



# Zielgruppenkonzeption für Vermögende Privatkunden

---

„Wachsende Marktattraktivität durch Einkommens- und Vermögenskonzentration,  
das Heranwachsen der Erbengeneration  
sowie eine verstärkte Vermögensbildung zur eigenen Altersvorsorge  
stärken das Private Banking“

Wolfgang Schaberg

---

SCHABERG GmbH

Speckerhohlweg 7 ~ 61 479 Königstein im Taunus

Telefon: +49(0)61 74-2016 56 ~ Fax: +49(0)61 74-2016 57 ~ eMail: [info@schaberg-group.de](mailto:info@schaberg-group.de) ~ home: [www.schaberg-group.de](http://www.schaberg-group.de)

## ZIELGRUPPENKONZEPTION FÜR VERMÖGENDE PRIVATKUNDEN

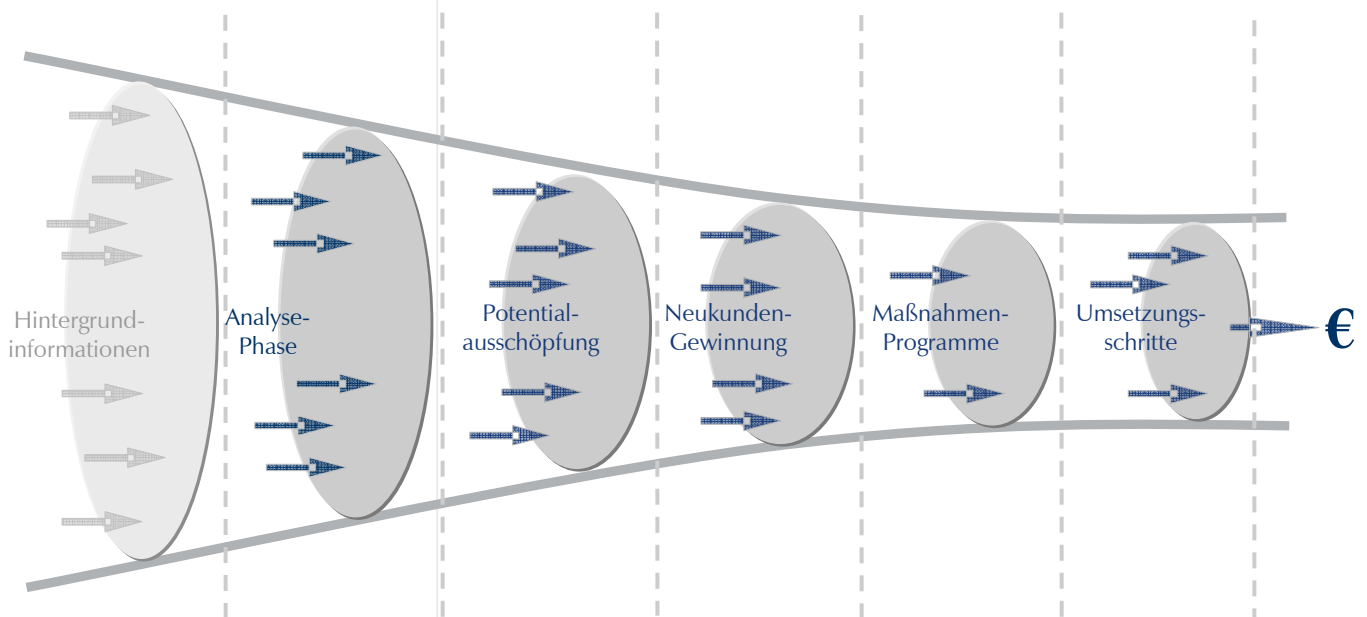
*Seit über 12 Jahren begleiten wir unsere Kunden – insbesondere Banken und Sparkassen – bei der Konzipierung und individuellen Umsetzung adäquater Marktlösungen für ausgewählte Zielgruppen.*

*Seit 2008 haben wir wiederholt die Gelegenheit, für den Benchmark im Heilberufler-Segment diverse Vertriebsprojekte konzeptionell zu planen und umzusetzen.*

