



## Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>

---

„Erkennen, bewerten und optimieren Sie  
die Potentiale Ihres Instituts.“

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)

Der Vertriebscheck<sup>PLUS</sup> ermittelt vorhandene Chancenfelder Ihres Hauses und ermöglicht die Ableitung zielgerichteter Maßnahmen zur optimalen Ausschöpfung Ihres individuellen Qualitätspotentials.

## Inhalt

- I. Zielsetzung Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>
- II. Aufbau und Struktur unseres Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>
- III. CHANCENREPORT ↗
- IV. Unser Ansatz
- V. Ausgewählte Themenfelder
- VI. Transparente, partnerschaftliche Zusammenarbeit

Seit über 12 Jahren  
begleiten wir unsere Kunden  
– insbesondere Banken, Sparkassen und Genossenschaften –  
bei der Konzipierung und individuellen Umsetzung  
adäquater Marktlösungen.

## Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>

Ihre Entscheidungsgrundlage für eine erfolgreiche Marktpräsenz



- Transparenz Ihrer Vertriebsleistungen
- Chancenfelder identifizieren
- Wertorientierung
- Langfristigkeit
- Kundenorientierung
- Ganzheitlichkeit
- Individuelle Fragenkataloge
- Unternehmensspezifische Umsetzungsempfehlungen

Der Erfolg Ihres Instituts wird durch interne und externe Faktoren bestimmt: Zahlreiche Kommunikationswege und die Vergleichbarkeit von Angeboten bedingen, dass es den ausschließlichen Wettbewerb über die reinen Produkt- und Leistungsmerkmale nicht mehr gibt.

Vielmehr spielen kundenaffine Lösungen, eingebettet in eine innovationsfördernde und stimmige Unternehmenskultur, eine entscheidende Rolle. Schlüsselbegriffe wie *Wertorientierung*, *Langfristigkeit*, *Kundenorientierung* und *Ganzheitlichkeit* rücken in den Fokus und markieren die wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Daraus zeichnen sich insbesondere für Finanzdienstleister vielfältige Chancen ab, die es zu identifizieren und zu nutzen gilt.

### I. Zielsetzung Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>

Unser Vertriebscheck<sup>PLUS</sup> verfolgt deshalb folgende Ziele:

- Anhand relevanter Vertriebskriterien verschaffen Sie sich einen Gesamtüberblick über die aktuelle Vertriebsleistungen Ihres Instituts
- Die Bedürfnissituation Ihrer Kunden und deren Zufriedenheit wird erhoben und mit der Einschätzung Ihrer Mitarbeiter abgeglichen
- Auf dieser Basis wird die aktuelle Kundenausrichtung Ihres Hauses überprüft und bewertet
- Gemeinsam mit Ihnen identifizieren wir zukünftige, vertriebliche Chancenfelder (**CHANCENREPORT**)
- Aus den für Ihr Haus relevanten und individuellen Ergebnissen leiten wir konkrete, operative Umsetzungsempfehlungen ab.

### II. Aufbau und Struktur unseres Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>

Unser Vertriebscheck<sup>PLUS</sup> ist als Fragebogen entwickelt worden, welcher in

(a) elektronischer Form

Vertriebscheck <sup>PLUS</sup>		SCHABERG INTEGRATIVE MANAGEMENT BERATUNG	
1. (Neukunden-)Gewinnung			
Ansprache von Interessenten			
1.1	Ziele für die Neukundengewinnung sind definiert	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant
1.2	Die Kundenbetreuer sind in der Neukundengewinnung vertriebsfähig. Der Wissensstand wird regelmäßig, etwa in Trainings oder FKB-Runden, nachgeholt	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant
1.3	Bestandkunden werden regelmäßig, etwa im Rahmen von Finanz-Check-Gesprächen, nach konkreter Empfehlungen befragt	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant

