



TRENDS IM VERTRIEBS- MANAGEMENT VON BANKEN

Aktuelle Tipps und Ansätze
für Berater im modernen Vertrieb

digital
menschlich
2021



Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.



AKTUELLE ANSÄTZE IM MODERNEN BANKVERTRIEB

Neben dem allgemein anhaltenden Trend zur Digitalisierung hat heuer auch Corona zur Beschleunigung dieser Entwicklung beigetragen.

Das hat unmittelbare Auswirkung auf den Vertrieb.

Auf den folgenden Seiten zeigen wir, wie Vertriebsmanager diese Herausforderungen unter Berücksichtigung neuer Erkenntnisse und Trends meistern können, erinnern an bestehende „Tugenden“ und geben dazu auch praktische Tipps zur Umsetzung.



5

NEUE ZUGANGSWEGE

6

DIE AUSSENSICHT IST WICHTIG

7

VIDEOTELEFONIE ALS TREND – DIE SMAL WIRKLICH

8

VERTRAUEN AUFBAUEN

9

NUTZEN SIE DIE MACHT DER DATEN

10

CALL TO ACTION

11

WERDEN SIE PERSÖNLICH!

12

ZUSAMMENFASSUNG

13

WER WIR SIND UND WAS WIR MACHEN

14

IHRE ANSPRECHPARTNER



NEUE ZUGANGSWEGE

Über viele Jahre war es Standard im Verkauf zum Telefon zu greifen und die Kunden bzw. jene die es werden sollten anzurufen.

Oft war das neben der persönlichen Ansprache der einzige Weg mit Neukunden in Kontakt zu treten bzw. auf sich aufmerksam zu machen.

Das Telefon wird auch weiterhin ein wichtiges Instrument bleiben, es wird jedoch auf mehreren Ebenen ergänzt. Das hat den entscheidenden Vorteil, dass ich als Berater nicht nur zu „out-bound“-Leads komme, sondern durch geschickten Einsatz auch zu „in-bound“-Leads.

Was kann ich als Vertrieb konkret tun? Machen Sie es dem Kunden so leicht wie möglich mit Ihnen in Kontakt zu treten:

- Verwenden Sie QR Codes auf Visitenkarten, die zu einem Beraterprofil von Ihnen verlinken.
- Verlinken Sie Ihre Social Media Profile.
- Implementieren Sie Tools zu direkten Terminbuchungen auf Ihrer Website.
- Linken Sie in Ihrer E-Mail Signatur direkt zum Terminbuchungstool.

Platzieren Sie auf Ihren Online-Auftritten immer auch „Wegweiser“, welche die Möglichkeit schaffen, schnell und direkt in unmittelbaren Austausch zu kommen.

QR CODES

SOCIAL MEDIA

SIGNATUR LINKS

QUICK ACCESS

INBOUND-LEADS

AUSSENSICHT IST WICHTIG

Top Vertriebler wissen um die Bedeutung einer Außensicht. Von Zeit zu Zeit macht es Sinn, sein Vorgehen zu hinterfragen und sich neue Inputs zu holen, um Alteingesessenes auf den Prüfstand zu stellen und wenn notwendig zu adaptieren.

Moderne Vertriebsmitarbeiter tauschen sich mit Kollegen, auch solchen aus anderen Branchen, regelmäßig aus.

Auch Inputs von erfahrenen Trainern und Coaches können den Handlungsspielraum im Vertrieb erweitern.

Darüber hinaus ist es naheliegend, mit der Führungskraft in einen Austausch auf Augenhöhe zu gehen - die Zeiten reiner „Überwachung“ sind vorbei, Empowerment ist das Wort der Stunde. Dies erfordert sowohl eine moderne Feedback- und Unternehmenskultur als auch die Fähigkeit, konstruktiv und wertschätzend in den 360° Austausch zu gehen.

Erfahrungsgemäß zeigen folgende Maßnahmen einen nachhaltigen Erfolg in der Interaktion zwischen Mitarbeitern und Führungskräften im Vertrieb:

Steigern Sie die Frequenz der Gespräche zwischen Mitarbeitern und Vertriebsmanagern. Fördern Sie aktiv den Umgang mit neuen Tools zur Vertriebsunterstützung.

Wenn Sie mit gutem Beispiel vorangehen, dann werden Einführungen von Programmen oder Konzepten besser angenommen.

Schaffen Sie eine Kultur der Offenheit gegenüber neuen Medien.