*Unser Ziel ist dabei, Wachstumspotentiale gemeinsam mit unseren Kunden zu erschließen.*

### Inhalt

- I. Rahmenbedingungen Private Banking
- II. Gerne möchten wir Sie in Ihrem individuellen Umsetzungsprozess moderierend und steuernd begleiten
  - I. Struktur und Inhalt der vorliegenden Projektskizze
  - II. Unser Zugang
  - III. Konkretisierung der Inhalte und Aufgaben der einzelnen Bausteine
    - I. Transparente, partnerschaftliche Zusammenarbeit



## Customer Relationship Management (CRM) als ganzheitliches Kundenbeziehungsmarketing



### I. Rahmenbedingungen Private Banking

Die große Kundenanzahl an Privatkunden und die ausgeprägte Flächenpräsenz von Sparkassen bieten bestmögliche Voraussetzungen, die Potentiale der Zielgruppe „Vermögende Privatkunden“ stärker als bisher auszuschöpfen und zusätzliche Kunden aus diesem Segment zu gewinnen.

Um das Potential dieses TOP-Kundensegments zu identifizieren, zu entwickeln, auszubauen und langfristig an Ihr Institut zu binden, bedarf es einer klaren Positionierungs- und Vermarktungsstrategie Ihres Hauses.

### II. Gerne möchten wir Sie in Ihrem individuellen Umsetzungsprozess moderierend und steuernd begleiten:

Gemeinsam mit Ihnen entwickeln bzw. überarbeiten wir deshalb eine individuelle Vertriebskonzeption „Private Banking“ und setzen diese in den analytisch abgeleiteten, konzeptionellen Schritten um.

Unser Mehrwert für Sie liegt dabei in der Moderation, Steuerung, Konzeptionierung und Prozessbegleitung der Querschnittsaufgaben:

Unsere projektbegleitende externe Sicht, Neutralität und Bewertung erfüllt eine Art „Katalysatorfunktion“ und ist erfahrungsgemäß ein entscheidender Erfolgsfaktor in der Umsetzung.

### II. Struktur und Inhalt der vorliegenden Projektskizze

In unsere Projektskizze fließen Erfahrungen aus analogen Aufgabenstellungen für Banken und Sparkassen ein. Die Übersicht vermittelt Ihnen einen ersten Eindruck unseres Ansatzes, welcher in Anlehnung an unsere aktuellen Erfahrungen acht Themenfelder im Fokus hat:

- Positionierung im Wettbewerbsumfeld
- Zielgruppenstruktur (u.a. Unternehmer, Freiberufler, Manager, vermögende Frauen, Erben, ...)
- Zielgruppenanforderungen / -bedürfnisse
- Potential-Betrachtung und -Bewertung
- Zielgruppendefinition / -segmentierung (entsprechend der Potentialeinordnung)
- Individuelle Betreuungskonzeption (ggf. pro Zielgruppensegment)
- Produktportfolio-/Servicegestaltung
- Organisatorische Eingliederung

Zielsetzung ist die Überprüfung, Weiterentwicklung und Neuausrichtung einer zukunftsorientierten Vertriebskonzeption „Private Banking“ für vermögende Privatkunden, die Maßnahmen zur Kundenbindung sowie zur Kundenausschöpfung beinhaltet und konkrete Umsetzungsschritte innerhalb der aktuellen Vertriebsstruktur aufzeigen.

## ZIELGRUPPENKONZEPTION FÜR VERMÖGENDE PRIVATKUNDEN

### IV. Unser Zugang

Aus unserer Sicht gibt es keine „Patentlösungen“. Erfolgsfaktor ist immer ein möglichst hoher Grad an Individualisierung und die Einbindung aller Schritte und Maßnahmen in die Strukturen und Gegebenheiten Ihres Hauses.

