



NEUE ZEITEN ERFORDERN NEUE WEGE - Ideen und Impulse - Digitale Beratungskompetenz

ZIELGRUPPE:	Mitarbeiter/innen in der Kundenberatung
DAUER:	1 bis 2 Tage, je nach Bedarf und Vorkenntnisse
TEILNEHMERZAHL:	maximal 10 Personen
ORT:	Inhouse
METHODE:	Digital oder analog vor Ort
MEDIEN:	Online-Beratungstool (Art/technische Voraussetzungen werden abgestimmt). Optimal: „Digitales Beratungsbüro“ mit entsprechender Ausstattung (zwei Bildschirme, externes Mikrofon, Headset, Ausleuchtung mit Tageslichtleuchten/Ringleuchten, ansprechende „Rückwand“ etc.)
DURCHFÜHRUNG:	Heike Stähler, Heilpraktikerin (Psychotherapie), Beratung/Training, NLP Master Christine Carus, Beratung und Training

HINWEIS

Informationen zum Thema, zu den Zielen und zu den Inhalten finden Sie auf den nächsten Seiten!

DAS THEMA

Die Digitalisierung hat Auswirkungen auf Sparkassen und Banken und kann anhand der Dimensionen „Kunden, Kanäle, Produkte/Dienstleistungen und Mitarbeiter“ wie folgt zusammengefasst werden:

Kunden

- ▶ Sicherheit, Image und Emotionen werden für Kunden wichtiger
- ▶ Kunden sind gut informiert und werden anspruchsvoller in der Beratung
- ▶ Generationen (Baby Boomer, Generation X, Millennials etc.) formulieren neue Anforderungen an die Sparkasse

Kanäle

- ▶ Mobile Lösungen werden weiter voranschreiten und zum Standard werden
- ▶ Der Kunde entscheidet über den Kanal (analog oder digital)
- ▶ Persönliche Beratung für komplexe Themen (Anlagen, Finanzieren, ganzheitliche Beratung) bleiben individuell wichtig

Produkte/Dienstleistungen

- ▶ Steigende Transparenz für Produkte und Dienstleistungen
- ▶ Open Banking wird wichtiger
- ▶ Challenger-Banken werden in höherwertige Beratungsangebote und Services stoßen, z. B. Geldanlagen, Baufinanzierungen

Mitarbeiter

- ▶ Digitale und soziale Anforderungen steigen
- ▶ Digitale „Fitness“ der Mitarbeiter ist mehr gefragt denn je
- ▶ Kontinuierliches Lernen ist die Anforderung bei allen Mitarbeitern

Die fachübergreifenden Handlungskompetenzen gewinnen an Bedeutung!

- ▶ Fachkompetenz: Solides Bankfachwissen bleibt die Basis
- ▶ Sozial- & Selbstkompetenz: Empathie, Kommunikationsfähigkeit im Umgang mit verschiedenen Menschentypen, Teamfähigkeit, Selbstreflexion, Offenheit & Lösungsorientierung, Belastbarkeit und Selbststeuerung, Lernorientierung
- ▶ Medienkompetenz: Kenntnis neuer Technologien und aktive Anwendung digitaler Möglichkeiten in der Beratung
- ▶ Vernetztes Denken: Strukturiertes Denken in Gesamtzusammenhängen, Analysefähigkeit unter Einbezug aller oben genannten Faktoren
- ▶ Flexibilität: Zeitliche, fachliche & empathische Bereitschaft zur Veränderung

DIE ZIELE

Die Teilnehmer ...

- ▶ lernen den neuen „Vertriebsweg digital“ kennen
- ▶ gewinnen Sicherheit und Professionalität im Umgang mit diesem Vertriebsweg
- ▶ lernen und üben die veränderten Erfordernisse an digitale Kommunikation und Verhalten
- ▶ entwickeln ihre digitale Vertriebs- und Beratungskompetenz
- ▶ beraten und verkaufen erfolgreich „digital“

DIE INHALTE

I. Ich mit mir

Grundvoraussetzungen (Geisteshaltung)

- ▶ Einstellung zur digitalen Beratung
- ▶ Kundenbedürfnisse befriedigen durch digitale Beratung
- ▶ Erfahrungsaustausch zur Erwartungshaltung der Kunden und des Marktes
- ▶ Was bleibt gleich und was verändert sich durch Digitalisierung für die Sparkasse, für die Berater und für die Kunden?

