

BSP.

BEST PRACTICE



Aus Kundensicht

Paul-David Becker

Die drei häufigsten Lügen im Leben lauten: «Ich liebe dich.», «Ich melde mich wieder bei dir.» und «Wir sind kundenorientiert». Dies behauptete zumindest Dr. Professor Manfred Brun, Marketing-Koryphäe der Universität Basel. Wir bei BSP. betrachten Kundenorientierung als Haltung und zwar als ein Handeln im Sinne des Erfolgs – von Ihnen und Ihren Kunden.

Die Herbstausgabe von «Best Practice» befasst sich mit dem Thema des Handelns bzw. der Haltung aus Kundensicht. Anhand zwei konkreter Projektbeispiele und deren methodischen Ansätze wird die Herangehensweise aus Kundensicht verdeutlicht. Dabei wird ein Verkaufstraining nicht aus Anbietersicht konzipiert und umgesetzt, sondern aus der Perspektive der Kunden. Daraus resultierte eine Um-

satzsteigerung von über 20%. Ebenfalls wurden «0-Messungen» durchgeführt – eine Art «Mystery Shopping» als Startschuss eines Befähigungsprogramms, welches die wichtigsten Lernbedürfnisse der Verkaufsbelegschaft einer renommierten Bank aus Kundensicht offenbart.

Aber ohne «Grit», kein Erfolg. «Grit – die neue Formel zum Erfolg» ist unser Buchtipp. Denn im übertragenen Sinn bedeutet «Grit» Mumm oder Mut, etwas zu verändern oder umzusetzen. BSP. ist stets bestrebt seine Kunden zu befähigen und zu begleiten, mehr Mut in der Umsetzung an den Tag zu legen, und zwar als kundenorientierte Haltung. Dabei sind die Führungskräfte der Schlüssel zum Erfolg. Denn diese stellen die nachhaltige Umsetzung und Anwendung des Neuen bzw. des Gelernten in der Praxis sicher.

Hier unterscheidet sich BSP. von herkömmlichen Trainingsanbietern und Unternehmensberatungen: Wir befähigen die Führungskräfte als Vorbilder, Trainer, Coaches und Umsetzungsbegleiter – als Erfolgsgaranten.



SAQ Super League

Roberto Vogt

Seit Mitte 2021 spielen die Raiffeisenbank Lägern-Baregg und drei weitere Raiffeisenbanken der Region Baden um den Aufstieg in die «SAQ Super League». Das Ziel: Sämtliche Führungskräfte und Kundenberatende sind bis Mitte 2022 SAQ zertifiziert oder rezertifiziert. Geschult werden alle Beteiligten durch BSP. Die Prüfungsabnahme erfolgt im 2. Quartal 2022 durch Kalaidos.

Vor Programmstart war es aus Sicht des Projektteams wichtig, eine individuelle Standortbestimmung pro Kundenberatenden durchzuführen. Während zwei Wochen fanden einstündige Beratungsgespräche mit allen Beteiligten statt, welche anhand der SAQ-Kriterien bewertet wurden. So konnten Schwerpunktthemen der Ausbildung abgeleitet werden.

«Ohne die stufengerechte Beteiligung der Führungskräfte in ihren

Rollen als Coaches und Co-Trainer, trifft der Erfolg nicht ein.», unterstreicht Roberto Vogt, Managing Partner von BSP. und Co-Leiter des Programms. «Die Führungskräfte erhalten eine aktive Rolle während der Trainings sowie in der Sicherstellung des Lerntransfers.», doppelt Vogt nach. Daher wurden sämtliche Führungskräfte seitens BSP. in ihren Rollen als Coaches und Trainer systematisch befähigt, um einen wesentlichen Teil zur erfolgreichen Umsetzung beizutragen.

«Nebst der Involvierung der Führungskräfte im Programm hat uns die BSP.-Garantie überzeugt, dass es alle schaffen werden», bekräftigen Thomas Hofmann, Leiter Anlage- und Firmenkundengeschäft und Marc Klausner, Leiter Privatkundengeschäft. «Am wichtigsten jedoch, ist die nachhaltige Entwicklung und der langfristige Erfolg jedes Einzelnen. Auf die Zusammenarbeit mit BSP. freuen wir uns.»

RAIFFEISEN



«SAQ Super League» ist ein Befähigungs- und Entwicklungsprogramm, an welchem die Raiffeisenbanken Lägern-Baregg, Aare-Reuss, Surbtal und Würenlos beteiligt sind. Thomas Hofmann und Marc Klausner leiten das Programm seitens der Raiffeisenbanken.

