

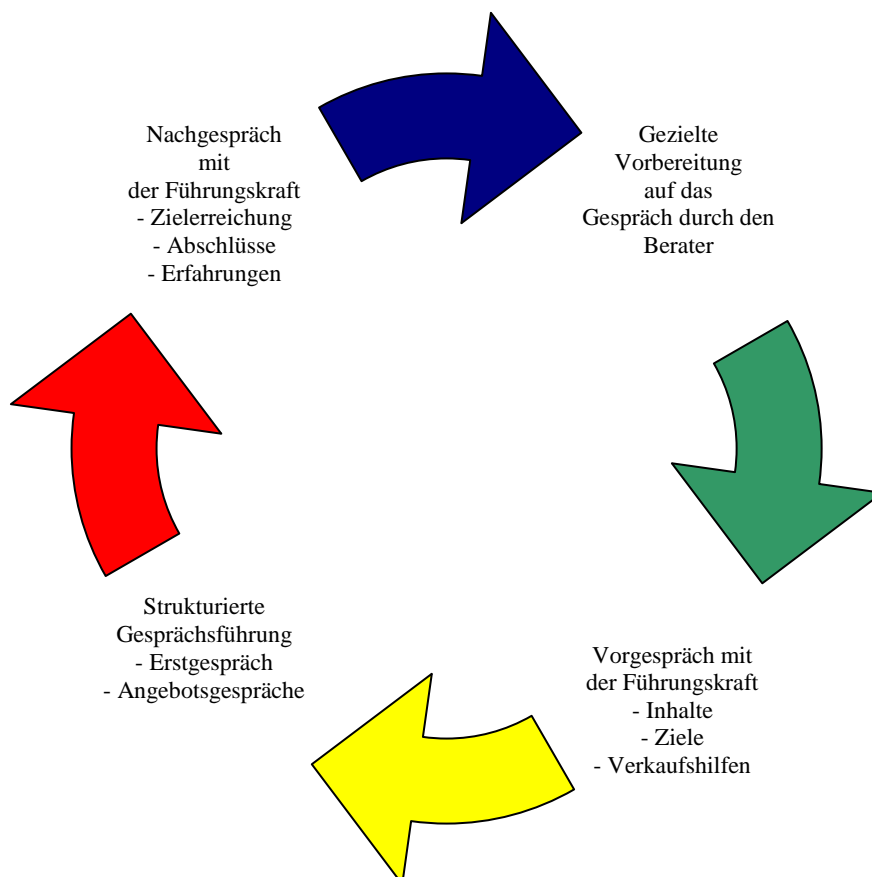
Potenziale gezielt im Firmenkundengeschäft nutzen

Mit dem VR-Finanzplan Mittelstand zu strukturiertem Erfolg – ein Erfahrungsbericht.

Viele Banken haben Betreuungskonzepte und Anspracheaktionen für die wichtige Zielgruppe der Mittelstandskunden definiert. Fragt man jedoch die Firmenkundenberater, was sie über spezielle Bedarfsfelder der Kunden wissen, verlieren sich diese in allgemeinen Aussagen wie „das braucht der nicht, das macht ein Verwandter ...“. Hier kann die Gesprächsstruktur des VR-Finanzplans Mittelstand die strukturierte Ansprache von Bedarfsfeldern unterstützen.

Die Volksbank Göppingen hat seit Jahresbeginn die Mittelstandsbetreuung organisatorisch in einen separaten Bereich zusammengefasst. Neben der Prozessvereinfachung ist es definiertes Ziel, das bisher nicht ausgeschöpfte Ertragspotenzial zu heben. Die im Jahr 2003 eingeführten Zielgruppenstrategiegespräche haben gezeigt, dass die Berater zwar alle Bereiche rund um den Kredit gut abgeschöpft haben, jedoch die Breite der Abschlüsse noch optimiert werden kann. Deshalb hat sich die Volksbank Göppingen dazu entschieden, zusammen mit einem externen Trainer und Kooperationspartner der GENO-Akademie Stuttgart bereits im 2. Quartal mit dem VR-Finanzplan Mittelstand zu starten. Zu diesem Zeitpunkt lag bereits die bayerische Variante der Checklisten vor.

