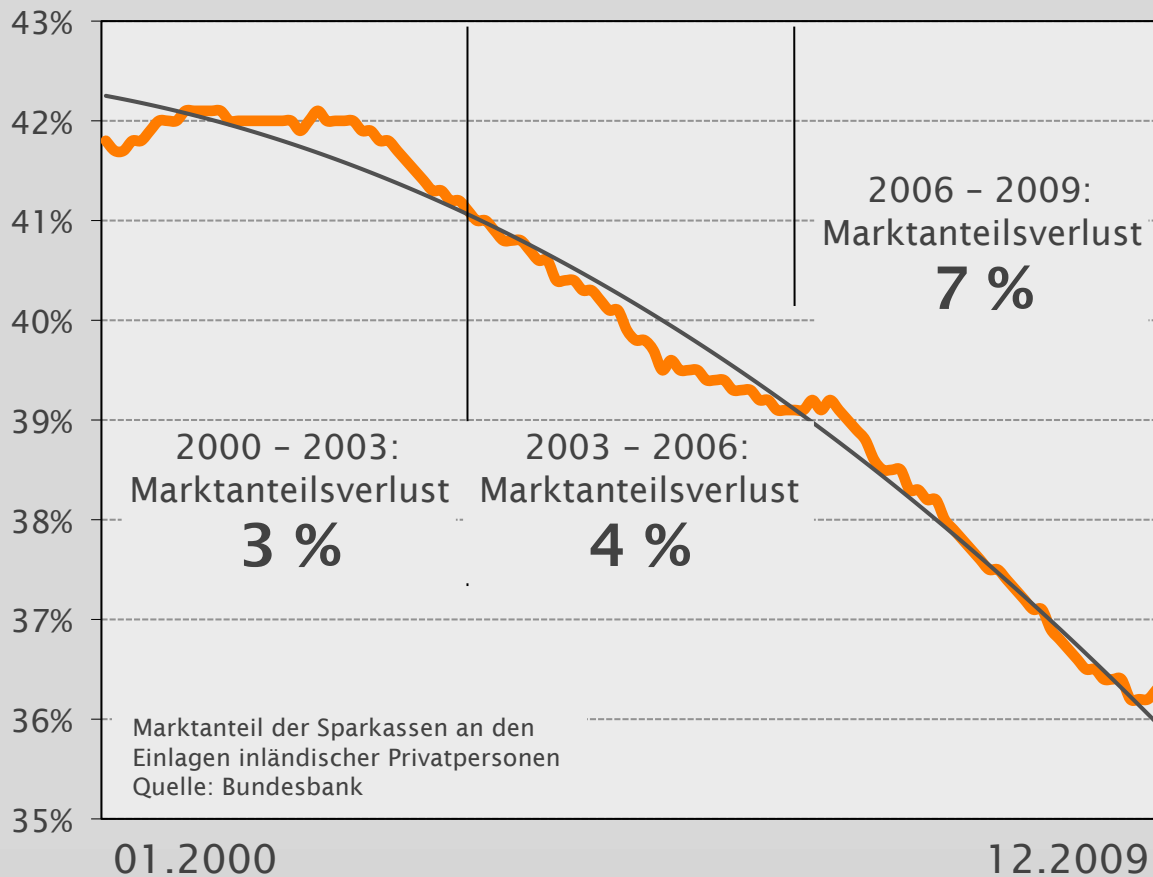


# Offensiv-Programm Individualkunden

- ▶ Mehr **Verkaufskraft und Qualität** im Individualkundengeschäft
- ▶ Schnelle und nachhaltige **Steigerung der Dynamik Ihrer Berater**
- ▶ **Leistungssteigerung ohne Demotivation**

