

erfolgreicher *Monatliche Praxistipps* 08/2010 Führen & Verkaufen für Filial-, Geschäftsstellen- und Zweigstellenleiter von Banken und Sparkassen in der Zweigstelle

Was erwarten ältere Menschen vom Service in der Bank?

Im Grund genommen sind bei den Erwartungen an den Service keine großen Unterschiede zu jüngeren Menschen festzustellen. Freundlichkeit, Zuverlässigkeit, Kommunikation, Servicequalität und Beratungskompetenz sind auch ihnen wichtig,

Ungeachtet dessen haben folgende Kriterien für ältere Menschen eine große Bedeutung und sollten bei ihnen stärker beachtet werden als bei Jüngeren.

1. Ältere Menschen lieben Aufmerksamkeit.

Sie freuen sich, wenn man ihnen die Tür öffnet, sie bleich beim Betreten der Geschäftsräume bemerkt, sie freundlich anschaut und grüßt. Als Stammkunde schätzen sie es, wenn sie mit ihrem Namen angesprochen werden. Sie sind sehr empfänglich für Höflichkeit, Entgegenkommen und Hilfestellung.

2. Ältere Menschen sind in der Regel besonders pünktlich

Sie kommen meistens zum verabredeten Zeitpunkt, oft sogar früher als vereinbart, deswegen ist Termintreue besonders wichtig. Zwar sind sie bereit, ein wenig zu warten, aber es darf nicht zu lange dauern. Eine passende Sitzgelegenheit sollte zur Verfügung stehen. Besonders geschätzt wird das Öffnen der Filiale/Geschäftsstelle einige Minuten vor der offiziellen Zeit, damit man nicht vor der verschlossenen Tür stehen muss.

3. Ältere Menschen freuen sich über kleine Aufmerksamkeiten

Kleine Gesten (Kaffee, Wasser etc) und Werbegeschenke werden fast immer erfreut aufgenommen – für sich selbst oder auch für das Enkelkind. Persönliche Glückwünsche zu besonderen Anlässen werden ebenfalls sehr positiv registriert. Und langjährige Stammkunden erwarten und freuen sich über Bonifikationen. Meistens ist hier die Idee, nicht der Preis der Überraschung entscheidend.

4. Ältere Menschen legen Wert auf Äußeres

Immer noch gehen überwiegend ältere Menschen im dunklen Anzug ins Theater, mit Krawatte ins Restaurant und oft auch gut gekleidet in die Bank. Sie achten aber auch stärker auf das Aussehen und das Äußere ihrer Gesprächspartner in der Bank. Das gilt vor allem, wenn es um qualifizierte Beratungsgespräche geht.

5. Ältere Menschen nehmen sich mehr Zeit bei Problemen

Für besondere Problemstellungen planen ältere Menschen genügend Zeit ein. Ausreichend Zeit und vor allem kein Zeitdruck werden dann auch vom Kundenberater erwartet.

6. Ältere Menschen schätzen einen umfassenden Service

Sie wollen sich nicht um alles selbst kümmern müssen und viele verschiedene Ansprechpartner haben. Sie sind besonders dankbar für umfassende Komplettlösungen Ihrer Probleme und Wünsche durch einen Verantwortlichen, der alles koordiniert.

7. Ältere Menschen sind unsicherer und haben mehr Ängste

Viele haben Angst übervorteilt zu werden, zu wenige Informationen zu haben, nicht verstanden zu werden, sich nicht auszukennen. Sie haben Angst, bei Nichtwissen von oben herab behandelt zu werden. Sie gehen daher gerne zu Beratern, die sie kennen und denen sie vertrauen. Häufigen Betreuerwechsel mögen sie nicht.

8. Ältere Menschen brauchen mehr Anerkennung und Wertschätzung

Sie wollen ernst und auch als ältere Menschen wichtig genommen werden. Sie schätzen es, wenn man ihnen zuhört, „danke“ sagt und sie für ihre Treue gelegentlich auch einmal lobt und belohnt.

9. Ältere Menschen sind dankbar

All die vorhergehenden Kriterien werden in zutreffenden Fall sehr positiv und dankbar aufgenommen. Viele erzählen solche positiven Erlebnisse und ihre Erfahrungen weiter, oft mit Begeisterung.

Ältere Menschen sind für die so genannten „Kleinigkeiten“ sehr empfänglich. Jede Bank, die sich darauf besonders einstellt, wird loyale und treue Kunden haben.

Wenn Sie mehr über den Umgang mit älteren Kunden wissen möchten, so finden Sie viele weitere Tipps im neuen Buch von Helmut Muthers und Wolfgang Ronzal: Marketing 50plus / GABAL-Verlag (30-Minuten Reihe), Euro 6,50 + Versandkosten.

Zu beziehen über: helmut@muthers.de und wolfgang@ronzal.at

Tipp 1257

Verkaufen

Welche Wünsche, Probleme, Ziele, Visionen kann ein Kunde haben?