Um einerseits die Mitarbeiter bei der Einführung zu unterstützen, andererseits auch den Erfolg transparent und nachvollziehbar zu gestalten gibt es folgende Schritte (Abbildung 1):



Die Aufgabe der Berater besteht darin, die definierten Kundenbedarfsfelder mit Unterstützung von Checklisten (siehe Abbildung 2) gezielt innerhalb von ca. 2 Jahren durchzusprechen.

Der alles entscheidende Punkt für den Erfolg des Gesprächs liegt in der Vorbereitung. Leider kommt dies in der Praxis oft viel zu kurz. Deshalb müssen sich die Berater gezielt auf das Gespräch mit dem Mittelstandskunden vorbereiten. Eine Sperre des Terminkalenders ist hierzu notwendig, da sonst der Alltag die gut gemeinten Ansätze vereitelt. Eine Vorbereitungscheckliste unterstützt bei der Findung von Verkaufsansatzpunkten (siehe Abbildung 1). Im Kundengespräch wecken die Berater durch kurze und aussagekräftige Charts den Bedarf des Kunden (siehe Abbildung 3)

Vorbereitungschecklist auf ein VR-Finanzplan Mittelstands Gespräch

© 2014 Dr. Grottel
www.grottel.de
The Art of Business

Kundenname: _____
 Personennummer: _____
 Ansprechende Felder:

<input type="checkbox"/> Private Finanzplanung Bedarfswirkung:	<input type="checkbox"/> Liquidität und Zahlungsverkehr Bedarfswirkung:
<input type="checkbox"/> Investition und Finanzierung Bedarfswirkung:	<input type="checkbox"/> Betriebliche Altersversorgung Bedarfswirkung:
<input type="checkbox"/> Risiko und Absicherung Bedarfswirkung:	<input type="checkbox"/> Vermögensanlage für das Unternehmen Bedarfswirkung:
<input type="checkbox"/> Unternehmensnachfolge	<input type="checkbox"/> Existenzgründung

Aktuelle Ansätze:

<input type="checkbox"/> Jahresabschluss	<input type="checkbox"/> BWA	<input type="checkbox"/> Kontoumsätze
<input type="checkbox"/> Fällige Anlagen in den nächsten 12 Monaten	<input type="checkbox"/> Kreditfähigkeit in den nächsten 2 Jahren	<input type="checkbox"/> Vermögens- und Schuldensituation

Vorbereitende Unterlagen:

<input type="checkbox"/> Obligationen	<input type="checkbox"/> Giro/FBS	<input type="checkbox"/> Kontoumsätze
<input type="checkbox"/> Fällige Anlagen in den nächsten 12 Monaten	<input type="checkbox"/> Kreditfähigkeit in den nächsten 2 Jahren	<input type="checkbox"/> Habensumsätze

Fehlende Unterlagen:

<input type="checkbox"/> § 18 KWG	<input type="checkbox"/> Legitimation	<input type="checkbox"/> HR-Auszug
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

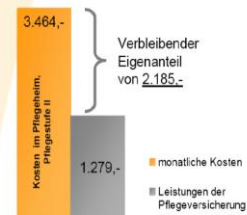
© Grottel-Datenbank/VR-Finanzplan/VR-Finanzplan-Mittelstand/Unternehmenschecklisten VR-FPM.de
Seite 1 von 2

Bloß nicht alt werden!



Kosten der Pflege

Ein Beispiel aus der Praxis:



In 14 tägigen Gesprächen werden die Gesprächsvorbereitung und das Gesprächsziel mit der Führungskraft besprochen. Dadurch wird die Pflicht zur Vorbereitung unterstrichen und es können weitere Verkaufsansatzpunkte im 4-Augen-Gespräch gefunden werden. Durch diese Vorgehensweise wird die Qualität des Gespräches signifikant erhöht. Die Berater gehen gezielter und „erfolg-reicher“ vor. Die Führungskraft agiert als Coach bereits in der Vorbereitungsphase.

