

BSP.

Coaching

Verkaufsplanung

Projekt Management

Zertifizierung

Change

Führungsprozess

Beratungsprozess

Befähigung

Strategieumsetzung

Strategy

Kundenorientierung

Digitalisierung

Verhalten

Planung

BSP.

Verkaufstraining

Training

Transformation

Agilität

Empowerment

BEST PRACTICE

Energie

Leadership

Verkauf

CRM

Effektivität

Compliance

Vertriebsstrategie

Einstellung

Verkaufsprozess

Kundenbuchplanung

Management

Emotionaler Verkauf

Coach-the-Coach

Train-the-Trainer

Arbeitsorganisation

Verhandlung

KYC

Distribution

Effizienz

Omnichanneling

Erfolg durch Kundenorientierung und exzellente Führung

Paul-David Becker

In einer zunehmend komplexen Welt steigen die Ansprüche an die Führung von Mitarbeitenden sowie an die Begleitung von Kunden, denn Klarheit und Einfachheit im Käuferlebnis wird immer wichtiger. Wir sind überzeugt, dass exzellente Führung den Unterschied ausmacht. Der Ansatz: Führungskräfte werden befähigt, ihre Mitarbeitenden zu befähigen, besser mit ihren Kunden umzugehen.

Dies gilt für alle wichtigen Prozesse im Verkauf, nämlich für die Planung, die Führung und das Verhalten bei Kunden. Damit der Erfolg angekurbelt werden kann, ist die direkte Auseinandersetzung mit den Kunden – dort wo die Interaktion mit der Firma beziehungsweise mit dem Vertreter der Firma stattfindet – matchentscheidend. Verstehe ich die Bedürfnisse der Kunden bezüglich Verkauf und Service besser, kann ich nicht nur das Volumen,

sondern auch die Kundenloyalität, die Kundenbindung und die Bereitschaft der Kunden uns weiterzuempfehlen, steigern.

Deshalb gilt es, die «Betroffenen» zu «Beteiligten» zu machen, um die konkreten Lernbedürfnisse der Organisation zu identifizieren. Sind die Bedürfnisse identifiziert, können entsprechende Lernziele abgeleitet werden, für mehr Wirkung in der Planung, im Führungsverhalten und grundsätzlich im Verkauf. Denn solche Prinzipien und Verhaltensweisen sind nicht angeboren, sondern müssen gelernt werden und zwar am besten von der Führung.

BSP. ist stolz, sich von herkömmlichen Verkaufstrainern zu differenzieren, indem wir auf die Führung und auf nachhaltige Veränderungsprozesse setzen. Drei Beispiele in dieser Newsletter-Ausgabe unterstreichen unsere Überzeugung und Expertise.



Akenza AG – ein Start-up startet durch

Paul-David Becker

Die Akenza AG ist eine erfolgreiche Start-up-Firma, welche sich auf das Gebiet «Internet of Things» spezialisiert hat. Seit 2018 wird Akenza in der Ausrichtung ihrer Kundenbearbeitungsplanung, Vertriebsführung und in der Verkaufswirkung bei Kunden mit dem Befähigungsprogramm «Take-Off» durch BSP. begleitet.

Seit drei Jahren revolutioniert die Akenza AG, welche früher als Hivemind bekannt war, Mess- und Steuerungstechnologien für die effektivere und effizientere Stadt- und Gebäudeplanung und ein besseres Space-Management.

Die Akenza AG, mit Sitz in Zürich, beschäftigt nun mittlerweile bereits über 25 Mitarbeitende und ist weltweit tätig. Die Wachstumsraten von Akenza sind beachtlich.

Seit 2018 setzt die Geschäftsleitung von Akenza – Vikram Bhatnagar und Sascha Smolokovski – auf die Zusammenarbeit mit BSP. aufgrund der pragmatischen und praxisnahen methodischen Ansätze, welche BSP. in enger Abstimmung mit Akenza entwickelt.