oder

(b) im persönlichen Gespräch

Vertriebscheck <sup>PLUS</sup>		SCHABERG INTEGRATIVE MANAGEMENT BERATUNG	
1. (Neukunden-)Gewinnung			
Ansprache von Interessenten			
1.1	Ziele für die Neukundengewinnung sind definiert	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant
1.2	Die Kundenbetreuer sind in der Neukundengewinnung vertriebsfähig. Der Wissensstand wird regelmäßig, etwa in Trainings oder FKB-Runden, nachgeholt	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant
1.3	Bestandkunden werden regelmäßig, etwa im Rahmen von Finanz-Check-Gesprächen, nach konkreten Empfehlungen befragt	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant
1.4	Empfehlungen von Bestandkunden werden in vertikal/Steck zusammenfassend, um eine koordinierte Ansprache sicherzustellen (z. B. zur	<input type="radio"/>	Frage nicht relevant

ausgefüllt werden kann. Auch eine Kombination aus beidem ist möglich. Gerne unterstützen wir Sie vor Ort bei der Befragung, bei Vorgesprächen mit den Betriebsräten, der Information der einzelnen Abteilungen und der Durchführung.

### II. Aufbau und Struktur unseres Vertriebscheck<sup>PLUS</sup>

Um einen differenzierten Blick auf die unterschiedlichen, am Markterfolg Ihres Hauses beteiligten Gruppierungen zu ermöglichen, haben wir spezifische Fragestellungen in Katalogen zusammengefasst, so dass Sie die für Ihr Haus relevanten Module aus folgender Matrix wählen können:

↓ Fragenkataloge für... ↓	Firmenkunden	Privatkunden	Private Banking
Modul a: Führungskräfte	X	X	
Modul b: Mitarbeiter	X		
Modul c: Kunden	X		

Auf dieser Basis treffen wir gemeinsam mit Ihnen eine geeignete Auswahl für Ihr Haus und ergänzen individuelle Fragestellungen oder nehmen nach Ihren Gegebenheiten Modifikationen vor.

### III. CHANCENREPORT

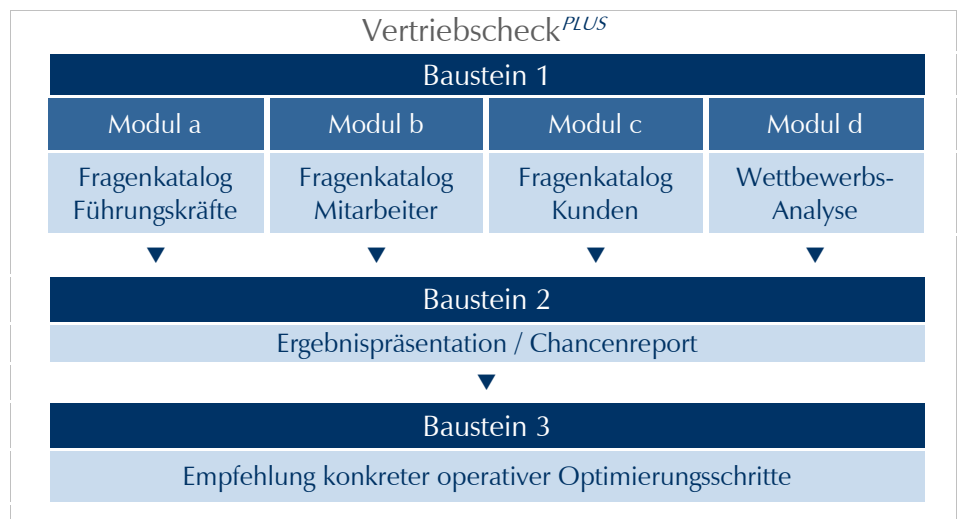
Die über die Fragebögen erhobenen Daten werden von uns ausgewertet und die Ergebnisse in unserem CHANCENREPORT zusammengefasst. Darin zeigen wir Ihnen Chancen und Optimierungspotentiale auf und leiten konkrete individuelle Empfehlungen für Ihr Haus ab.

Als integrative Managementberatung mit langjähriger Expertise begleiten wir Sie darüber hinaus gerne auch bei der Konzeptionierung, Umsetzung und Implementierung der identifizierten operativen Schritte.

### IV. Unser Ansatz

Unser Vertriebscheck<sup>PLUS</sup> hat eine optimierte Marktausrichtung Ihres Unternehmens zum Ziel und umfasst einen entsprechenden Fragenkatalog. Dabei können jedoch jederzeit individuelle zusätzliche Fragen mit Ihnen abgestimmt und ergänzt werden.