Im Kundengespräch wird offen kommuniziert, dass innerhalb der nächsten Monate alle Bedarfsfelder gemeinsam durchgesprochen werden sollen. Die strukturierte Vorgehensweise hat ebenso wie der Praxisbezug der Checklisten (Abbildung 4) zu einer hohen Akzeptanz bei den Kunden geführt. Der überwiegende Teil der Kunden hat sich positiv zu der Vorgehensweise geäußert.

LiquiditätsCheck

für die Firma: _____
 Branche: _____
 Mitarbeiterzahl: _____ Umsatz: _____

01. Wie wickeln Sie Ihren Zahlungsverkehr ab?
 per Datenfernübertragung
 per Scheck/einzelnach (Scheckstapel)
 Wir akzeptieren Karten (ec- und Kreditkarten)
 per Online-Banking (BIC)
 bargeldhaft
 Sind Sie damit zufrieden, wie Ihr Zahlungsverkehr gegemeinigt organisiert ist?
 ja nein
 Wenn nein, worin sind Sie unzufrieden?

02. Haben Sie stets den Überblick über die Einnahmen- und Ausgabebehalten Ihres Unternehmens?
 ja nein

03. Wie viel Kunden hat Ihr Unternehmen?
 ca. _____

04. Auf wie viel Kunden entfallen mindestens 50 Prozent Ihres Umsatzes?
 _____ Kunden

05. Wann erfolgt bei Ihnen in der Regel die Rechnungserstellung?
 umgehend nach Lieferung/Leistungsstellung
 bis maximal einen Monat nach Lieferung/Leistungsstellung
 ein bis zwei Monate nach Lieferung/Leistungsstellung
 frühestens zwei Monate nach Lieferung/Leistungsstellung

06. Bieten Sie Ihren Kunden an, mit Skonto zu zahlen?
 ja nein

07. Überlegen Sie bei größeren und/oder reallaufwändigen Projekten eine Anzahlung, bzw. veranlassen Sie Zahlungen nach dem Fortschreiten der Auftragsverteilung?
 ja nein

08. Hätten Sie in den letzten sechs Monaten Zahlungsausfälle zu verkraften?
 ja nein

Die Checklisten ließen sich einfach und schnell in den Gesprächsablauf integrieren. Durch die gezielte Fragestellung, die allerdings geschickt durch den Mitarbeiter vermittelt werden muss, gab es auch bei vermeintlich gut bekannten Kunden für viele Berater noch einige Überraschungen. Aufgrund neuer Erkenntnisse konnten weitere Verkaufsansatzpunkte erkannt werden.

In einem Folgegespräch wird den Kunden dann bereits ein passendes Angebot unterbreitet bzw. der Spezialist hinzugezogen. Hierbei hat es sich als Erfolgsfaktor herausgestellt, dass der bekannte Bankberater das Gespräch mit dem Kunden führt und der Spezialist nur für Fachfragen zur Verfügung steht. So wird die gewachsene Kundenbindung optimal ausgenutzt.

Nach Abschluss der Kundengespräche werden die Ergebnisse im CRM-System dokumentiert und mit der Führungskraft nachbesprochen. Erfolge und Misserfolge werden transparent. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen den Beratungsprozess weiter optimieren. Berater und Führungskraft verstehen sich als lernende Organisationseinheit.

Der gesamte Prozess ist mit Unterstützung eines externen Trainers vorbereitet und umgesetzt worden. Vor allem die Kundeneinwandbehandlung und die Fragestellungen zur Bedarfsweckung wurden vom Trainer in Kundengesprächen begleitet. Das aktive Coaching hat die Berater gezielt unterstützt. Teilweise konnten die Verkaufsergebnisse erheblich gesteigert werden.

Fazit:

Durch eine gezielte und systematische Gesprächsführung mit dem VR-Finanzplan Mittelstand lassen sich Ertragspotenziale bei den Mittelstandskunden heben. Viele –meist noch unbekannte- Seiten lassen sich beleuchten und klären. Die Vorgehensweise findet bei den Kunden eine gute Resonanz. Voraussetzung ist allerdings eine professionelle Einführung und Begleitung durch ein Training und Coaching. Die Nachhaltigkeit ist nur mit einem Qualitäts-Controlling von Seiten der Führungskraft zu gewährleisten.