Survival of the Fittest

Paul-David Becker im Gespräch mit Marc Klauser und Thomas Hofmann, Mitglieder der Bankleitung Raiffeisen Lägern-Baregg

Seit über drei Jahren sind Sie in der Geschäftsleitung der Raiffeisen Lägern-Baregg. Wie haben Sie die Entwicklung in den letzten drei Jahren erlebt?

T.H.: Die Herausforderungen mit der Pandemie-Situation haben uns alle stark beeinflusst und die fehlenden physischen Kontakte haben eine nachhaltig erfolgreiche Zusammenarbeit erschwert.

M.K.: Das «Banking» ist in einer Veränderung, die auch an uns nicht vorbeigeht. Wir haben viele Prozesse hinterfragt und die Organisation bestmöglich auf die Zukunft ausgerichtet.

Wo sehen Sie Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren?

M.K.: Die Kundenschnittstelle gerät weiterhin unter Druck und eine technologie-affine Kundschaft verliert mit zunehmender

Digitalisierung an Loyalität. Regulatorische Anforderungen sorgen für hohe Markteintrittsbarrieren, nutzen jedoch vermehrt Vermittlungs- und Plattformgeschäftsmodele. Neue Anbieter werden auch aus dem Ausland in unseren Markt eintreten und erhöhen so die Preissensitivität. Die Verschärfung des Wettbewerbs wird zunehmen und die Weiterentwicklung vorantreiben.

T.H.: Vor allem bei den Firmenkunden sind die Folgen von Covid-19 nicht abschliessend beurteilbar. Wichtig ist, dass wir nahe beim Kunden sind. Eine qualitativ hochstehende Beratung und Begleitung ist von zentraler Bedeutung und dabei soll uns die «SAQ-Super League» unterstützen.

Wie sieht die Kundenberatung der Zukunft aus?

M.K.: Die Kundenberatung wird unter anderem durch ein Omnikanal-Verhalten

der Kunden beeinflusst. Diese wünschen sich jederzeit auf verschiedenen Kanälen Antworten zu erhalten. Die Kunden wählen den Kanal selbst und die Kundenberatern müssen auf verschiedenen Kanälen flexibel sein und auf einer grossen Themenklaviatur fit sein, so dass die Kundenbedürfnisse befriedigt werden können.



Marc Klauser, Leiter Privatkunden
Raiffeisen Lägern-Baregg

Welche Implikationen hat die Digitalisierung für die Raiffeisenbank?

T.H.: Es wird künftig darum gehen, für alle Kundengruppen die gewünschten Kanäle anzubieten. Jüngere Kunden, sind affin gegenüber den neuen Medien, legen aber Wert auf eine persönliche, individuelle Beratung bei komplexeren Themen. Mit einem hybriden Beratungsmodell können wir diesen Anforderungen gerecht werden.

Welche Implikationen haben die regulatorischen Anforderungen?

M.K.: Die aktuelle Regulierung erschwert und verteuert die Innovation und Anpassung von Prozessen. Sie fordert konkrete Anwendungsschritte von uns und die Einhaltung von Rahmenbedingungen.

Was versprechen Sie sich davon, alle Ihre Kundenberatenden gemäss SAQ zu zertifizieren?

«Die Referenten haben nicht nur ein Programm vorgestellt, sondern unser Herz berührt und ihr «Vertriebsfeuer» auf uns übertragen.»

M.K.: Unsere Frontmitarbeitenden sind täglich mit unseren Kunden im Kontakt. Dabei zählt künftig: «Survival of the Fittest». Wir sind überzeugt, dass die Beratungs-/ Verkaufskompetenz ein Wettbewerbsvorteil sein wird. Wir haben uns entschieden, diese Kompetenzen im Zusammenhang mit der SAQ-Zertifizierung zu vereinigen.

T.H.: Mit der Zertifizierung wollen wir eine nachhaltige, qualitativ hochstehende Beratung sicherstellen. Gleichzeitig wollen wir die Arbeitsmarktfähigkeit unserer Mitarbeitenden garantieren.

Was war ausschlaggebend für Ihre Entscheidung für eine Zusammenarbeit mit BSP?

M.K.: Ausschlaggebend war die langjährige Erfahrung und dass die Referenten nicht nur ein Programm vorgestellt, sondern unser Herz berührt und ihr «Vertriebsfeuer» auf uns übertragen haben!