COACHING

FEEDBACK

AUSTAUSCH

EMPOWERMENT



VIDEOTELEFONIE ALS TREND - DIESMAL WIRKLICH

STEIGERUNG DER VIDEOTELEFONIE- FREQUENZ

BEDEUTUNG FÜR BERATUNG & VERTRIEB

Nicht nur die Covid-Krise hat dazu geführt, dass der Remote-Verkauf bzw. die Beratung zunimmt. Tatsächlich hat sich jedoch die Videoberatung gerade in Zeiten von Corona im Vergleich zum Vorjahr in einigen Sparten der Finanzwirtschaft sogar versechsfacht.

Ob es uns gefällt oder nicht, die Geschwindigkeit mit der sich Innovationen etablieren, nimmt ständig zu. Vielleicht muss auch nicht jedes neue Tool sofort eingeführt werden, doch eine positive Grundeinstellung gegenüber neuen Medien ist sicherlich angebracht.

Moderne Zugangswege und standortunabhängige Kanäle wie Video-Beratung können gerade in dieser herausfordernden Zeit in welcher der persönliche Kontakt durch die Corona-Pandemie erschwert wird den entscheidenden Vorteil im Vertrieb bringen.

Nicht jeder wird sich dabei wohlfühlen am Bildschirm beraten zu werden – das ist von Typ zu Typ unterschiedlich und eine Frage, in welcher Situation man sich gerade befindet.

Klar ist jedoch, dass die Kommunikation über Video-Chat nicht nur für Besprechungen, sondern auch für Beratung und Vertrieb in Zukunft deutlich häufiger zum Einsatz kommen wird.

VERTRAUEN AUFBAUEN

Der Trend geht ganz klar vom Verkäufer hin zum Berater. Kunden sind viel informierter als noch vor einigen Jahren.

Die meisten recherchieren vorher online und kommen vorinformiert zu Ihnen. Wenn Sie als reiner Produktverkäufer agieren, können Sie ganz schnell in eine Preisdiskussion geraten, die Ihnen am Ende wenig Spielraum lässt.

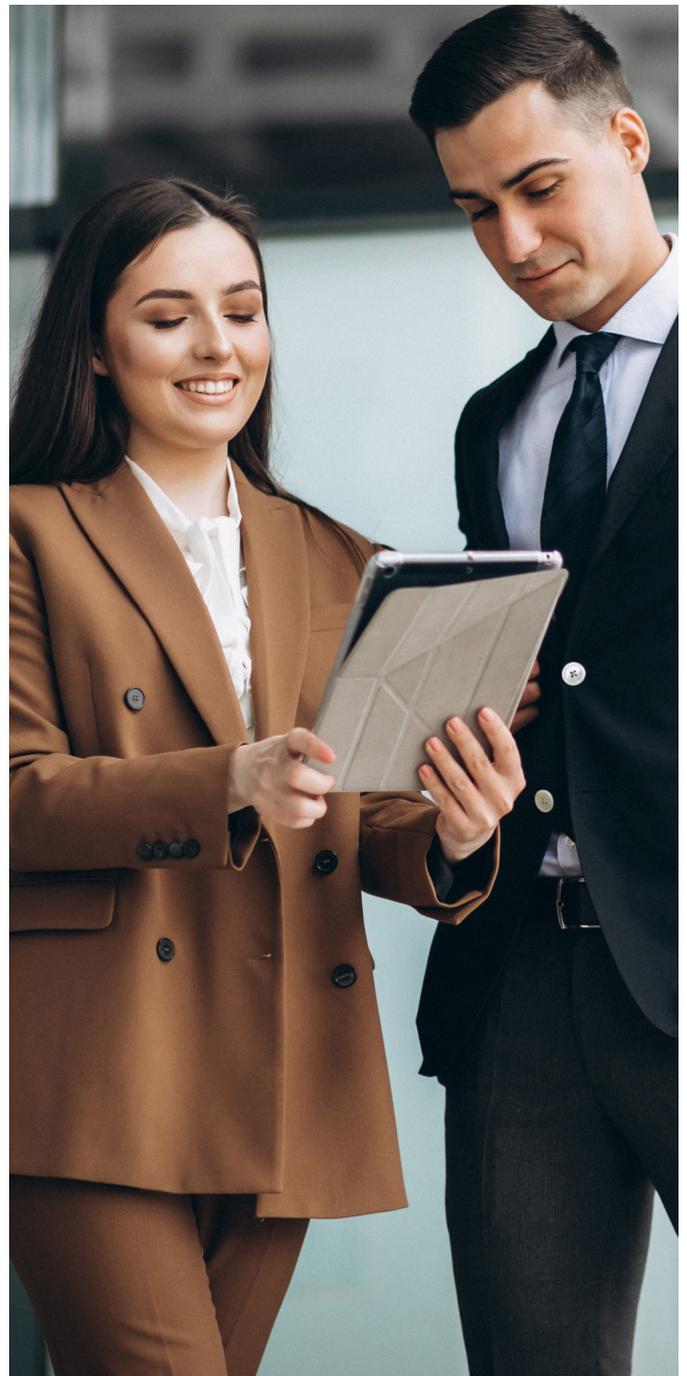
Wenn Sie als echter Berater agieren, erhöht das nicht nur die Chancen auf einen Abschluss, sondern auch die Cross-Selling-Quote und die wichtige Weiterempfehlung zu neuen Kunden. Einige wichtige Schritte dahin können sein:

SOCIAL SELLING

ONLINE-GRUPPEN

KUNDENNUTZEN

CONTENT



Positionieren Sie sich als Experte auf Ihrem Gebiet. Wechseln Sie vom Product Selling zum Social Selling. Produkte sind sich zum Verwechseln ähnlich, Persönlichkeiten sind einzigartig.

Finden Sie Online-Gruppen Ihrer Zielgruppe auf Social Media Plattformen und werden Sie aktiv. Unterstreichen Sie in Ihren Beiträgen den Kundennutzen.

Nutzen Sie die Reichweite des Online-Auftritts Ihres Unternehmens indem sie aussagekräftige Profile erstellen.

NUTZEN SIE DIE MACHT DER DATEN

Mit den richtigen Vertriebstools können Sie nicht nur den Produktverkauf tracken. Sie erhalten auch die Möglichkeit, Auswertungen zu machen um zu überprüfen welche Maßnahmen erfolgreich sind und wo es sich lohnt, nachzujustieren. Sie können auswerten wann die (Neu-)kunden mit Ihnen Termine machen möchten um Ihre Verfügbarkeiten danach zu planen.

Gute Erfahrungen wurden mit sogenannten Dashboards gemacht. In übersichtlicher Weise werden generelle und persönliche Entwicklungen in festen Abständen aktualisiert dargestellt und userfreundlich präsentiert.

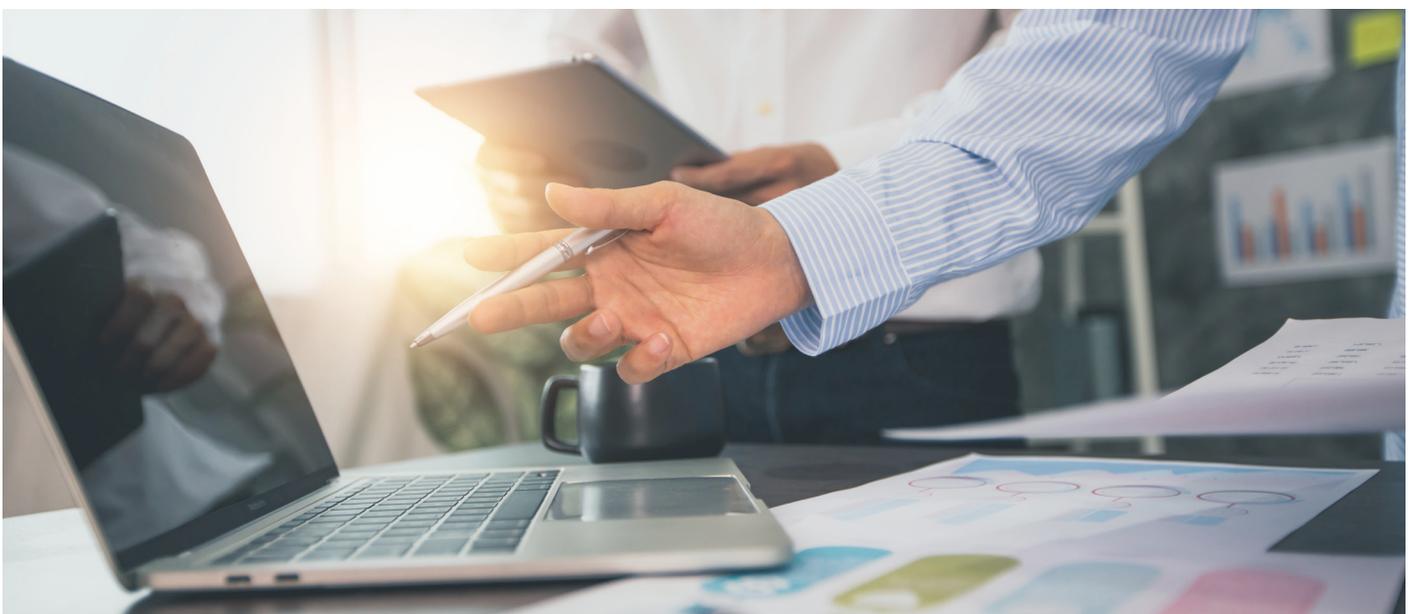
Die auszuwertenden Daten sind dabei individuell anpassbar und zeigen die historische Entwicklung sowie nützliche, umsetzbare Tipps zur weiteren Optimierung ihrer Performance.