Das Programm «Take-Off» baut auf drei Pfeiler: Alignment bezüglich einer gemeinsamen Verkaufskultur und -ausrichtung, wirksamer Verkaufsführung und mehr Verkaufswirkung beim Kunden. Die drei Pfeiler sind aufeinander abgestimmt, um ein grösstmögliches Synergiepotenzial auszuschöpfen. Quartalsweise werden zielgerichtete Workshops und Trainings in Zusammenarbeit mit BSP. umgesetzt.

BSP. ist stolz, Partner von Akenza zu sein.



Vikram Bhatnagar, CEO, Akenza AG:
«Ich schätze die Zusammenarbeit mit BSP., da der Fokus auf die entscheidenden Erfolgstreiber gelegt wird. Zudem kann das Erlebte 1:1 in der Praxis angewendet werden. Der Nutzen ist erkennbar.» www.akenza.com

«Banking wie ich will»

Paul-David Becker im Gespräch mit Thomas Meuli, Regiobank Solothurn AG

Was hat dich nach 16 Jahren bei der PostFinance dazu bewogen, zur Regiobank Solothurn zu wechseln?

ThM: Nach neun interessanten Jahren als Regionleiter bei der PostFinance und dem Abschluss meiner EMBA-/MBA-Weiterbildung, wollte ich meine Erfahrung und mein Netzwerk bewusst innerhalb eines anderen Cockpits in einer kleineren Bank einsetzen und weiterentwickeln. Zudem hatte ich mir damals zum Ziel gesetzt, den Sprung in ein Geschäftsleitungsteam einer Regionalbank zu schaffen.

Was schätzt du an den Aufgaben und an der Verantwortung als Leiter Privatkundengeschäft der Regiobank Solothurn?

ThM: Mein Tätigkeitsfeld ist abwechslungsreich und vielfältig. Ich bin näher bei unseren Kunden und spüre ihren «Puls»

täglich. Mein persönliches Netzwerk kann ich sehr erfolgreich für Kunden und Bank einsetzen und weiter ausbauen. Wir entwickeln die Regiobank mit verschiedenen Initiativen und Projekten in die Zukunft. Dabei spielen der physische Vertrieb und die Digitalisierung eine zentrale Rolle. Dieser Spagat ist interessant und motiviert mich. Ausserdem begleite ich unsere Mitarbeitenden täglich innerhalb einer herausfordernden Change-Phase. Diese Veränderungsphase finde ich sehr spannend.

Die Regiobank setzt auf den persönlichen Verkauf, während andere Banken ihre Schalter schliessen. Was sind deine Überlegungen hierzu?

ThM: Vom Cross-Selling-Erfolg unserer Kundenzonen-Teams bin ich überzeugt. Wir dürfen täglich neue Kundenbeziehungen am Schalter gewinnen und beim persönlichen Beratungsgespräch anschliessend

ausbauen. Unser «Schaltergeschäft der Zukunft» beinhaltet seit Jahren nicht nur Ein- und Auszahlungen, sondern auch den persönlichen Kontakt. Eine hohe Service-Qualität und nutzenorientierter Verkauf sind uns wichtig: «Banking soll persönlich sein» und bleiben!



Thomas Meuli, Bereichsleiter Privatkunden & Mitglied der Geschäftsleitung der Regiobank Solothurn AG

Wie stehst du zur zunehmenden Digitalisierung im Bereich Banking?

ThM: Ergänzend zum physischen Vertrieb sind wir auch bei den Digitalisierungslösungen up to date. Wir verfolgen eine «Fast-Follower-Strategie» und haben verschiedene Digitalisierungsthemen erfolgreich umgesetzt. Vor einigen Monaten durften wir die Online-Vermögensverwaltungslösung «regioInvest» lancieren.

Wie stuft du die Bedeutung neuer Geschäftsmodelle und Anbieter im Finanzmarkt und die Zunahme von Fintech-Anbietern ein?