Stellen Sie sich einmal folgenden Kunden vor:

35 Jahre alt, Angestellter im mittleren Management, verheiratet, 2 Kinder, mittleres Einkommen.

Nun überlegen Sie, welche Wünsche, Probleme könnte ein solcher Kunde haben?

- Vielleicht:
- ein größeres Auto
 - ein Eigenheim oder ein Ferienhaus
 - Ausbildung der Kinder
 - Absicherung des Erreichten
 - Vermögensaufbau
 - usw.

Mit welchen Leistungen, Angeboten können Sie bei der Erfüllung dieser Wünsche, bzw. der Problemlösung helfen? Im Grunde genommen mit allem, was Sie haben und anbieten können.

Es kommt in erster Linie auf den Wunsch oder das Problem an. Nun wird nicht jeder Kunde immer alle Wünsche oder Probleme gleichzeitig haben. Dies wird unterschiedlich sein, auch der Zeitpunkt des Zutreffens. Wichtig ist es, mit möglichst vielen Kunden darüber zu reden und zu erkennen, was gerade aktuell ist. Dann ist ihr Angebot relativ leicht. Leichter jedenfalls als wenn Sie ein bestimmtes Produkt einem Kunden nach dem anderen auf gut Glück anbieten.

Machen Sie sich Termine mit Kunden aus und reden Sie mit Ihnen über ihre Ziele, Wünsche, Träume. Nehmen Sie sich eine konkrete Anzahl von Gesprächen in einem bestimmten Zeitraum vor. Vielleicht ein Gespräch pro Tag oder zwei pro Woche, was Ihnen machbar erscheint, aber tun Sie es konsequent.

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps:

Wenn Sie mit Kunden über deren Wünsche und Ziele reden, erhalten Sie viel leichter und schneller Informationen, wie Sie als Bankberater mit Ihren Leistungen helfen können, als bei aktionsmäßigen Produktschwerpunkten.

Tipp 1258

Verkaufsförderung

Individuelles Geschenk zu Jubiläen

Peinlich. Zur Goldhochzeit in einer Kleinstadt schickte die ortsansässige Bank den Jubilaren 2 Flaschen Wein, die der Hausmeister in einer Plastiktüte dem Jubelpaar vor 120 Gästen überreichte. Die Jubilare waren 40 Jahre treue Kunden und hatten alle Finanzgeschäfte immer mit ihrer Bank abgeschlossen. Der Spott war groß und der Imageschaden noch größer. Nichts zu machen, wäre in der beschriebenen Situation besser gewesen.

Machen Sie es anders. In jeder Bank gibt es Mitarbeiter mit besonderen Fähigkeiten und Kenntnissen, zum Beispiel „Künstler“, die in ihrer Freizeit malen. Oder einen exzellenten Fotografen. Eine Mitarbeiterin, die tolle Torten backen kann. Ersuchen Sie diese Mitarbeiter, für Jubiläen und ähnliche Anlässe als Geschenk ein Bild zu malen, eine Torte zu backen, usw. Weisen Sie bei der Übergabe darauf hin: „Dieses Bild hat unsere Mitarbeiterin Irene Musterfrau speziell für Ihr Jubiläum gemalt.“

Erkundigen Sie sich über besondere Hobbies dieser Kunden. Ein Kunde sammelt zum Beispiel alte Speisekarten. In ebay finden Sie meistens dazu ein tolles Geschenk. Oder eine alte Ansichtskarte, einen alten Stadtplan / Stadtführer vom

Wohnort des Jubilars u.v.a.m. Seien Sie einfach kreativ und suchen Sie ein wenig, dann werden Sie sicher etwas Passendes und Originelles finden.

Das ist Wertschätzung, da wird deutlich, das Sie sich Gedanken um diesen wichtigen Tag für Ihre Kunden gemacht haben.

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps:

Heben Sie sich auch der Masse der Gratulanten heraus, in dem Sie Ihren Kunden zeigen, dass Sie sich besondere Gedanken und Mühe mit dem Geschenk gemacht haben. Dann wird der Kunde auch Sie aus der Masse der Gratulanten herausheben und allen anderen von Ihnen und Ihrem Geschenk erzählen.

Tipp 1259

Kundenbeziehung

Vorname am Telefon?!

In der letzten Ausgabe dieser Tipps empfahlen wir Ihnen, bei Schriftstücken neben Ihren Namen auch Ihren Vornamen anzugeben. Warum nicht auch am Telefon?

Wenn man sich am Telefon meldet, nennt man dann auch seinen Vornamen? Eine Frage, über die man endlos diskutieren kann und dies auch tut. Üblicherweise nennt man nur seinen Familiennamen. Wenn unsere Empfehlung nun lautet, auch den Vornamen zu sagen, so führt dies überraschend oft zu Widerständen. Irgendwie hat man Scheu, seinen Vornamen preiszugeben. Oder sich vielleicht sogar beim Gesprächspartner ein wenig lächerlich zu machen.