*Unser Vertriebscheck<sup>PLUS</sup> dient als Orientierungshilfe, die Optimierungschancen klar aufzeigt und später zur Kontrolle herangezogen wird, um Ihren Erfolg messbar zu machen.*



### V. Ausgewählte Themenfelder

In einem gemeinsamen Gespräch stellen wir Ihnen unsere Fragenkataloge aus den Modulen a, b und c vor und ergänzen diese bei Bedarf optional um die für Ihr Haus relevanten Themen und Fragestellungen.

Aktuell aufbereitete Themenfelder sind:

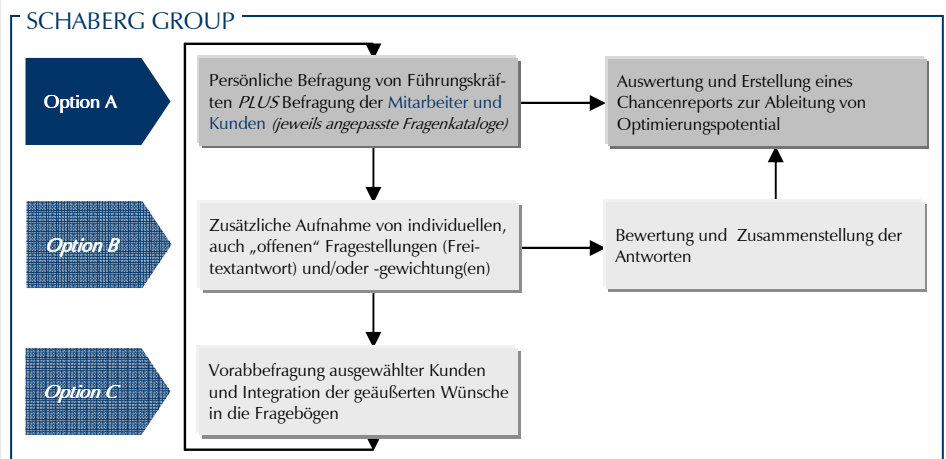
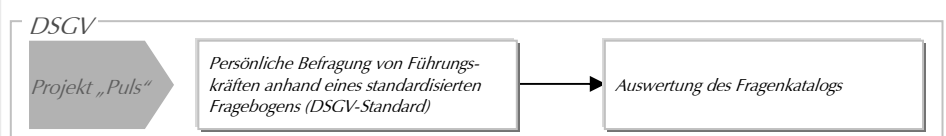
- Wettbewerb (Präsenz in der Region)
- Kunden (Potential, Segmentierung)
- Kundenpflege (Gewinnung, Ausschöpfung)
- Produkt- und Leistungsangebot (Bedürfnisstruktur)
- CRM-Tool / Datenmanagement
- Abläufe und Prozesse (CRM-Kernprozesse)
- Ziel- und Leistungsbeurteilung
- Personalkonzept (Betreuerzuordnung / -kapazitäten / -kompetenzen)
- Kommunikation (intern/extern)

### V. Optionen in der Vorgehensweise

In einem gemeinsamen Gespräch stellen wir Ihnen unsere Fragenkataloge aus den Modulen a, b und c vor und ergänzen diese gemäß dem unten stehenden Beispiel nach Ihrem Bedarf optional um die für Ihr Haus relevanten Themen und Fragestellungen.

Für die Wettbewerbsanalyse (Modul d) legen wir gemeinsam mit Ihnen die zu analysierenden Wettbewerber sowie den Umfang der Analyse (Internetanalyse, Mystery Shopping, etc.) fest.

Anschließend erhalten Sie von uns unverbindlich eine erste Aufwandschätzung und ein konkretes Angebot.



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

### VI. 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:

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.

Zur Optimierung des externen Aufwands werden Projektmitglieder aus Ihrem Hause eng in die gesamte Erarbeitung einbezogen. So kommen Ihre individuellen Bedürfnisse jederzeit zur Sprache und werden berücksichtigt.

### 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](mailto:schaberg@schaberg-group.de)