In unsere klar strukturierte und dennoch flexible Vorgehensweise ist unsere langjährige Expertise eingeflossen und wird stetig weiterentwickelt. Die nachfolgende Übersicht vermittelt Ihnen einen ersten Eindruck unseres Ansatzes.

### Analyse-Phase zur Konzepterstellung

#### Markt-Analyse extern

Baustein 1	Baustein 2
Wettbewerber	Zielgruppe Vermögende Privatkunden

#### Sparkassen-Analyse intern

Baustein 3	Baustein 4	Baustein 5	Baustein 6
Kundendefinition / -segmentierg.	Kundenpotenzial	Erfolgsfaktoren	Kundenübertragung

### Maßnahmen-Programme zur Umsetzung

#### Maßnahmen-Programme

Baustein 7	Baustein 8	Baustein 9	Baustein 10	Baustein 11
Betreuungskonzept	Produktportfolioentwicklung	Serviceleistungen	Personalkonzept / -qualifikation	Kommunikation des Leistungsangebots

## ZIELGRUPPENKONZEPTION FÜR VERMÖGENDE PRIVATKUNDEN

### IV. Konkretisierung der Inhalte und Aufgaben der einzelnen Bausteine:

*Nachfolgend möchten wir Ihnen stichpunktartig Details unserer Projektstruktur aufzeigen.*

*Gerne konkretisieren wir unseren Ansatz in einem persönlichen Gespräch mit Ihnen und leiten daraus individuelle Akzente für Ihr Haus ab.*

#### *Markt-Analyse extern:*

##### Baustein 1: Wettbewerber

Zielsetzung: Identifizierung und Bewertung des relevanten Produktangebotes Ihrer Wettbewerber

- Aufgaben:
- Bewertung des Kommunikationsverhaltens Ihrer Wettbewerber
  - Mystery Shopping

Ergebnis: Extrahierung der relevanten Kerninformation und Aufbereitung in einer Management Summary

##### Baustein 2: Zielgruppe Freiberufler

Zielsetzung: Herausarbeitung spezifischer Bedürfnisse von Freiberuflern (Potentiale, Bedürfnisse, Produktnutzung)

- Aufgaben:
- Wie hoch sind die Potenziale Ihres Hauses?
  - Was lässt sich daraus für Ihr Haus konkret ableiten?
  - Welche Anforderungen (Produkte, Betreuung, etc.) stellen Freiberufler an Ihr Institut?

Ergebnis: Erarbeitung von Beweggründen für Freiberufler, mehr Produkte Ihres Instituts zu nutzen

#### *Sparkassen-Analyse intern*

##### Baustein 3: Kundendefinition/ -segmentierung

Zielsetzung: Ableitung einer Kundendefinition, die es Ihnen erlaubt, vertrieblich, sachlich und datentechnisch sauber abzugrenzen.

- Aufgaben:
- Definition der Kunden und Ableitung einer für Ihr Haus sinnvollen Priorisierung
  - Zuordnung Ihrer bestehenden und zukünftigen Kundenpotentiale

Ergebnis: Erarbeitung einer lebensphasenorientierten Kundensegmentierung mit klaren Beratungsanlässen

## ZIELGRUPPENKONZEPTION FÜR VERMÖGENDE PRIVATKUNDEN

### Baustein 4: Kundenpotential

Zielsetzung: Analyse der in Ihrem Marktbereich bestehenden Kundenpotenziale (ggf. Teilanalysen) für die einzelnen Regionaldirektionen

- Aufgaben:
- Auswahl der für die Potentialanalyse relevanten Parameter
  - Identifikation / Extrahierung benötigter Daten aus Ihren Systemen zur Potenzialdarstellung, Konsolidierung und Auswertung
  - Betrachtung der Durchdringung Ihrer aktuell angebotenen Produkte und Leistungen

Ergebnis: Aufbereitung eines einheitlichen Schemas für die Ableitung einer Standortanalyse für Ihr Institut, Management Summary

### Baustein 5: Erfolgsfaktoren

Zielsetzung: Feststellung der aktuellen und geplanten Beratungs- und Betreuungspraxis in Ihrem Haus.