ThM: Bestehende und künftige Player werden uns herausfordern. Mit TrueWealth arbeiten wir allerdings eng zusammen. «regioInvest» basiert auf einer TrueWealth-Lösung. Neue Anbieter sind also nicht zwingend Mitbewerber, sie können auch Partner für uns als Bank sein.

Wie möchtet ihr euch weiter gegenüber euren Mitbewerbern profilieren?

ThM: Wir setzen auf persönliche Beratung, investieren in einen neuen Hauptsitz, in die vier Geschäftsstellen und lancieren regelmässig digitale Innovationen. Gleichzeitig investieren wir in die wichtigsten Treiber, unsere Mitarbeitenden.

Vor drei Jahren hast du eine neue Beratungsphilosophie eingeführt und zusammen mit BSP. «Ich will ...» lanciert. Was ist dabei dein Ziel?

ThM: Wir wollen die Beratungsqualität der Kundenberater positiv entwickeln und unsere Kunden besser kennenlernen. Wir holen ihre Erwartungen ab und erfüllen diese in Zukunft. «Ich will...» leitet sich von unserem Leistungsversprechen unseres Logos ab. Wir setzen «Banking wie ich es will» spürbar um. Gleichzeitig ist der Name eine interne Botschaft: «Wir wollen!»

Was wurde mit «Ich will...» erreicht?

ThM: Bis Ende 2019 werden wir den neuen Beratungsbogen mit 50% aller persönlich betreuten Portefeuille-Kunden ausgefüllt haben und wissen, wie sie beraten und wertgeschätzt werden möchten. Diese Daten stehen den Beratern für den künftigen Kontakt im CRM-System zur Verfügung. Bis Ende 2021 werden wir diese Informationen von allen Portefeuille-Kunden kennen und so unser erstes Etappenziel erreichen.

Was schätzt du an der Zusammenarbeit mit BSP?

ThM: Ich kenne die Herren Becker und Schmid schon sehr lange. Insbesondere mit Paul-David Becker arbeite ich seit mehr als 10 Jahren erfolgreich, fair und auf Augenhöhe zusammen. Dies schätze ich sehr.

Herzlichen Dank für das Interview!

«Banking soll persönlich sein und bleiben!»

regiobank
Banking wie ich es will

Positive Leadership

Roberto Vogt

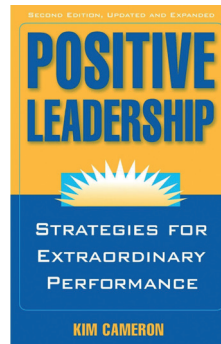
Die positive Organisationsentwicklung orientiert sich an den Stärken der Mitarbeitenden, um durch gezielte Führungsprinzipien Bestleistungen im Sinne einer positiven Abweichung von der Norm zu erreichen. Der Ansatz von «Positive Leadership», der von Kim Cameron von der Universität von Michigan geprägt wurde, steht dabei im Zentrum.

In seinem Buch wird die Bedeutung eines positiven Umfelds in jedem Unternehmen erklärt. Ausserdem werden den Führungskräften Strategien aufgezeigt, mit denen sie positive, von der gängigen Norm abweichende Leistungen in ihren Unternehmen erzielen können.

Der Autor liefert reale Beispiele für verschiedene Situationen, in denen sich die Strategien als erfolgreich erwiesen haben. Dieses Buch hat für Cameron die

Aufgabe, positive Abweichungen zu erkennen und auszuwerten, die vorhandenen Stärken und Potenziale zu erkennen und zu fördern sowie Exzellenz und intrinsische Motivation zu fördern.

Viel Spass bei der Lektüre.