II. Ich mit meinen Kunden

Was macht es leicht? Was macht es schwer?

- ▶ Besondere Herausforderungen meistern, z. B.
 - ▶ Kunde und Technik
 - ▶ Oft wenig professionelles Umfeld (Beratungstools, Audio, Video...)
 - ▶ Nutzung von Verkaufshilfen durch den Berater: Papierblock kontra Whiteboard
 - ▶ Technische Anwendung selbstverständlich am Arbeitsplatz?
 - ▶ Persönlichen Kontakt trotz Digitalität gestalten: Beziehung herstellen / halten / vertiefen
- ▶ Besondere Vorteile nutzen und hervorheben, z. B.
 - ▶ Kunde ist bei sich zu Hause: Wirkung und Haltung?
 - ▶ Einsparung von Aufwand in Weg und Zeit
 - ▶ Effizientes Arbeiten möglich: Jeder hat alles schnell zur Hand
 - ▶ Berater und Sparkasse erzeugen Wirkung von modernem und zeitgemäßem Arbeiten und Vorgehen
 - ▶ Berater und Sparkasse erfüllen Erwartungen der Kunden und bleiben so im Kontakt, besonders mit Omnikanal-Kunden
 - ▶ Der Mensch kauft immer noch vom Menschen

DIE INHALTE

III: Ich in der Beratung

Anwendung von Beratung in Sprache bringen: Interaktion mit Feedback

- ▶ Besonderheiten in der Auswahl
 - ▶ Technische Voraussetzung schaffen in der Sparkasse und beim Kunden
 - ▶ Digitale Affinität beim Kunden (Vorannahme, woran mache ich das fest, wie erhalte ich Sicherheit)
- ▶ Besonderheiten bei der Einladung
 - ▶ Vorbereitung des Kunden
 - ▶ Prämissen für ein erfolgreiches Gespräch
 - ▶ Einladung mit Link, eventuell telefonisches Vorgespräch
 - ▶ Kundeneinverständnis einholen
- ▶ Besonderheiten in der Vorbereitung
 - ▶ Eigene Vorbereitung „Umfeld“: Technisch, inhaltlich, fachlich, methodisch, Bildausschnitt, Kleidung, Licht und Klang/Ton
 - ▶ Eigene Vorbereitung „Vertrieb“: Unterlagen zur Hand haben, Bildschirm teilen, Vertriebsideen sammeln, Nutzung „Unterlage zur Gesprächsvor- und Nachbereitung“
- ▶ Besonderheiten im Gespräch
 - ▶ Begrüßung, small talk, elevator pitch
 - ▶ Unsicherheiten klären: Welche Erfahrungen hat der Kunde bisher mit digitaler Beratung?
 - ▶ Welche Sorgen oder Ängste hat er?
 - ▶ Ablauf des Gespräches aufzeigen: Sicherheit in alle Richtungen geben
- ▶ Besonderheiten im Beratungsgespräch
 - ▶ Bildschirm teilen
 - ▶ Mikro-Expressionen/Mimik-Resonanz - Es fehlt viel Körpersprache: Welche Möglichkeiten habe und nutze ich als Berater stattdessen?
 - ▶ Wahrnehmungs- und Kommunikationskompetenz schärfen: Fragen stellen, Wahrnehmungen ansprechen
 - ▶ Besonderes Augenmerk auf Energie des Kunden
 - ▶ Bedürfnisorientierte Kommunikation: Missverständnisse vermeiden
 - ▶ Digitale Etikette: dos and don'ts
 - ▶ Professionelle und virtuose Nutzung und Gesprächsführung mit den Beratungstools wie SKF, Detailanalyse, Internet, Musterrechnungen, Empfehlungen, Beratungen, Visualisierungen
- ▶ Besonderheiten beim Vertragsabschluss
 - ▶ Digitale Unterschrift
 - ▶ Aufzeichnung des gesprochenen Wortes
 - ▶ Kundeneinverständnis einholen
 - ▶ Vereinbarung über die weitere Zusammenarbeit
 - ▶ Feedback einholen
- ▶ Besonderheiten in der Nachbereitung
 - ▶ Verträge ins elektronische Postfach stellen
 - ▶ Socializing call im Nachgang