Ein effektives Vertriebstool sollte letztlich kein reines Kontrollinstrument sein, sondern dabei unterstützen Ihre Ziele effizient zu erreichen bzw. zu übertreffen.

VERTRIEBSTOOLS

ÜBERSICHTLICHE DASHBOARDS

PERFORMANCE- OPTIMIERUNG



CALL TO ACTION

Viele Unternehmen im Online Bereich haben erkannt, wie wichtig es ist, den Kunden bei seiner Kaufentscheidung bei der Hand zu nehmen.

Nach der Präsentation eines Produkts oder einer Dienstleistung werden Sie, manchmal mehr und manchmal weniger subtil, dazu aufgefordert einen nächsten Schritt zu setzen.

Diese Unternehmen wissen, dass es wichtig ist, die „Kundenreise“ zu leiten und wissen und nutzen die psychologische Macht der direkten Ansprache.

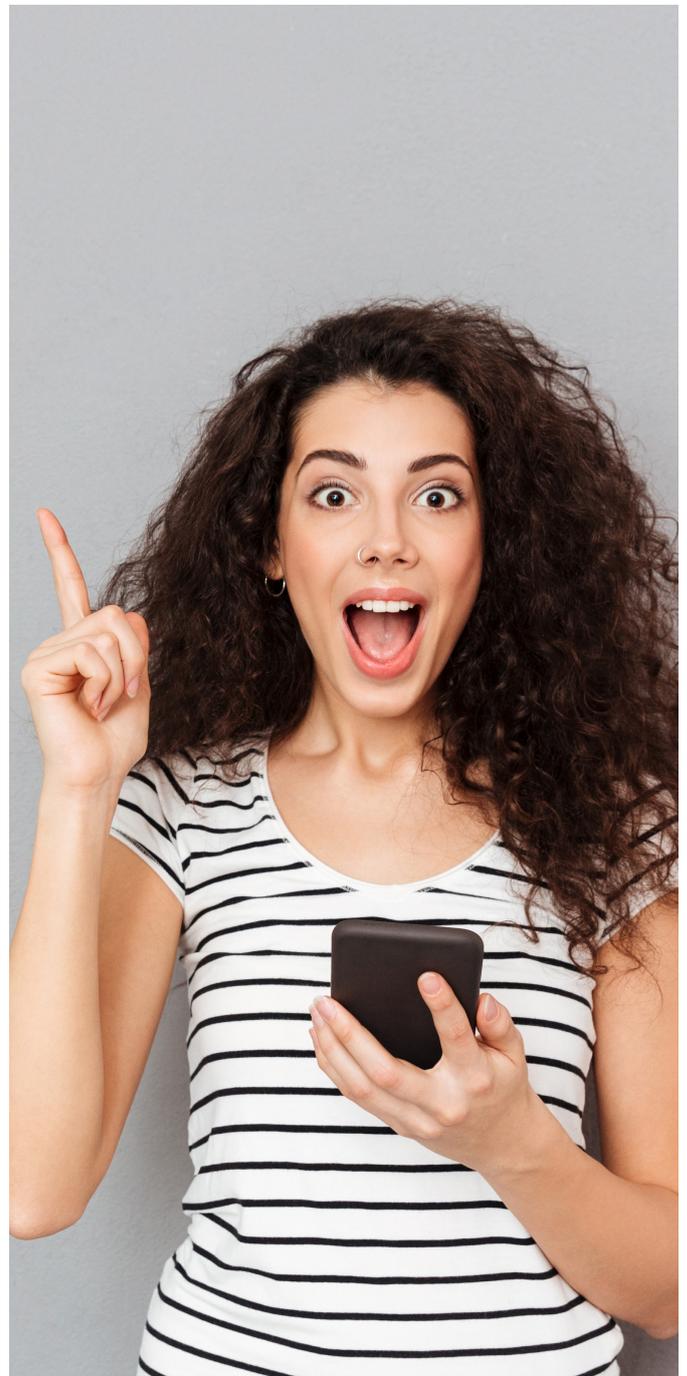
Geben Sie das Heft des Handelns nicht aus der Hand und nutzen Sie diese Erkenntnisse:

