

Kundenservice

Mit Service begeistern

Wie die meisten Regionalbanken steht auch die Volksbank Main-Tauber vor der Herausforderung, die im Retail Banking schlummernden Potenziale zu heben. Das Institut wollte die Marktbearbeitung direkt an den Service-Kontaktpunkten weiter verbessern und professionalisieren.

Dieter Goldschmitt und Thomas Kiefer

Mit der Schnellsichtung hat die Volksbank Main-Tauber ein Instrument geschaffen, um die Serviceberater mit einer Checkliste bei der Signal- und Bedarfserkennung sowie der Kundenansprache zu unterstützen. Sie ist in agree als Vorgang hinterlegt und unterstützt die Serviceberater bei der Bearbeitung. Im Rahmen der Schnellsichtung führen sie einen Kunden- und

Kontocheck sowie einen Mitgliedschaftscheck durch und bieten bei entsprechenden Signalen einen Termin beim Kundenberater zur genossenschaftlichen Beratung an.

Der Bank war es wichtig, den Serviceberatern Raum zu geben, ihre tägliche Arbeit zu reflektieren und ihre Stärken und Potenziale zu analysieren. Die Teams sollten gemeinsam an ihrem Erfolg arbeiten. Unterstützt wurde das Institut dabei von einem Beratungsunternehmen.

Gemeinsam mit den Regionalmarktleitern und dem Personalleiter wurde ein Workshop entwickelt und für die Serviceberater maßgeschneidert. Neun bis zwölf Teilnehmer arbeiteten mit zwei Trainern in einem fünfstündigen Workshop an der Optimierung ihrer Servicequalität. Mit einem integrativen Ansatz sollten Teamentwicklung und die gemeinsame Arbeit der Teilnehmer mit deren Zielerreichung verknüpft werden. Konkret ging es darum, wie die Schnellsichtun-

gen optimal im Tagesablauf eines Serviceberaters integriert und deren Zahl systematisch erhöht werden kann.

Serviceorientierung

Signalerkennung und Kundenansprache wurde als wichtiges Themenfeld identifiziert. Neben einer Auffrischung der Theorie, wie etwa Impulsvorträge der Trainer zur Kundentypologie, sollten im Workshop ganz praktisch neue Ideen zur Kundenansprache entwickelt werden – abgestimmt auf den vertrieblichen Schwerpunkt genossenschaftliche Beratung/„Zukunft! Gestalten“.

Unter der Überschrift „Was ist guter Service?“ wurde auf Basis der von den Beratern typischerweise bearbeiteten Kundenkontakten Geschäftsvorfälle erarbeitet. Dabei ging es darum, wie und welche begeisternden Serviceerlebnisse für den Kunden geschaffen werden können.

Dabei stellten die Workshop-Teilnehmer fest, dass es oft ge-



Dieter Goldschmitt leitet die Privatkundenbank der Volksbank Main-Tauber eG.
E-Mail: dieter.goldschmitt@vobamt.de



Thomas Kiefer ist geschäftsführender Gesellschafter der Beratungsgesellschaft Thomas Kiefer GmbH in Rastatt.
E-Mail: info@thomas-kiefer.de

rade die vermeintlich kleinen und unscheinbaren Dinge sind, die – als Serviceerlebnis für den Kunden zelebriert – den Unterschied machen. Wenn der Serviceberater zum Beispiel weiß, dass sich ein Kunde regelmäßig nach einer in der Filiale ausgelegten Zeitschrift erkundigt, kann er diesen beim nächsten Besuch mit den Worten empfangen: „Ich habe Ihnen Ihr persönliches Exemplar Ihrer Zeitschrift bereits zurückgelegt. Hier ist es.“

Im Workshop wurde deutlich, dass es bei gutem Service auch auf die persönliche Einstellung, eine wertschätzende Grundhaltung und vor allem auch auf die Motivation der Mitarbeiter ankommt.

Die Teilnehmer reflektierten ihre eigene Einstellung und ihr Verhalten dem Kunden gegenüber. Dazu wurde etwa mit Perspektivwechseln gearbeitet wie dem Blick auf Servicevorgänge durch die Brille des Kunden und mit paradoxen Fragen („Was müssen wir tun, damit der Kunde bestimmt nicht wiederkommt?“).

Als wichtiger Baustein wurde auch der sichere Umgang mit Kundenbeschwerden geübt.

Zum Begriff „Der aktive Serviceberater“ diskutierte die Gruppe über das sich verändernde Kundenverhalten und erarbeitete die daraus abzuleitenden Herausforderungen konkret für Mitarbeiter in Banken. Erklärtes Ziel ist es, dass exzellenter Service und Kundenorientierung auch erfolgswirksam werden. Deshalb wurde trainiert, wie mit der Checkliste für die Schnellsichtung die Kunden bedarfs- und zielorientiert angesprochen und daraus Termine für Beratungsgespräche vereinbart werden.

Die im Workshop gemeinsam erarbeiteten Themen wurden einige Tage später im Training on the Job direkt am Kunden und am eigenen Arbeitsplatz trainiert und umgesetzt. Dabei standen die Trainer mit Feedback vor allem zu Themen wie Wirkung, Auftreten, Signalerkennung und gute Kundenansprache zur Seite.

Für einen optimalen Transfer erhielt jeder Teilnehmer ein Lern-

tagebuch, in dem die Erfolge und Zielerreichung dokumentiert und reflektiert werden können.

Mit ihrem positiven Feedback bestätigen die Serviceberater der Volksbank Main-Tauber, dass das Institut mit dem gewählten Konzept richtig liegt. Dabei war es wichtig, dass die Trainingsmaßnahmen auf die konkreten Bedarfe des Instituts und der Berater maßgeschneidert wurden.

Die Bank ist davon überzeugt, mit den beschriebenen Maßnahmen einen weiteren großen Schritt zur Erhöhung der Servicequalität und der Verbesserung der Kundenorientierung getan zu haben. Die wachsende Zahl durchgeführter Schnellsichtungen im Service bringt messbar mehr Beratungstermine. So konnte die Zahl der Schnellsichtungen, die im Jahr 2013 eingeführt wurden und durch die als Ergebnis in den meisten Fällen ein Beratungstermin vereinbart werden kann, nach Durchführung der Maßnahme noch einmal um 23 Prozent gesteigert werden. **BI**

GEMEINSAM FINANZIEREN – GEMEINSAM PROFITIEREN.



Mit unseren **IMMO META-Produkten** bieten wir Ihnen ein umfassendes Angebot für die **Zusammenarbeit in der gewerblichen Immobilienfinanzierung**. Ob Sie sich an einem **abgeschlossenen Kreditgeschäft der DG HYP** beteiligen oder wir Sie bei einer **Finanzierung Ihres mittelständischen Immobilienkunden** unterstützen: **Gemeinsam** sind wir **stark und erfolgreich** in der Marktbearbeitung, erschließen zusätzliches Geschäft und teilen Risiko und Ertrag. Sprechen Sie uns an.