

VIP



VERTRIEBSINTENSIVIERUNGSPROZESS (1)

Ansatz:

Die etablierten Banken verfügen nach wie vor über ein erhebliches Potenzial zur Intensivierung ihrer bestehenden Kundenbeziehungen.

Unsere Erfahrung zeigt, dass oft deutlich mehr als die Hälfte der Kundenbeziehungen eine sehr geringe Produktnutzung aufweisen oder sogar völlig „inaktiv“ sind.

Das Ausschöpfen dieser Potenziale ist auf der Vertriebsseite der effektivste Hebel zur Ergebnisverbesserung; besser als eine mühsame und teure Neukundenakquisition.

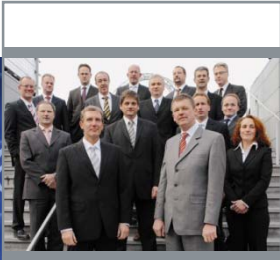
VIP ist ein durch Constructive Consulting angeleiteter, systematischer und strukturierter Prozess zur aktiven Ansprache der bestehenden Kunden.

Im Rahmen des VIP-Projektes werden ausbaufähige Kundenbeziehungen identifiziert und selektiert. Nach systematischer Akquisitionsvorbereitung erfolgt eine gezielte Kundenansprache mit dem Ziel, die jeweilige individuelle Produktnutzung zu steigern.

Nutzen:

Der Einsatz von VIP schafft für die Bank in mehrfacher Hinsicht Mehrwert:

- Die systematische Vorgehensweise steigert die Effektivität der Kundenansprache.
- Mögliche Akquisitionshemmnisse werden erkannt und können gezielt beseitigt werden.
- Die Erfahrungswerte und der Wissenstransfer ermöglichen es den Vertriebsmitarbeitern, ihre Kunden künftig gezielter anzusprechen und daraus bessere Verkaufserfolge zu erzielen als bisher.
- Der Trainingseffekt trägt dazu bei, das häufig vorhandene, innerliche Zögern vieler Berater vor einer aktiven Kundenansprache abzubauen.
- Verkaufserfolge haben eine nicht zu unterschätzende Motivationswirkung.
- Die Kundenbindung wird durch gezielt vorbereitete Kundengespräche und ggf. zusätzliches Cross-Selling erhöht.
- Und nicht zuletzt: Es werden Produkte verkauft! Der daraus erzielte Nutzen kann bereits dazu führen, dass ich das Projekt amortisiert.
- Constructive Consulting hat derartige Projekte bei Retailbanken in Deutschland (Sparkassen, Volksbanken) und Österreich (Raiffeisenbanken) mehrfach erfolgreich begleitet.

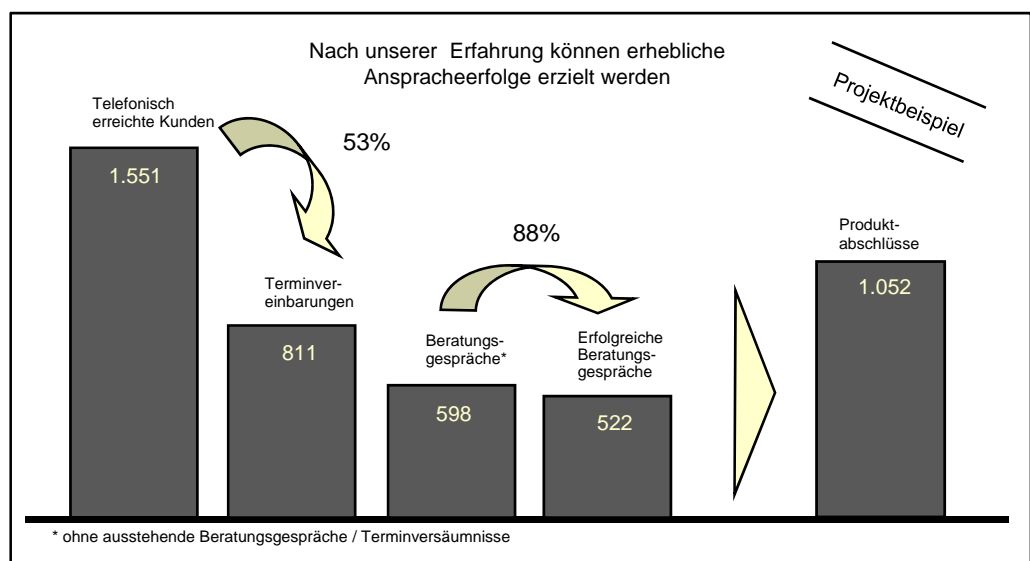


VERTRIEBSINTENSIVIERUNGSPROZESS (2)

Vorgehen:

Das VIP-Projekt durchläuft in strukturierter Form drei Schritte:

- In der Vorbereitungsphase werden spezifische Ansprachegruppen gebildet, die Kunden selektiert, die Mitarbeiter eingewiesen und geschult und der Anprachemodus festgelegt. Im Ergebnis entsteht eine Datenaufbereitung und Planung für die anschließende Kundenansprachephase.
- In der zweistufigen Ansprachephase erfolgt durch die Berater selbst die konkrete Vertriebsarbeit; zunächst über eine telefonische Terminvereinbarung möglichst mit einem anschließenden Beratungsgespräch in der Bank.
- In der abschließenden Auswertungsphase werden die Ergebnisse systematisch analysiert, aufbereitet und durchgesprochen. Die positiven und negativen Wirkungsfaktoren werden gezielt ermittelt und für die Erfahrungstransfer in die gesamte Bank genutzt. Im Ergebnis erhält die Bank ein Bild über die eigene Vertriebsstärke und konkrete Vorschläge zur Beseitigung von Schwachstellen.



Je nach Ausgestaltung und Kampagnenbreite führen wir ein VIP-Projekt in einem Zeitrahmen von 8-12 Wochen durch. Aufwand und Ertrag stehen in einem sehr guten Verhältnis.