



Zielgruppenkonzeption „Freiberufler“

„Nur wer einen Prozess klar strukturiert und individualisiert,
kann eine erfolgreiche Umsetzung gewährleisten.“

Wolfgang Schaberg

ZIELGRUPPENKONZEPTION „FREIBERUFER“

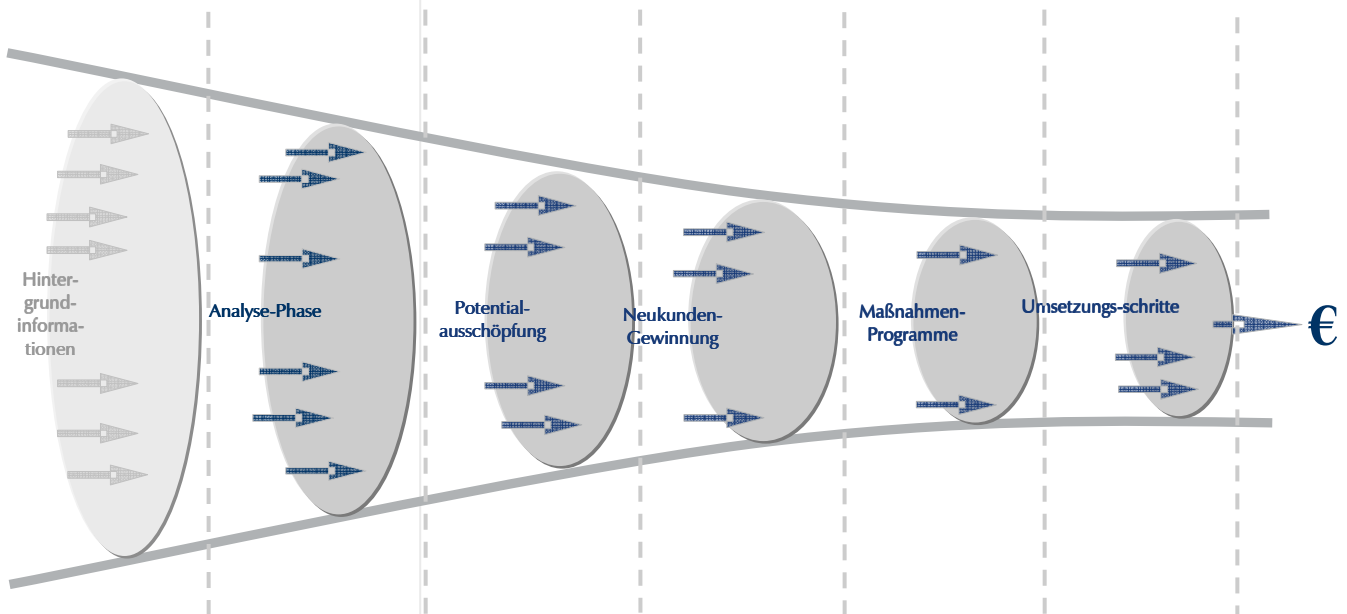
*Seit über 12 Jahren
begleiten wir unsere Kunden –
insbesondere Banken
und Sparkassen –
bei der Konzipierung
und individuellen Umsetzung
adäquater Marktlösungen
für ausgewählte Zielgruppen.*

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

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

Inhalt

- I. Ihre Zielsetzung ist...
- II. Unsere Zielsetzung ist...
- III. Unser Zugang: Übersicht
- IV. Transparente, partnerschaftliche Zusammenarbeit



ZIELGRUPPENKONZEPTION „FREIBERUFER“

Wir begleiten Sie bei der Umsetzung einer individuellen Branchenlösung für Freiberufler



Ausgewählte Finanzdienstleistungs-Referenzen unseres Teams:



I. Ihre Zielsetzung ist...

... die Überprüfung, Weiterentwicklung und Neuausrichtung einer zielgruppenorientierten Vertriebskonzeption für „Freiberufler“.

