



KREATIV IM VERTRIEB

Erfolgreiche Wege zum Vertriebs Erfolg mit dem Sparkassen-Finanzkonzept

- | | | |
|-------------------------|---|--------------------------------------|
| DURCHFÜHRUNGSART | ➤ | Seminar |
| ZIELGRUPPE | ➤ | Berater / Führungskräfte im Vertrieb |
| DAUER | ➤ | 2 Tage |
| TEILNEHMERZAHL | ➤ | 8 - 10 Personen |

HINWEISE

Dieses Seminar ist auch ein Erfolgsgarant für Berater in der Vermögens-, Firmen- und Gewerbekundenbetreuung.

Inhalte und Ziele dieses Seminars finden Sie auf der Rückseite!



ZIELE

Die Teilnehmer ...

- lernen, die ganzheitliche Beratungskonzeption „Sparkassen-Finanzkonzept“ effizient und vertriebsorientiert optimal zu nutzen
- können alle Beratungsmedien sicher und kundenorientiert einsetzen
- können ein Beratungsgespräch trotz und mit PC unter OSPlus_neo kundenorientiert und begeisternd führen
- lernen zu allen Feldern des Finanz-Checks Erfolgsformate zur Anwendung in Sprache und Kommunikation
- Nutzen im Besonderen das Feld „Ziele und Wünsche“ für emotionale Bindung und konsequenten Vertrieb
- haben das cross-selling-Ohr im Gespräch weit offen, und erkennen und ermitteln so viele weitere Beratungsanlässe für den Vertrieb und Folgekontakte und zur Intensivierung der Kundenbeziehung
- führen über den ganzen Tag intensive Impulsübungen und Anwendungen mit dem Trainer durch
- setzen die Medien und das Beratungsprogramm unter OSPlus_neo in Übungsgesprächen ein und gewinnen damit Sicherheit für die Kundengespräche
- stellen qualitativ hochwertige Folgekontakte zum Kunden sicher
- gewinnen neue Kunden über aktives Feedback und Empfehlungsmanagement

INHALTE

- Bedürfnisse der Kunden von heute: Was bewegt die Kunden und wie können wir die Bedürfnisse für den Vertrieb nutzen?
- Was haben wir zu bieten? - Berater Dreieck (Nutzen - starker Partner - Freude) zur Stärkung des Selbstbewusstseins
- „Das Finanzkonzept ist für den Kunden“ - Was bedeutet das? Wie können das Gespräch und der Ausdruck so gestaltet werden, dass der Kunde die Beratungsleistung als motivierend, logisch und für ihn individuell und sinnvoll erlebt?
- Das Wichtigste zuerst: „Ziele und Wünsche“ der Kunden erfahren, in die professionelle Gesprächsführung einbinden und in konkrete Vertriebs- und Beratungsanlässe umsetzen
- Vertriebsansätze aus Finanzkonzept-Gesprächen erkennen, kommunikativ nutzen, als Beratungsanlässe erfassen und in Geschäft umwandeln: Was schreibe ich wie? Ideensammlung
- Professionelle Einbindung der Masken „Wohnen“ und „Staatliche Förderungen“ mit dem Ziel, werthaltige Vertriebsansätze zu generieren
- Anlässe in der Beratung und am Service-Point optimal nutzen: Wie macht man aus einem Service-Anlass einen qualifizierten Termin? Kunden für das Sparkassen- Finanzkonzept begeistern
- Umgang mit schwierigen Kunden: Was macht diesen Kunden für mich so schwierig? Was hat das mit mir zu tun?
- Ohne Kontakte keine Kontrakte: Kunden einladen - Wie geht das bei den unbekanntem / schwierigen Kunden?
- Professioneller und wirksamer Umgang mit Einwänden in Telefon-, Beratungs- und Servicegesprächen
- Und wie geht es weiter? Folgetermin und Sparkassen-Finanzkonzept für den Kunden sinnvoll und qualitativ hochwertig verbinden: Was bedeutet das und wie geht das?
- Viele Umsetzungsübungen und Interaktionen im Plenum und in Partner- und Gruppenarbeiten