

Einfache Produkte im Kundengeschäft - einfach verstehen und verkaufen – geringe Kosten und guter Ertrag

Hotel Rebstock, Würzburg

Zielgruppe

Leitende Mitarbeiter, Vorstände

Seminargebühr

Pauschalbetrag 4.600 € zuzüglich Mehrwertsteuer unabhängig von der Anzahl der Teilnehmer (maximal 15 Teilnehmer) für zwei Tage. Die im Hotel anfallende Tagungspauschale (Verpflegung, Seminarraum etc.) wird von den Teilnehmern selbst bezahlt.

Zeitplan der Seminare

1. Tag: Beginn 9:30 bis 17:30 Uhr, 2. Tag Beginn 8:30 bis 16:00 Uhr

Der Termin des Seminars wird nach Wunsch abgestimmt.

Seminarziel

Im Kundengeschäft kommt es darauf an, die einzelnen Produkte richtig zu gestalten und ertragreich unter Berücksichtigung der anfallenden Kosten zu verkaufen. Wichtig sind hierbei folgende Punkte, die besonders in der anhaltenden Niedrigzinsphase überdacht werden müssen, wobei ein möglicher Zinsanstieg vorbereitend zu berücksichtigen ist:

- Welche Produkte werden überhaupt angeboten? Zielsetzung ist eine wirkliche Reduktion der Produktvielfalt, die auch bei einem Zinsanstieg nicht wieder rückgängig gemacht werden muss.
- Versteht der Kunde die Produkte und kann er sie gegebenenfalls selbst im Internet auswählen und final abschließen? Zielsetzung ist eine Verschlankung der Beratung und der Prozesse.
- Konkurrieren die Produkte untereinander und kommt es zur Selbstkannibalisierung? Zielsetzung ist, interne Umschichtungen von der höheren Marge zur niedrigeren Marge sowie für die Bank negative Ausgleichszahlungen zu vermeiden.
- Stimmt die Kommunikations- und Verkaufsstrategie dem Kunden gegenüber? Zielsetzung ist die Bereitstellung entsprechender Verkaufshilfen.
- Stimmt die interne Erfolgsmessung mit dem Ziel eines ertragreichen und nachhaltigen Kundengeschäfts überein? Zielsetzung ist die Konsistenz in der internen Steuerung.
- Welche Rolle kommt dem Verbund zu? Zielsetzung ist die sinnvolle Nutzung von Verbundprodukten, ohne eigene Produkte dadurch zu schädigen.
- Sind die variabel verzinslichen Produkte in der anhaltenden Niedrigzinsphase angesichts der massiven Volumenverschiebungen richtig kalkuliert und korrekt im Zinsänderungsrisiko abgebildet? Welche Wirkungen entstehen hieraus bei steigenden Zinsen?

Es werden Aktiv- und Passivprodukte für Privatkunden, Gewerbekunden und Firmenkunden diskutiert. Die Baufinanzierung wird nur kurz behandelt.

Seminarreferent:

Dr. Christian Sievi

Einfache Produkte im Kundengeschäft - einfach verstehen und verkaufen – geringe Kosten und guter Ertrag

Hotel Rebstock, Würzburg

Seminarinhalt

Gliederung nach Bedürfnissen versus Kundengruppen

- Was brauchen die Kunden und wie richten wir uns aus?
- Allfinanzkonzept versus Bedürfnisorientierung?
- Internet, Selbstbedienung, Service, Beratung: Wie passt das zusammen?

Welche Bedürfnisse wollen / können wir abdecken?

- Entwurf der überschneidungsfreien Palette für Privatkunden
- Entwurf der überschneidungsfreien Palette für Gewerbekunden
- Entwurf der überschneidungsfreien Palette für Firmenkunden und Institutionelle
- Problemfelder und wo können wir weglassen / neu organisieren?

Produktgestaltung, Kundeninformation, Margen in den Einzelprodukten

- Sichteinlagen (Privat, Gewerbe, Firmen)
- KK-Kredit (Privat, Gewerbe, Firmen)
- Cash-Konten, Tagesgelder (Privat, Gewerbe, Firmen)
- Diverse Spareinlagen / Sparpläne (Privat, Gewerbe)
- Festzinsgeschäfte im Passivgeschäft (Privat, Gewerbe, Firmen)
- Produkte zur Altersvorsorge
- Vermögensanlage (Privat, Gewerbe, Firmen)

- Spieltrieb
- Festzinsdarlehen (Privat, Gewerbe, Firmen)
- Variabel verzinsliche Darlehen (Privat, Gewerbe, Firmen)
- Versicherungen
- Wichtige Produktkombinationen

Für die genannten Produkte werden die konkrete Preisfindung, Kalkulation und Disposition vorgestellt. Die Wege, durch die interne Kannibalisierung vermieden wird, werden aufgezeigt. Bei variabel verzinslichen Produkten werden Lösungen zur Bewältigung der Volumenverschiebungen vorgestellt. Konkrete Kommunikationshilfen werden pro Produkt übergeben.

Reichen die Margen für einen positiven Gesamtbeitrag des Kundengeschäfts?

- Grundschemata der Kostenzuordnung
- Kalkulationsschema für den Kundenertrag nach Kosten

Controlling der Erfolge im Kundengeschäft

- Aktivitätencontrolling?
- Und immer wieder: Barwerte versus laufende Margen
- Kennziffern der Nachhaltigkeit wie ermitteln?

Seminarhotel und Hotelbuchung

Die Seminare finden in Würzburg im BEST WESTERN PREMIER Hotel Rebstock statt. Bis mindestens sechs Wochen vor Seminarbeginn (je nach Hotelauslastung auch länger) steht für die Seminarteilnehmer ein Zimmerkontingent zu Sonderpreisen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung und die Bezahlung vor Abreise selbst vor.

BEST WESTERN PREMIER Hotel Rebstock
Neubaustraße 7
97070 Würzburg
Tel.: + 49 (0) 9 31-30 93-0, Telefax: + 49 (0) 9 31-30 93-100
E-Mail: rebstock@rebstock.de, Website: www.rebstock.de

Seminarunterlagen

Zwei Wochen vor Seminarbeginn werden Ihnen die Seminarunterlagen in Form von PDF- und Excel-Dateien per Mail zur Verfügung gestellt. Bitte drucken Sie die PDF-Datei selbst aus und bringen Sie den Ausdruck zum Seminar mit.

Kontakt und weitere Informationen

Dr. Christian Sievi
Herderstraße 6
83071 Stephanskirchen
Tel.: 0801 27870
0160 90 30 80 79
E-Mail: info@dr-sievi.de
www.dr-sievi.de