



## ECHTER Kundenfokus - Ertragskiller oder Wunderwaffe?

# Der innere Kampf des Mitarbeiters: Kunde oder Bank?

---

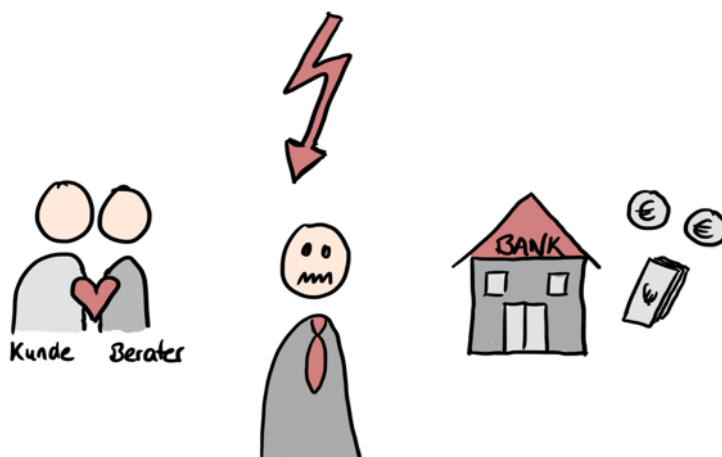
„Denk nicht zu viel für den Kunden! Deine Aufgabe ist es, Termine zu machen und zu VERKAUFEN!“ ... das war so ziemlich das Erste, was mir in meiner Bankausbildung zum Thema Vertriebserfolg eingetrichtert wurde. Klar, die Bank braucht Erträge, und dafür müssen so viele Kunden wie möglich von den Produkten und Dienstleistungen überzeugt oder gar begeistert werden. Viele Jahre glaubte ich, dass zu viel Kundenfokus für dieses Ziel eher kontraproduktiv ist. Der sich daraus ergebende Vertriebsdruck führte in meiner Praxis allerdings zu vielen quälenden Fragen:

- Wie erreiche ich meine Terminvorgaben?
- Muss ich wirklich bei dem Kunden den kompletten Beratungsprozess durchziehen? Der kauft doch eh nichts!
- Wie schaffe ich es, dem Kunden eine Rentenversicherung oder das aktuelle Zertifikat zu verkaufen?

Auch wenn die Regulatorik hier versucht entgegenzuwirken, genau diese Fragen quälen auch heute noch die meisten Berater.

**Und sie stehen damit in einem ständigen Konflikt: Einerseits wollen Sie eine echte Kundenbeziehung aufbauen und den Kunden bedarfsgerecht beraten, andererseits stehen sie unter Verkaufsdruck.**

Das passt für viele nicht zusammen, was dazu führt, dass immer mehr Berater den „guten Sinn“ hinter ihrer Tätigkeit vermissen.



# Der Vertrieb von heute: Schlechte Stimmung und keine Lust auf Vertrieb

---

Die Folgen davon sehen wir heute in vielen Banken und Versicherungen: die Stimmung ist oft im Keller – und das in einem emotionalen Geschäft!!! Das ständige Ringen um Kundentermine und Erträge führt zu hohem Druck, erzeugt Stress und hohe Krankenstände, die Fluktuation steigt, was wiederum zu Personalengpässen führt. So entstehen weiterer Druck und Stress, und am Ende möchte kaum noch jemand im Vertrieb arbeiten. Viele Banken und Versicherungen suchen händeringend, aber erfolglos neue Vertriebler. **Ein Teufelskreislauf.**



**Aber muss das so sein? Stehen Erfolg und ECHTER Kundenfokus wirklich in Konflikt zueinander? Und was heißt in diesem Zusammenhang ECHTER Kundenfokus?**

Versetzen wir uns einmal in den Kunden: Als Kunde gehe ich zu den Beratern, die ich kenne und denen ich vertraue, bei denen es um mich und meine Themen, Ziele und Wünsche geht. Als Kunde möchte ich einen Berater erleben, der mich über Dinge informiert, über die ich mir noch keine Gedanken gemacht habe, mir wertvolle Tipps gibt und mir manchmal vielleicht sogar in den Hintern tritt, damit ich für mich wichtige Dinge regele.

# Erfolg und ECHTER Kundenfokus - wirklich ein Konflikt?

---

**Ich muss als Kunde das Gefühl haben, dass es wirklich um mich geht – und nicht um den Geldbeutel des Beraters oder der Bank.**

Das Bauchgefühl muss stimmen, dann bin ich bereit zu kaufen.