- Aufgaben:
- Befragung der Vertriebsverantwortlichen Ihres Hauses zur gegenwärtigen Praxis
  - Erfassung / Berücksichtigung von Anregungen aus Ihrem individuellen Geschäftsalltag

Ergebnis: Ableitung von „best-practice“-Anregungen und Verbesserungsmöglichkeiten zum zukünftigen Beratungs- und Betreuungsprozess von Freiberuflern.

### Baustein 6: Kundenübertragung / Vertriebsstrukturen

Zielsetzung: Übertragung der Kunden aus der aktuellen in die neue, zielgruppenorientierte Zuordnung.

- Aufgaben:
- Entwicklung eines Kriterienkatalogs mit den relevanten Abläufen (intern / extern)
  - Zielgerichtete Überleitung der Kundensegmente in entsprechende Strukturen in Ihrem Haus
  - Ablaufplanung
  - Schnittstellen-Management

Ergebnis: Reibungsloser Ablauf für eine zielgerichtete, interne und kundenorientiert ausgestaltete Überleitung.

## ZIELGRUPPENKONZEPTION FÜR VERMÖGENDE PRIVATKUNDEN

### *Maßnahmen-Programm*

#### Baustein 7: Betreuungskonzept

Zielsetzung: Konzeptionierung und Gestaltung pragmatischer Betreuungsprozesse zur systematischen Beobachtung Ihrer Kundenverbindungen

- Aufgaben:
- Bewertung Ihrer aktuellen Instrumente, CRM-Programme sowie der Ergebnisse aus den Vertriebsinterviews
  - Integration Ihrer bisherigen, individuell ausgestalteten Finanzkonzepte
  - Ableitung aller für Ihr Haus notwendigen Umsetzungsschritte zur Implementierung der ausgewählten Instrumente

Ergebnis: Für Ihr Haus praktikable Implementierungsgrundlage für eine proaktive Bestandskundenpflege und -ausschöpfung unter Nutzung aller sinnvollen Anknüpfungspunkte.

#### Baustein 8: Produktportfolio-Entwicklung

Zielsetzung: Entwicklung neuer Produktansätze / -modifikationen speziell ausgerichtet auf Freiberufler bzw. Einzelsegmente.

- Aufgaben:
- Systematische Ausgestaltung / Erarbeitung potenzieller und realistisch umsetzbarer Produkte / Produktgruppen für Ihr Angebot
  - Abschätzung des jeweiligen Erfolgspotenzials (SWOT-Analysen, Kosten- / Nutzenanalysen, Vermarktungspläne etc.) und Priorisierung
  - Ausgestaltung des von Ihnen präferierten Produktspektrums

Ergebnis: Konkrete Handlungsempfehlungen, detaillierte Umsetzungsplanung und Implementierung des von Ihnen präferierten Produktportfolios.

#### Baustein 9: Serviceleistungen

Zielsetzung: Entwicklung neuer Serviceleistungsansätze bzw. -modifikationen speziell ausgerichtet auf Freiberufler / Einzelsegmente.

- Aufgaben:
- Systematische Ausgestaltung / Erarbeitung potenzieller und realistisch umsetzbarer Services und Ansätze für Ihr Leistungsangebot
  - Abschätzung des jeweiligen Erfolgspotenzials (SWOT-Analysen, Kosten- / Nutzenanalysen, Vermarktungspläne etc.) und Priorisierung
  - Ausgestaltung des von Ihnen präferierten Leistungsspektrums

Ergebnis: Reibungsloser Ablauf für eine zielgerichtete, interne und kundenorientiert ausgestaltete Überleitung.

## ZIELGRUPPENKONZEPTION FÜR VERMÖGENDE PRIVATKUNDEN

### Baustein 11: Personalkonzept / Kundenberater

Zielsetzung: Definition von Kriterien zur Auswahl geeigneter Kundenberater bzw. zur Erstellung einer qualifizierten Stellenbeschreibung für Kundenberater.

