

Die Nummer eins in der Vorsorgeberatung

Mit dem VR-FinanzPlan zum Erfolg

Rainer Geis und Ralf Meyer

Die Zinsmargen schrumpfen, das Wertpapiergeschäft wird schwieriger. Diese Trends hat die VR-Bank Bad Kissingen-Bad Brückenau erkannt und das Vorsorgegeschäft als Kerngeschäft definiert. Der Aufwand für die strategische Neuausrichtung und die Umsetzung hat sich gelohnt.

Im Jahr 2010 hat die VR-Bank Bad Kissingen-Bad Brückenau ihre Geschäftsergebnisse überprüft und festgestellt, dass das Provisionsergebnis aus dem Vorsorgegeschäft noch Potenzial für weitere Steigerungen bietet. Hinzu kommt, dass Vorsorgelösungen mittlerweile auch in der Wahrnehmung der Anleger wichtiger Bestandteil ihrer Geldanlagestrategien sind.

Für eine stärkere Fokussierung auf das Geschäftsfeld „Vorsorgeberatung“ musste zunächst geklärt werden, welche organisatorischen Veränderungen vorgenommen werden müssen und mit welcher Vorgehensweise die Vorsorgelösungen angeboten werden sollen. Deshalb wurde ein Projekt aufgesetzt und ein Konzept zur Umsetzung nach diesen Vorgaben erarbeitet. Da bei der Vorsorgeberatung auch das Thema „Absicherung“ eine wichtige Rolle spielt, wurden die Aufgaben der Bank- und Versicherungsmitarbeiter neu definiert, die Versicherungsmannschaft personell um drei neue Mitarbeiter aufgebaut und jedem Kundenberater ein zuständiger Versicherungsspezialist zugeordnet.

Qualifizierung der Mitarbeiter als Erfolgsfaktor

Bereits früh in der Projektierungsphase wurde klar, dass für eine erfolgreiche

Umsetzung eine intensive Schulungs-, Trainings- und Coachingphase der Mitarbeiter erforderlich sein würde. Diese Aufgabe wurde einem externen Berater übertragen. Es wurde festgelegt, dass die Vorsorgeberatung in einem zweistufigen Verkaufsprozess erfolgen soll. Im ersten Teil, dem Analysegespräch, werden die Ziele und Wünsche des Kunden ausführlich besprochen. Dann erfolgt eine Bestandsaufnahme seiner aktuellen Versorgungssituation und der bereits getroffenen Maßnahmen.

Nachdem das Augenmerk des Beraters in der Analysephase auf den Kunden – und nicht auf den PC – gerichtet sein soll, wurde hierfür eine bankindividuelle Beratungsunterlage für das Thema Vorsorge in Papierform entwickelt.

Anschließend wertet der Berater diese Informationen aus und erarbeitet ein auf den Kunden zugeschnittenes Konzept zur Optimierung seiner Vorsorgesituation. Für die Konzepterstellung nutzen die Berater in agree BAP in dem Modul „Beratung und Verkauf“ vor allem die Funktionen „Altersvorsorge“ und „Einkommen absichern“. Selbstverständlich stehen zur fachlichen Unterstützung auch die Versicherungsreferenten zur Verfügung. Im Präsentationstermin stellt der Berater dem Kunden dieses Konzept vor und der Kunde entscheidet darüber,

Buchtipps

Robert Müller, Ralf Meyer

Vorsorgekonzepte verständlich verkaufen

Edition Winterwork, 212 Seiten, 32,95 Euro

ISBN-10: 3864681928

was er wie umsetzt. Der VR-FinanzPlan wird anschließend digitalisiert und archiviert, um dauerhaft darauf zugreifen zu können.

Die Führungsphilosophie der VR-Bank Bad Kissingen-Bad Brückenau lautet „vormachen, mitmachen, nachhalten“. Deshalb betreuen die Führungskräfte im Vertrieb immer auch eigene Kunden. Sie nehmen eine Schlüsselrolle ein, wenn es um die Umsetzung des neuen Beratungsansatzes geht. Deshalb war es wichtig, in der Führungsmannschaft Akzeptanz zu schaffen, Motivation zu erzeugen und Aufbruchstimmung zu vermitteln. Die Führungskräfte wurden deshalb auch als erstes geschult, um als „Sparringspartner“ und Impulsgeber für die Berater zur Verfügung zu stehen. Gerade dadurch gelang es, eine nachhaltige Steigerung der Beratungsqualität zu gewährleisten.

Mehrstufiges Schulungskonzept

Im Rahmen eines mehrtägigen Verkaufstrainings wurde mit den Beratern ein gemeinsames Verständnis und eine konkrete Vorgehensweise für den verkäuferischen Einsatz des VR-FinanzPlan entwickelt. Ebenfalls wurde aufgezeigt, wie mit agree BAP Angebote erstellt und wirkungsvoll präsentiert werden können. Die erarbeitete Vorgehensweise wurde

Zu den Autoren



Rainer Geis ist Vertriebsvorstand der VR-Bank Bad Kissingen-Bad Brückenau eG.
E-Mail: rainer.geis@die-vrbank.de



Ralf Meyer ist Bankverkaufstrainer, vor allem von Privatkundenberatern zum Thema Anlage-, Vorsorge- und ganzheitliche Beratung.
E-Mail: ralf.meyer@derbankverkaufstrainer.de

dann sofort in Gruppenarbeiten und Rollenspielen geübt. Um die Nachhaltigkeit in der Umsetzung sicherzustellen, wurden mit jedem Berater zwei Coachingtermine vereinbart. Die Kundengespräche wurden „nur“ beobachtet und anschließend mit dem Kundenberater reflektiert. Dabei konnten konkrete Anregungen für die künftige Gesprächsoptimierung gegeben werden.

In der VR-Bank Bad Kissingen-Bad Brückenau gibt es keine Volumenziele auf Mitarbeiterebene. Es wird ausschließlich nach Aktivitäten gesteuert. Erfolgsgarant ist hierbei, dass der fachlich und verkäuferisch sinnvoll ausgebildete Mit-

arbeiter eine ausreichende Anzahl von Gesprächen mit den „richtigen“ Kunden führt. Dabei muss die Hälfte der wöchentlichen Beratungstermine bereits am Freitag der Vorwoche vereinbart sein. Die Beratungsergebnisse werden über agree BAP eingegeben, in die Vertriebsakten integriert und 14-tägig ausgewertet.

Der Aufwand hat sich gelohnt. Im Jahr 2011 wurde das Geschäft im Bereich „Leben“ im Vergleich zum Vorjahr um 95 Prozent gesteigert und auch in diesem Jahr läuft das Vorsorgegeschäft gut. Ein weiterer wichtiger Aspekt: Die Neuausrichtung der Vorsorgeberatung stei-

gerte die Kundenzufriedenheit deutlich. Was zunächst nur durch die Wahrnehmung der Berater vermutet wurde, bestätigte sich durch eine externe Kundebefragung.

Die Entscheidung, das Versicherungs- und Absicherungsgeschäft als Kerngeschäft zu definieren und mit erheblichem Ressourcenaufwand neu aufzustellen, hat sich als richtig erwiesen. Die aktive Begleitung durch den Vorstand, die frühzeitige Einbindung der Führungskräfte und die bankindividuellen Trainingsmaßnahmen schufen die Basis, um dem Vorsorgegeschäft frischen Wind zu verleihen. ■



Das Thema „Vorsorge“ steht bei der VR-Bank Bad Kissingen-Bad Brückenau im Fokus.