<p>Kooperationsworkshops Markt : Marktfolge Kundenorientierungsworkshops für die Marktfolge</p> <p>Für: Mitarbeiter aus Markt und Marktfolge</p>
<p>Den Blickwinkel Ihrer Marktmitarbeiter vergrößern / neue Ideen und Methoden kennenlernen</p>	<p>Training on the Job (Wir sind erfahrene Firmenkunden-Profis)</p> <p>Für: Generalisten</p>
<p>Den subjektiven Weiterbildungsbedarf Ihrer Organisation schnell, einfach und effizient erheben und auswerten (digital, dezentral) (Alle kundennahen Abteilungen in PK und FK)</p>	<p>SEE-360 Selbstbildanalysen</p> <p>Für: PE / HR</p>
<p>Sicherstellen, dass Ihre Personalentwicklungsmaßnahmen umgesetzt werden, soweit sie Auswirkungen beim Kunden haben (sollen)</p>	<p>SEE-360 Online-Marktmonitoring</p> <p>Für: Vertriebsmanagement, Führungskräfte</p>