## Konkret: Verluste bei Marktanteilen und Vertrauen



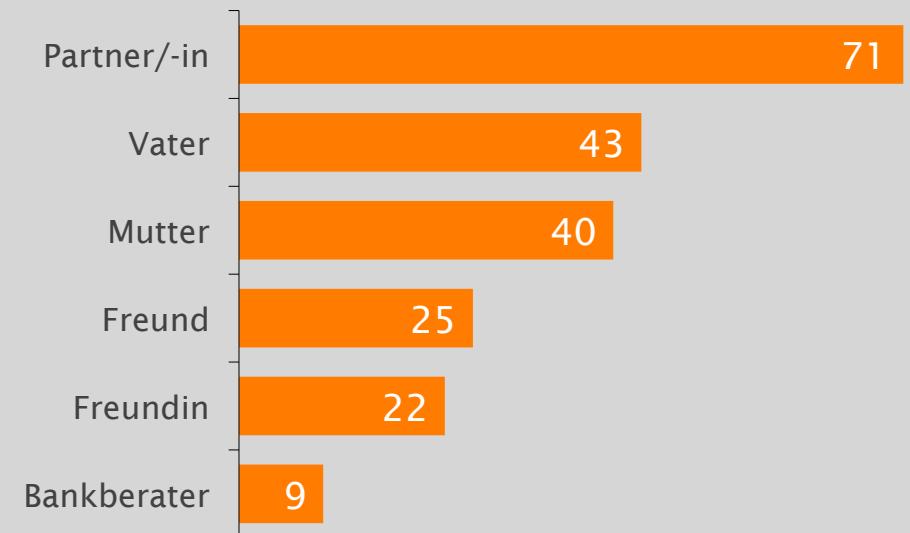
### Peinlich für Banker...

(Zitat FOCUS)

### ...und schwere Zeiten für Ihre Berater

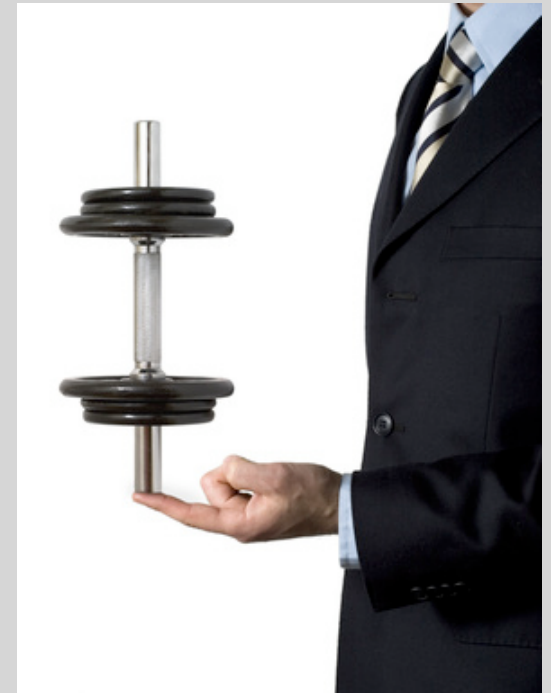
Beim Thema Geld verlassen sich die Kunden kaum noch auf ihre Berater

Frage: Wem vertrauen Sie in Finanzfragen „sehr“?  
In Prozent (Quelle: Forsa/FOCUS 14/2009)



## Zur Sache

- ▶ Die Sparkassen verlieren seit Jahren **Marktanteile**, und zwar immer schneller.
  - ▶ Das **Markt- und Ertragspotenzial** konzentriert sich zunehmend auf IK. Veränderungen durch die Krise sind hier besonders wirksam, führen aber trotz des vermeintlichen Vertrauensbonus nicht zu Gewinnen, sondern vielmehr zu noch schnelleren Verlusten. Wichtiges Ziel: **Rückgewinnung von Vertrauen**.
  - ▶ Der **Aktivitätsgrad im Verkauf** muss deutlich erhöht werden, um das Kundenpotenzial konsequent auszuschöpfen und **verlorene Marktanteile zurück zu gewinnen**.
  - ▶ **Profitum in allen Kernprozessen** realisieren: Vertrieb, Beratung, Führung  
**Effektive Verkaufszeit** beim IKB = 60 %; Routine = Basis für **Qualität im Vertrieb**  
Nicht für die Stars organisieren. Die Mehrheit muss deutlich besser werden.  
Durch aktive Vertriebssteuerung **die besten Ideen multiplizieren** und so die **Leistungsbandbreite reduzieren** von +/- 70 % auf +/- 30% um den Durchschnitt
- ▶ Ziel: **Leistungssteigerung ohne Demotivation** durch Systematik und effektive Führung anstelle von (nur) gefühltem „Druck“ durch Ziele, Controlling und Anreize
  - ▶ Kein großes Projekt, sondern ein **kompaktes Offensiv-Programm für schnelle Veränderung**