- Aufgaben:
- Festlegung der Kriterien für das Personalkonzept (Beraterprofil / -qualifikation / -motivation, Kundenbetreuungsquote / -kontaktfrequenz, Rekrutierung / Arbeitsplatzbeschreibung)
  - Trainings-/ Schulungsprogramm

Ergebnis: Vorlage einer strukturierten Personalplanungsgrundlage sowie einer Grundlage zur Leistungsbewertung (als Mitarbeitermotivation)

### Baustein 12: Kommunikation des Leistungsangebots (intern / extern)

Zielsetzung: Ableitung eines Konzeptansatzes „Kommunikation“ aus den Ergebnissen der umgesetzten Bausteine und dadurch Erhöhung des Bekanntheitsgrades, der Attraktivität und der Marktdurchdringung Ihres Instituts

- Aufgaben:
- Welche präferierte Anspracheform – außerhalb der persönlichen Beratung – besteht aktuell in Ihrem Haus?
  - Welche Medien und Plattformen sind geeignet?
  - Welche Wahrnehmung soll bei Freiberuflern ausgelöst werden?

Ergebnis: Durch die erhöhte Marktdurchdringung werden Ihre Bestandspotentiale verstärkt ausgeschöpft und die Gewinnung von Neukunden für ihr Haus durch attraktive und geeignete Maßnahmen-Programme untermauert.

*In Zusammenarbeit mit uns bleibt der Prozess stets so transparent, dass Sie ihn jederzeit lückenlos nachvollziehen, kontrollieren und steuern können.*

*Finanzdienstleistungsreferenzen unseres Teams sind u. a.:*



### VIII. Transparente, partnerschaftliche Zusammenarbeit

Die letzten Ausschreibungen, an denen wir teilnehmen durften, zeigen, dass sowohl unsere individuelle Herangehensweise als auch unsere transparente, monatliche Aufwandsdokumentation im Einklang mit der Erwartungshaltung von Vorständen und Projektmitgliedern stehen:

- Für die Begleitung kalkulieren wir den vorab mit Ihnen vereinbarten Tagessatz, mit dem sämtliche Beratungsleistungen abgegolten werden.
- Damit Sie während der Zusammenarbeit den Prozess transparent steuern können, dokumentieren wir nach Abschluss eines jeden Projektmonats den tatsächlich erbrachten Berateraufwand. So verfügen Sie über eine monatliche Kontrolle und können jederzeit das Honorar anhand der Projektstruktur nachvollziehen und steuern.
- Entsprechende Reise- und Sekretariatskosten werden in Absprache mit Ihnen entweder als Pauschale in Abhängigkeit des Beratungshonorars berechnet oder alternativ per Einzelaufstellung der Kosten.
- Als Auftraggeber können Sie das Projekt nach jedem Baustein, mit einer Frist von 14 Tagen zum Ende des Monats, beenden. Nur der bis dahin angefallene Beratungsaufwand (zzgl. ggf. externer Kosten) wird in Rechnung gestellt.

Zur Optimierung des externen Aufwands werden entsprechend der Rahmenbedingungen Projektmitglieder aus Ihrem Hause eng in die gesamte Erarbeitung einbezogen.

Daraus ergeben sich zusätzliche Vorteile für Sie:

- Die Projektmitarbeiter gestalten das Konzept selbst mit und sind so von den Ergebnissen als interne Multiplikatoren überzeugt,
- Ihre individuellen Bedürfnisse kommen durch die einbezogenen Projektmitglieder jederzeit zur Sprache und werden berücksichtigt ,
- während des Projektablaufs entwickeln die Projektmitglieder „ganz nebenbei“ eine differenziertere Marktorientierung und
- optimieren durch die Übernahme von Teilaufgaben den Berateraufwand.

### Ihr Ansprechpartner



SCHABERG GmbH

Wolfgang Schaberg

(Geschäftsführender Gesellschafter)

Tel.: + 49 (0) 61 74 - 20 16 56

Mobil: + 49 (0) 1 73 - 72 22 005

Schaberg@schaberg-group.de