

## Berater auf Erfolg trimmen



Bild:  
Gabi Moisa Fotolia.com

**Das HQ-Vertriebsinitiativprogramm „VIP“. Marktsituation und Kundenverhalten in der Finanzbranche ändern sich der Berater bleibt. Eine Aktivierung des Kundengeschäftes zur Steigerung der Erträge ist aber gerade jetzt dringend erforderlich. Bleibt die Frage: Können die Berater von heute diese Herausforderung meistern? Sind die erworbenen Qualifikationen (noch) marktkonform und für die Finanzdienstleistungsbranche zukunftsfähig?**

Vertrieb in Banken ist historisch mit einem schlechten Image belegt. Die Unterscheidung zwischen Beratung und Verkauf findet sich noch immer im Führungsdenken. Daher sind die notwendigen Voraussetzungen einer nachhaltigen Vertriebsorientierung bereits in der Strategie zielführend zu schaffen. Die Änderungen in der historisch gewachsene Unternehmens- und Vertriebskultur wird sicherlich nicht kurzfristig die Vertriebsaktivität beeinflussen. Die Vertriebskultur ist behutsam, aber konsequent im Rahmen eines Changeprozesses auf die Markt- und Kundenbedürfnisse auszurichten. Doch gibt es ausreichend qualifizierte Verkäufer? Die Praxis zeigt: Eher nein! Der Weg zum Vertriebs Erfolg führt daher nur über die Qualifizierung der eigenen Berater.

Wie sieht die Lösung aus: Jeder Kunde ist ein „VIP“ mit diesem etwas anderen Vertriebsprogramm bietet die HQ-Gruppe den Banken eine innovative Kombination aus Ertragssteigerung, Qualifizierung und emotionaler Kundenbindung. Beginnend für Kunden aus dem Genossenschaftsbereich bietet HQ dieses Vertriebsinitiativprogramm als „Geno VIP“ an. Maßanfertigungen für die Großbanken und den Sparkassensektor stehen an. VIP besteht aus einer Methodenkombination von Coaching, Training und Onlinebegleitung. Alle Trainingsaktivitäten werden während der Projektlaufzeit (sechs bis neun Monate) mit der operativen Vertriebssteuerung der Bank abgestimmt. So wird Qualifizierung auch vertriebslich wirksam. Im Mittelpunkt steht die Persönlichkeitsentwicklung des Beraters. Hier schließt die HQ-Gruppe mit dem „VIP“ eine Bedarfslücke. Die meisten Personalentwicklungssysteme schaffen nur das Wissensfundament, aber kaum eine Bindung zum Kunden.

Mit „VIP“ stellt die HQ-Gruppe die fehlende emotionale Begeisterung für den Abschlusserfolg sicher bei Kunden und Berater. Die zielgerichtete Persönlichkeitsentwicklung vermittelt nicht klassisches Fachwissen, sondern baut auf emotionale Erfolgsfaktoren. Im Mittelpunkt stehen die individuellen Bedürfnisse und Lebenssituationen des Kunden. Mit dem „VIP“-Modell entsteht eine Win-win-Situation für alle Beteiligten des Vertriebsprozesses.

### Weitere Bilder

Bild 2 von 3

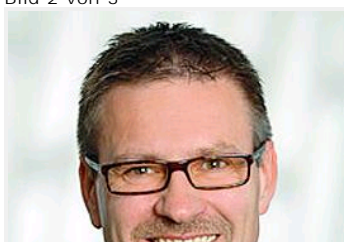


Bild 3 von 3

**Warum ein „Vertriebsinitiativprogramm“ für die Vertriebsmitarbeiter?**

- Marktsituation und Kundenverhalten ändern sich - der Berater bleibt
- Die Herausforderung: dem **Wandel** steht eine **Konstante** gegenüber
- Sinkende Erträge aus der Fristentransformation fordern mehr Erträge aus dem Kundengeschäft
- Das **schlechte Image** des Vertriebs schreckt qualifizierte Bewerber ab
- Es gibt **keine** ausreichend fundierte, umfassende und überprüfbare **Ausbildung für Vertrieb**
- Es gibt **zu wenig Verkäufer**, die die Aufgabe Vertrieb unternehmerisch begreifen und erfüllen
- Vertrieb wird überwiegend **fachlich** untermauert - PE schafft das Wissensfundament, aber keine Bindung zum Kunden
- Es fehlt die **emotionale Begeisterung** für den Abschlusserfolg - bei Kunde und Berater, aber

**Jeder Kunde ist ein VIP**



Bild: HQ Interaktive  
Mediensysteme GmbH

Autor: Matthias Leimpek. Nach seiner Karriere bei einer hessischen Genossenschaftsbank wechselte Matthias Leimpek in den Bereich Bankberatung und war jahrelang als Seniorberater und Prokurist für eine genossenschaftliche Beratungsgesellschaft tätig. Heute ist Matthias Leimpek Mitglied der Geschäftsleitung der HQ-Gruppe mit Sitz in Wiesbaden und Basel.  
Bild: HQ Interaktive  
Mediensysteme GmbH