## Unsere Thesen: Ergebnisse einer Befragung von 20 Banken

- ▶ Im Individualkundengeschäft ist nach wie vor nur wenig Systematik zu beobachten: **Individuelle Kundenbetreuung wird mit individueller Arbeitsweise verwechselt!**
- ▶ Die im Vergleich zum Privatkundengeschäft **geringere Systematik** zeigt sich bei mehreren Erfolgsfaktoren ganz deutlich:
  - ▶ Geringere Marktanteile, weiterer Marktanteilsverlust
  - ▶ Kaum Arbeit mit Kampagnen bzw. einheitlichen Vertriebsmaßnahmen
  - ▶ Deutlich weniger enge Führung, z.B. weniger verbindliche Schlagzahlen, weniger Training on the Job („Die Leute sind erfahren, die können das.“)
  - ▶ Individuelle Prozesse in der Vertriebsvorbereitung, Abwicklung und Einbindung von Spezialisten; persönliche Steckenpferde wie z.B. Research
  - ▶ Größere Leistungsbandbreite bei den Ergebnissen → Leistungsreserven  
Aufsteiger aus dem Privatkundenbereich sind oft erfolgreicher als „alte“ IKB
  - ▶ Veränderungen im Individualkundenbereich sind deutlich langsamer als im Privatkundenbereich



**Fazit: Das Individualkundengeschäft muss mindestens so systematisch gesteuert werden wie das Privatkundengeschäft.** Es ist wie im Sport. Der Regionalliga-Club spielt intuitiv und gewinnt mit individuellem Talent. Die Bundesliga-Mannschaft arbeitet mit System und professionellem Management der Leistung.

## Ein erfolgreiches Offensiv-Programm aus Sicht von

### ...Vertrieb



### ...Change Management

- ▶ **Freiraum schaffen und mit Terminen füllen**  
Mindestens 60 % produktive Vertriebszeit  
Im Schnitt 4 persönliche Beratungsgespräche p.T.  
Die besten Vertriebsideen systematisch multiplizieren
- ▶ **Effektiver führen**  
Gesprächssystem, ToJ, Systeme für mehr Dynamik  
Konzept für Leistungssteigerung ohne Demotivation
- ▶ **Kundenpotenzial voll erfassen**  
Segmentierung, Verteilung der Kunden, Zugang  
zu den Kunden optimieren (kein „client claiming“)
- ▶ **Offensivere Ziele finden**  
Potenzialorientierte Planung, Neukundengewinnung
- ▶ **Systematisches Kundenmanagement etablieren**  
Kundenentwicklungsplan, kundenbezogene Planung,  
Reporting/Forecast, systematische Bedarfsanalyse
- ▶ **Subjektiv relevante Dringlichkeit**  
Klare Kommunikation: Warum muss sich was ändern?  
Aufhebung von „Komfortzonen“, Leistungstransparenz
- ▶ **Systeme & Kultur entwickeln**  
Fördern und fordern gleichwertig verbinden, Führung  
vom „Agenten des Controlling“ zum Trainer und Coach  
entwickeln, Selbststeuerung etablieren, Konsequenzen  
unterschiedlicher Leistungsniveaus
- ▶ **Kommunikation und Erwartungen**  
Erwartungen bei Kunden fördern, Vorbilder sichtbar machen,  
Kommunikation in der Vertrauenskrise
- ▶ **Mitarbeiter befähigen**  
Von der Aufstiegs-PE zur Leistungssteigerung im Job  
Praxisbegleitung und Lernkontrolle vor Ort
- ▶ **Messbare Erfolgsgrößen und schnelle Erfolge**  
Aktivitäten, quantitative und qualitative Orientierungswerte  
für den gesamten Vertriebsprozess

## Offensiv-Programm Individualkunden Ihr Nutzen

- ▶ Sie optimieren den Geschäftsbereich, der aktuell den größten Hebel für **Wachstum oder Rückgang Ihres Ertrages** birgt.
- ▶ Sie setzen bei den Faktoren an, die **Dynamik, Leistung und Qualität Ihrer Berater unmittelbar verbessern**. Die großen Strukturen bleiben bestehen.
- ▶ Sie etablieren ein professionelles **Kundenmanagement** und ein Konzept für Leistungssteigerung ohne Demotivation, das Sie analog im gesamten Unternehmen umsetzen können.
- ▶ Sie bewirken schnelle Veränderungen und geben damit Ihrem ganzen Institut einen **Impuls zu mehr Dynamik**.
- ▶ Ihre Berater gewinnen **Vertrauen und Marktanteile** zurück.



**Armin Ruppel**

Berater seit 1991; spezialisiert auf Strategie, Vertrieb und Change Management  
armin.ruppel@pro-effects.de  
www.pro-effects



**Hugo Viellechner**

15 Jahre Bankerfahrung im In- und Ausland, Aufbau und Führung mehrerer Vertriebsorganisationen, Vice President bei Wincor Nixdorf  
Vertriebsberater seit 2008  
hugo.viellechner@pro-effects.de  
www.pro-effects.de