Attraktive Einkommensstrukturen, hohe Produktmargen und Deckungsbeiträge, eine geringe Insolvenzquote sowie hohe Wachstumspotentiale bestätigen diese Ausrichtung.

Um die Potenziale der Zielgruppe Freiberufler (vor allem Heilberufler, Rechtsanwälte, Steuerberater) stärker als bisher auszuschöpfen, gilt es, *passende Umsetzungswege für Ihr Institut* zu entwickeln.

Wesentlicher Erfolgsfaktor ist dabei die *Individualisierung* der einzelnen Prozessschritte.

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

Wir haben einen pragmatischen Umsetzungsleitfaden mit folgenden Schwerpunkten:

- Über die reine Betrachtung bestehender Kunden (Marktanteil häufig zwischen 20% und 25%) hinausgehend, nehmen wir auch potentielle Neukunden in den Fokus. Unser **umfangreiches Neukundengewinnungsprogramm** trägt zu Ihrem langfristigen Markterfolg bei.
- Zudem integrieren wir in die Betrachtung und Bewertung Ihres (Bestands- und Neu-kundenpotentials) das **gesamte Segment der „Freiberufler“**, d.h. neben dem Schwerpunkt der „Heilberufe“ auch z. B. rechts-, wirtschafts-, steuerberatende, Dienstleistungs- und handwerkliche Berufe.
- Wir begleiten Sie bei der organisatorischen und strukturellen Eingliederung sowie in allen Umsetzungs- und Kommunikationsprozessen durch **markt- und erfolgsorientierte Maßnahmenprogramme**, die wir gemeinsam mit Ihnen und deshalb für Ihr Institut individuell erarbeiten.

Um zu gewährleisten, dass unsere, für Sie erarbeitete Lösung, nach ihrer Implementierung erfolgreich *„gelebt“* werden kann, ...

... nehmen wir „Maß“ an den individuellen Gegebenheiten Ihres Hauses, ... ergänzen und bewerten diese durch unsere externe und daher neutrale Sicht (*„Katalysatorfunktion“*),

... leiten daraus klar strukturierte, pragmatische und vor allem umsetzungsorientierte „Maßnahmen“ für Ihr Haus ab.

In unsere nachfolgend vorgestellte Projektskizze fließen Erfahrungen aus analogen Aufgabenstellungen für Banken, Genossenschaften und Sparkassen ein.

ZIELGRUPPENKONZEPTION „FREIBERUFER“

Unsere Vorgehensweise ist so aufgebaut, dass je nach Ihrem Bedarf das komplette Programm oder aber auch einzelne „Bausteine“ gewählt werden können. Entsprechend sind die nachfolgend aufgezeigten zwölf Bausteine als Rahmen zu verstehen.

III. Unser Zugang: Übersicht

Die Übersicht vermittelt Ihnen einen ersten Eindruck unserer Ansätze, welcher in Anlehnung an unsere aktuellen Erfahrungen fünf Themenfelder im Fokus hat:

1. Betrachtung und Bewertung des Kundenpotentials
2. Bestandskunden-Ausschöpfung
3. Neukundengewinnungs-Programm
4. Organisatorische Eingliederung in Ihre individuelle Struktur
5. Interne und externe Kommunikation

Analyse-Phase zur Konzepterstellung						
Markt-Analyse extern			Analyse intern			
Baustein 1	Baustein 2	Baustein 3	Baustein 4	Baustein 5	Baustein 6	Baustein 7
Wettbewerber	Zielgruppe Freiberufler	Datenmgt. Kooperation Netzwerke	Kundensegmentierung	Kundenpotenzial	Erfolgsfaktoren	Kundenübertragung
Maßnahmen-Programme: <i>Bestandskunden-Ausschöpfung & Neukunden-Gewinnung</i>						
Maßnahmen-Programm						
Baustein 8	Baustein 9	Baustein 10	Baustein 11	Baustein 12		
Betreuungskonzept	Produktportfolioentwicklung	Serviceleistungen	Personal-Konzept	Kommunikation des Leistungsangebotes		

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

IV. 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.

Zur Optimierung des externen Aufwands werden 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.