Impressum

Redaktion

Paul-David Becker, Silvio Erni,
Cyrill Estermann, Andreas Schmid,
Slavica Sovilj, Roberto Vogt

Druck

Druckerei Bloch AG

Herausgeber

BSP. AG

Stadtturmstrasse 10
CH-5400 Baden
T +41 56 200 79 79
welcome@bsp.ch



Sich voneinander inspirieren lassen

Cyrell Estermann

Das Kunden Service Center der CSS Versicherung wollte nach der erfolgreichen Implementierung der Führungsstandards und -instrumente die Weiterentwicklung der Organisation mittels der Individualität der Führungspersönlichkeiten sicherstellen. BSP. wurde beauftragt, die Führungskräfte bei diesem nächsten Schritt zu begleiten. Zu diesem Zweck wurde das Programm «Hatrick @ KSC – live» lanciert.

«Hatrick @ KSC – live» fokussierte sich darauf, den Führungskräften mittels gezieltem «Best Practice» die Möglichkeit zu geben, sich auszutauschen und voneinander zu lernen. Dies sollte durch gegenseitige Standortbesuche, verteilt über die ganze Schweiz, sichergestellt werden.

In einem ersten Workshop wurde das oberste Führungskader aufgefordert, gemeinsam zu definieren, was an einem solchen Inspirationsparcours innerhalb

der Führungsinstrumente ganz konkret gesehen und erlebt werden sollte und welche Themen bei einer abschliessenden Austauschgesprächsrunde behandelt werden könnten.

In drei Projektgruppen, unter der Verantwortung der Regionenleiter und in Begleitung von BSP., wurden anschliessend die «Live»-Einsatzplanung, der Vor-Ort-Inspirationsparcours und die Schlussgesprächsrunde entwickelt. Die Resultate wurden dem obersten Führungskader vorgestellt und abgesegnet.

Seit Ende August laufen nun die insgesamt 15 «Live Visits». Es ist eine Freude zu sehen, wie gastfreundlich die Besucher empfangen werden, wie authentisch sich die Gastgeber an ihren Meetings und Coachings zeigen und welch konstruktive und wertvolle Feedbacks verteilt werden. Ebenfalls wertvoll ist, am Abend zu hören, was beide Seiten mitnehmen.



Andreas Brechbühler, KSC-D-CH
Regionenleiter, CSS Versicherung:
«Mit gegenseitigem Austausch viele Hatricks erzielen.»

Senior Consultant

Silvio Erni



«Veränderungsprozesse sind wie eine Weinflasche - die wird auch erst gut, wenn sie offen ist.»

Die Lust auf Kundenbegegnungen, die wird mit BSP. geweckt. Dies hat mich als ehemaliger Aussendienstmitarbeiter

und leidenschaftlicher Unternehmer gleich begeistert – und der Schritt zur Zusammenarbeit war entsprechend nicht mehr weit.

Seit 17 Jahren setze ich mich mit Coaching auseinander und das Engagement für Menschen in herausfordernder Führungsverantwortung, Entscheidungssituationen oder im Überwinden von Verhaltensmustern, um zufriedener, robuster oder schneller seine Ziele zu erreichen, ist für mich nicht mehr wegzudenken.

Es würde mich sehr freuen, wenn ich zusammen mit BSP. schon bald auch für Sie tätig werden dürfte. In der Tiefe der Umsetzung, ganz nahe an der Front, dort wo es den meisten Autoren nicht wert ist, einen Artikel darüber zu schreiben, da fühle ich mich am wohlsten.

Sales Power 2019

Paul-David Becker

Am 12. November 2019 findet erneut der Event «Sales Power» im Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon statt.

Die interaktive Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Führungs- und Fachkräfte aus dem Vertrieb und setzt sich mit dem Thema des optimalen Verkaufs von Innovationen auseinander. Dabei wird auf einen spannenden Mix aus Forschungsergebnissen und Best Practices hochkarätiger Unternehmen gesetzt. Sie werden mehr über den erfolgreichen Vertrieb von Innovationen lernen, von Erfahrungen anderer Unternehmen profitieren und haben die Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Sales Power bringt relevantes Wissen für Entscheider. Reservieren Sie sich Ihr Ticket mit dem Gutscheincode **SP19_BSPSP_TQ7** und erhalten Sie einen Rabatt von CHF 200.- unter:

www.swissmarketingforum.ch