Das heißt im Umkehrschluss:

**Wenn ich als Berater erfolgreich verkaufen möchte, dann muss ich die eigentliche Dienstleistung – nämlich die Begleitung des Kunden auf dem Weg zu seinen Themen, Zielen und Vorhaben - in perfekter Qualität abliefern.**

Themen und Ansätze, mit denen ich Geschäft machen kann, ergeben sich dann von allein! Damit ein Berater diesen Job in höchster Qualität erfüllen kann, muss er sich auf folgende Themen fokussieren:

**DIE TERMINE:** Er braucht den Kunden am Tisch – sprich: er muss schauen, dass sein Kalender voll mit Kundenterminen ist

**DEN BERATUNGSPROZESS:** Er muss herausfinden, wie seine Kunden ticken und was ihnen wichtig ist. Dazu braucht es bei der Vielzahl an Themen und Kunden einen ganzheitlichen und strukturierten Beratungsprozess, damit der Berater nichts Wesentliches vergisst, sich die Informationen des Kunden merken kann etc.

**DIE VERBINDLICHKEIT:** Er muss verbindlich arbeiten, denn wenn er schon herausgefunden hat, dass der Kunde ein wichtiges Thema hat, das er gerne lösen möchte, dann wäre es auch wichtig, in die Umsetzung zu kommen. Sonst hat der Kunde sein Ziel nach wie vor noch nicht erreicht.

# Die gleichen Ziele - aber eine völlig andere Wahrnehmung!

---

Wir sind also bei den zentralen Themen, die die Banken derzeit beschäftigen:

- **Die Terminquote**
- **Das Leben des Beratungsprozesses**
- **Und ja, am Ende auch die Unterschrift des Kunden**

Gleiche Themen und Zielsetzungen, nur die Wahrnehmung für die Mitarbeiter ist eine andere:


**Die Mitarbeiter verstehen dadurch besser, dass sie Termine machen und den Beratungsprozess leben müssen, damit sie den bestmöglichen Job am Kunden leisten.**

**Selbst das Dranbleiben in Bezug auf den Abschluss ist für den Kunden wichtig, denn dieser möchte ja i.d.R. seinen erkannten Bedarf auch decken bzw. sein Ziel erreichen.**

**Der Ertrag ist dabei das Ergebnis aus genau dieser perfekten Dienstleistung am Kunden!**

**Ein ganz anderer Blickwinkel – aber dauerhaft der erfolgreichste.** Denn dieser Blickwinkel bringt den Mitarbeitern den vermissten positiven Sinn ihrer Tätigkeit wieder und motiviert sie. Hat ein Mitarbeiter dies verstanden und für sich akzeptiert, muss die Führungskraft ihn nicht mehr ständig anschieben. Das Geschäft mit dem Kunden wird zum Selbstläufer und macht wieder richtig Spaß. Die Erträge kommen dann von alleine, denn der Kunde spürt, dass es hier wirklich um ihn geht!





**Wie wird bei Ihnen der ECHTE Kundenfokus gelebt? Haben Sie auch derzeit erhöhte Fluktuationsquoten, Krankenstände und Probleme, neue Mitarbeiter für den Vertrieb zu finden? Wie ist die Stimmung an Ihrer Basis? Haben Ihre Mitarbeiter noch Spaß am Job?**

**Gerne reflektieren wir gemeinsam mit Ihnen, wie Sie es schaffen können, dass Ihre Mitarbeiter und Führungskräfte langfristig erfolgreich sind und u.a. über einen ECHTEN Kundenfokus wieder Sinn und Spaß bei Ihrer Tätigkeit entdecken.**

**Wir freuen uns über einen gemeinsamen Austausch!**

**Herzliche Grüße**

**Andrea Maria und Michael Müller**



---

Lernen Sie uns kennen, z.B. im Rahmen einer Tagung ...

### **Impulsworkshop „Einfach Führen!“**

Gönnen Sie sich und Ihren Führungskräften nicht nur einen ganzen Tag voller Erkenntnisse, Impulse und Ideen rund um das Thema „vertriebliche Führung“, sondern leiten Sie auch gleich konkrete Handlungen für den Führungsalltag ab.

Individuell abgestimmt auf Ihre derzeitigen Themen und Herausforderungen.

#### **Beispielhafte Inhalte:**

- Eine Veränderung jagt die nächste – wie Sie die Mitarbeiter trotzdem mit Spaß und Motivation bei der Stange halten und dabei erfolgreich machen.
- Ausschließlich „über Ergebnisse führen“ ? - warum das langfristig ein Teufelskreis ist.
- Worauf es bei der vertrieblichen Führung wirklich ankommt, damit Ihre Strategie zum Fliegen kommt.
- Wie Sie mit ECHTEM Kundenfokus Ihre Mitarbeiter erfolgreich machen.
- Leere Terminkalender und nicht gelebte Beratungsprozesse - wie Sie mit wirksamer Führung die Themen zum Selbstläufer machen.

Details unter...

[www.wendeblick.de/2019/02/20/impulsworkshop-einfach-fuehren/](http://www.wendeblick.de/2019/02/20/impulsworkshop-einfach-fuehren/)



Bildnachweis:

Adobe Stock [69932462](#) by [lassedesignen](#)

Adobe Stock [193811252](#) by [pathdoc](#)