Untersuchungen haben ergeben, dass man den Familiennamen leichter verstehen kann, wenn vorher ein meist bekannter und daher leichter aufnehmbarer Vorname genannt wird. So hat der Gesprächspartner auch mehr Zeit, den nicht so geläufigeren Familiennamen deutlicher und bewusster aufzunehmen.

Allen Ihren Freunden und Bekannten ist Ihr Vorname bekannt. Auf Ihrer Visitenkarte steht er ebenfalls. Warum ist es dann so schwierig, den Vornamen am Telefon zu nennen? Sicher weil es für uns ungewohnt ist und wir bei einer plötzlichen Änderung auch der Reaktion unserer Gesprächspartner nicht sicher sind.

Nach ein paar Tagen Übung geht auch Ihr Vorname geläufig am Telefon über Ihre Lippen. Auch die Stimme wird im Tonfall angenehmer.

Also probieren Sie es aus und nennen Sie ab sofort am Telefon auch Ihren Vornamen.

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps:

Die meisten, die diesen Praxistipp umgesetzt haben, berichten uns von ausgesprochen positiven Reaktionen ihrer Kunden. Die Kunden schätzen dies auch wegen der persönlicheren Form, es entsteht schneller eine positive Beziehungsebene.

Tipp 1260

Geschäftsstelle

Was sind „Augenblicke der Wahrheit“?

Ganz einfach: Es sind die Augenblicke, in denen bewertet wird, wie SIE mit den Vorstellungen und Erwartungen der Kunden übereinstimmen. Bewertungen, die subjektiv von jedem einzelnen Kunden vorgenommen werden. Ganz schnell in wenigen Sekunden macht sich der Kunde ein Bild und gleicht dies mit seinen Erwartungen ab. Bewertungen, die positiv oder negativ ausfallen. Bewertungen, die Ihren Erfolg bestimmen.

Welche Eindrücke erhalten Ihre Kunden in den ersten 15 Sekunden ihres Besuches in Ihrer Filiale/Geschäftsstelle? Führen Sie sich diese Situation ins Bewusstsein und überlegen Sie, was in diesen 15 Sekunden positiv oder negativ passieren kann.

- Wird der Kunde überhaupt bemerkt, wenn er Ihre Filiale betritt?
- Findet er sich in Ihren Geschäftsräumen zurecht?
- Ist der optische Eindruck der Räume ordentlich und sauber?

- Wie wird der Kunde begrüßt? Mit einem freundlichen Lächeln?
- Ist der optische Eindruck, den er von den Mitarbeitern bekommt, ebenfalls positiv?
- Ist die Kontaktaufnahme freundlich und sympathisch?
-

Überlegen Sie gemeinsam im Team weitere Punkte, die es in den ersten 15 Sekunden zu beachten gilt und machen Sie daraus eine Checkliste zur ständigen Überprüfung.

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps:

Für den ersten Eindruck gibt es oft keine zweite Chance. Nützen Sie also Ihre erste Chance.

Tipps 1261

Arbeitstechniken

Mehr Zeit für den Kunden (3)

Das Wichtigste für den Kundenberater ist Zeit für seine Kunden.

Fragen Sie sich: Was mache ich – als Kundenberater - wenn ich keine Kunden berate? (Notieren Sie 1 Woche lang alles, was mehr als 1 Minute beansprucht.)

- Statistiken anfertigen
- Besuchsberichte schreiben
- Schriftverkehr erledigen
- Schuldnerliste bearbeiten
- Schufa-Meldungen
- Rundschreiben lesen
- Zeitung lesen
- Tages-Disposition
- Schaltesgeschäft
- Anfragen bearbeiten
- Arbeitsanweisungen lesen
- Produkt-Schulungen besuchen
- Sitzungen, Arbeitskreise etc.

Das ist zwar oft durchaus notwendig und muss gemacht werden. Aber es bringt Ihnen keine neuen Kunden, es führt nicht zu Geschäftsabschlüssen, es führt nicht zu einer vom Kunden erlebten Kundenbetreuung.

Und dies sollte Ihre Hauptaufgabe sein. D.h. also, dass Sie die „kundenfreie“ Zeit dafür verwenden sollten, sich auch in dieser Zeit mit Ihren Kunden zu beschäftigen und um Ihre Kunden zu kümmern.

Die aufgelisteten Tätigkeiten sollten möglichst reduziert, vereinfacht, oder schneller gemacht werden.

Nutzen Sie die Ergebnisse Ihrer Erhebung, um Veränderungen herbeizuführen. Diskutieren Sie mit Führungskräften, Kolleginnen und Kollegen über Sinn und Notwendigkeit der verschiedenen Aufgaben. Klären Sie den Nutzen. Alle sollten ein Interesse daran haben, dass Kundenberater Zeit für Kunden haben.

Sagen Sie der Bürokratie den Kampf an. Beginnen Sie mit Maßnahmen, die so klein sind, dass Sie keine Ausreden haben. Bleiben Sie dran.

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps:

Wer aufsteigen will, muss Ballast abwerfen.