CUSTOMER JOURNEY

DIREKTE ANSPRACHE

LINKS

EXPERTE



Sprechen Sie in Ihren Online-Auftritten die Kunden direkt an.

Beispiele hierfür wären: „Kontaktieren Sie mich“ oder „Klicken Sie auf meinen Link“.

Ergänzen Sie Angebote mit einem Zeitraum nach dem Sie sich wieder melden.

Erweitern Sie die Möglichkeiten mit Ihnen zu interagieren und weisen Sie direkt darauf hin (Links, Buttons, etc).

Zeigen Sie die Bereitschaft, dass Sie mit Rat und Tat zur Seite stehen.



So provokant es klingen mag: Sie bieten kein Produkt oder keine Dienstleistung an, Sie werfen sich selbst in die Waagschale. Genau darin liegt aber auch die große Chance.

Produkte und auch Dienstleistungen sehen sich heute in vielen Fällen zum Verwechseln ähnlich. Dadurch werden sie leichter austauschbar.

Seien Sie mutig und wagen Sie es, Ihre Persönlichkeit in Ihr Produkt einfließen zu lassen. Lassen Sie es „menscheln“.

Zeigen Sie Ihre Leidenschaft und machen Sie sich dadurch unwiderstehlich.

Eine persönliche Anekdote, Ihre Erfahrungen, Tipps und Tricks können manchmal der entscheidende Grund sein, mit Ihnen in Verbindung zu treten.

Und denken Sie an die Fähigkeiten, die uns Menschen einzigartig machen und die wir Maschinen und Algorithmen immer voraushaben werden.

Nur wir Menschen können Leidenschaft, Empathie, Kreativität zeigen um die Kunden zu verstehen, sie zu überraschen und ihre Erwartungen zu übertreffen.

WERDEN SIE PERSÖNLICH!

MUTIG SEIN

**EMOTIONALE KOMPONENTE
NICHT UNTERSCHÄTZEN**

**PERSÖNLICHE
ERFAHRUNGEN TEILEN**

SICHTBAR WERDEN

NEUE KUNDEN AUF
SICH AUFMERKSAM
MACHEN

MENSCH IM FOKUS
MIT DIGITALER
UNTERSTÜTZUNG

ZUSAMMENFASSUNG

Einiges, das Sie hier gelesen haben kommt Ihnen bestimmt bekannt vor, oder Sie wenden es bereits in der täglichen Praxis an.

Wie in vielen Fällen geht es auch hier nicht darum das Rad neu zu erfinden, sondern einfache, praktische Tipps zu teilen, die es in Summe möglich machen, sichtbarer zu werden und auf sympathische und gleichzeitig konsequente Weise bei bestehenden Kunden im Gedächtnis zu bleiben und neue Kunden auf sich aufmerksam zu machen.

Mit digitaler Unterstützung aber immer mit den Menschen im Fokus.



WER SIND WIR? UND WAS KÖNNEN WIR?

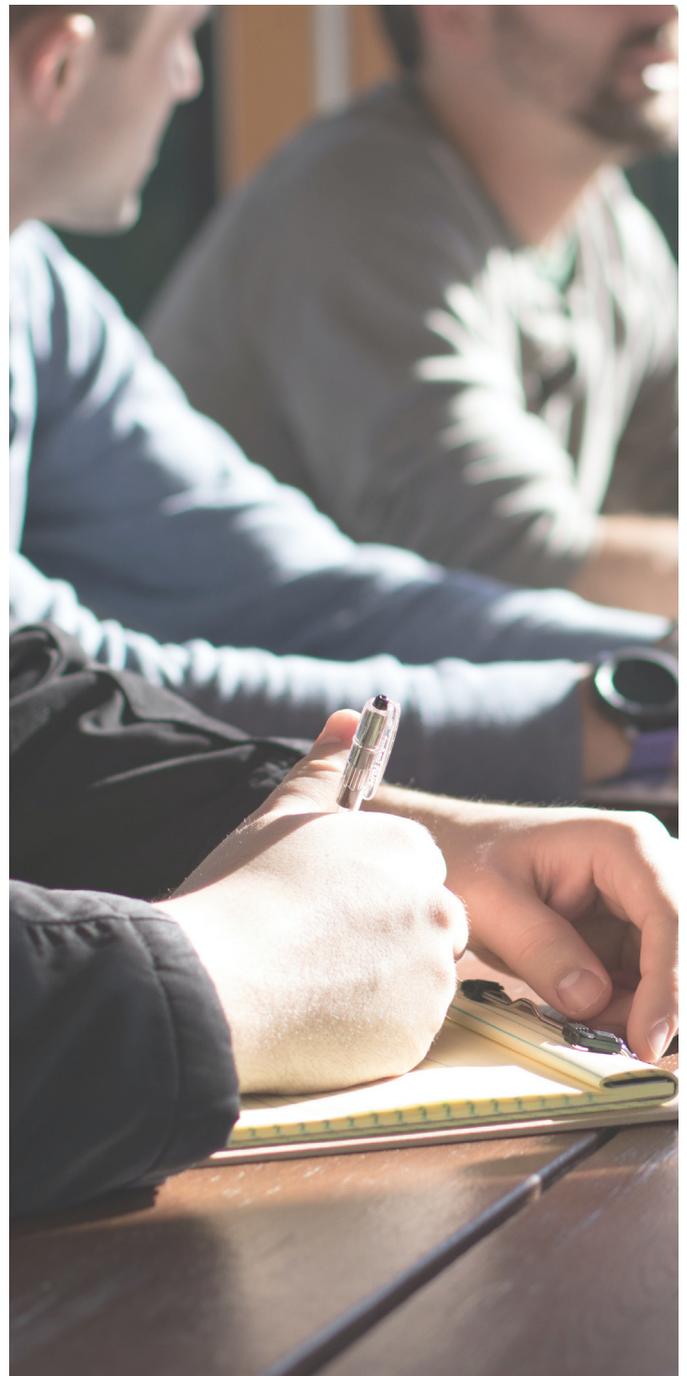
Unsere Grundidee bei baningo ist, Kunden das Zepter in die Hand zu geben und selbst zu entscheiden WANN sie mit WEM und WIE (über welchen Kanal) über ihre Finanzthemen sprechen möchten.

Unsere White-Label SaaS baningo-select ist eine technisch ausgereifte, stabile und sichere Anwendung, die im CD des jeweiligen Mandanten (Bank, Versicherung...) aufgesetzt wird.

So können (Neu)-Kunden ohne Medienbruch direkt auf der Website des jeweiligen Instituts mit dem passenden Berater für die entsprechenden Anliegen in der passenden Region online in Kontakt kommen, Termine buchen, Nachrichten schreiben uvm.

Banken sind so für ihre Kunden digital präsent und gleichzeitig menschlich nahe und erhöhen damit die Kontaktquoten zu Interessenten und Kunden.

Neben den vielseitigen Einsatzmöglichkeiten der Beraterprofile (digitalen Visitenkarten) im Online- und Empfehlungsmarketing unterstützen wir die Berater dabei, ihre Vertriebsziele zu erreichen und das Management bei der Analyse von Kundenverhalten und Kundenbedürfnissen.



LEICHT ANZUWENDEN

KOSTENGÜNSTIG

EFFEKTIV

IHRE ANSPRECHPARTNER

Lukas Kupfner
Head of Business Development

lukas@bangingo.com
+43 676 9465 666

*Hier gehts zur direkten
Terminvereinbarung*



Harald Meinel
Gründer und Geschäftsführer

harald@bangingo.com
+43 650 660 1002



*Hier gehts zur direkten
Terminvereinbarung*



Maximilian Nedjelic
Gründer und Geschäftsführer

max@bangingo.com
+43 676 5231212

*Hier gehts zur direkten
Terminvereinbarung*





Fotos: © unsplash.com/ freepik.com

© 2021 baningo GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

baningo GmbH
Gumpendorfer Straße 19, 1060 Wien
Telefon : +43 1 712 44 43
Mail : info@baningo.com