T.H.: BSP hat uns überzeugt mit ihrem Know-How, ihrer grossen Erfahrung, mit der spürbaren Begeisterung und der Leidenschaft für das Thema. Kombiniert mit einem überzeugenden Konzept, dem Eingehen auf unsere individuellen Wünsche und der professionellen Begleitung ist BSP der perfekte Partner für uns.

Herzlichen Dank für das Gespräch.



Thomas Hofmann, Leiter Anlage- und Firmenkunden, Raiffeisen Lägern-Baregg

RAIFFEISEN

Grit – Neue Formel zum Erfolg

Slavica Sovilj

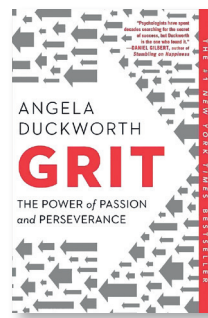
In ihrem Bestseller zeigt die Psychologin Angela Duckworth allen, die nach Erfolg streben, dass das Geheimnis herausragender Leistungen nicht primär in Talent und hohem IQ liegt. Vielmehr ist es eine besondere Mischung aus Leidenschaft und Beharrlichkeit, die sie «Grit» nennt, – was im Englischen so viel wie Biss und Mumm heisst.

Anhand wissenschaftlicher Studien und Praxisbeispielen zeigt sie, wie man an sich selbst arbeiten kann, um sein «Grit» zu stärken. Dazu gehört:

- sich ein Lebensziel zu setzen, auf das alle kleinen Ziele des Alltags ausgerichtet sind.
- viele verschiedene Dinge auszuprobieren, um herauszufinden, wofür man sich begeistern kann.
- bewusst zu lernen, hart zu trainieren und sich laufend Feedback zu holen,

- um sich zu verbessern.
 - eine optimistische Denkweise zu kultivieren.
 - sich einem «grittigen» Umfeld anzuschliessen.
- Angela Duckworth gibt viele weitere praktische Tipps, wie man mit Begeisterung und Ausdauer zum Ziel gelangt.

Viel Spass bei der Lektüre.



Impressum

Redaktion

Paul-David Becker, Silvio Erni, Sabrina Fuchs, 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



Die Ergebnisse lassen sich sehen

Paul-David Becker

Die Ryser Optik AG in St. Gallen hat im Jahr 2021 ein Vertriebsdynamisierungsprogramm mit BSP umgesetzt. Das Herzstück des Programms war ein zweitägiges Verkaufstraining. Der Trainingsansatz sollte vermehrt aus Kundensicht konzipiert und umgesetzt werden. Das Resultat: Eine Umsatzsteigerung von über 20%.

Verkauf aus Kundensicht

«In der Regel wird das Verkaufspersonal von ehemaligen Optikern geschult.», betont Daniel Betschart, Geschäftsführer der Ryser Optik AG. «Allerdings wollten wir einen neuen Weg einschlagen und das Verkaufspersonal aus Kundensicht befähigen», ergänzt Betschart. Wichtig dabei war die Konzeption des Programms in Co-Creation mit den Führungskräften der Ryser Optik AG. Somit konnte

sichergestellt werden, dass sowohl das Fachliche als auch das Verkaufserische perfekt aufeinander abgestimmt werden. Darüber hinaus erhielten die Führungskräfte aktive Trainings- und Coaching-Rollen während der Trainings. Die Nachhaltigkeit des Gelernten konnte somit gesteigert werden.

Verbindlichkeit dank Quality Checks

Damit das Gelernte in der Praxis gefestigt werden konnte, wurden eintägige Quality Checks umgesetzt. Die Quality-Checks umfassten die Durchführung von realen «Live-Gesprächen» in der Filiale mit unmittelbarem Feedback und Reflexionsgesprächen. Paul-David Becker, Managing Partner von BSP und Account Manager der Ryser Optik AG, unterstreicht die Wichtigkeit «Immer am Ball zu bleiben und Impulse zu setzen.» Weitere Impulse für 2022 sind geplant.



Daniel Betschart, Geschäftsführer der Ryser Optik AG, will sich von herkömmlichen Optikern differenzieren durch die Kombination eines qualitativ hochwertigen Brillenangebots mit Top-Beratungs- und Servicequalität zusammen mit in der Schweiz einzigartigen Optometrie-Dienstleistungen zur Förderung nachhaltig gesunder Augen.

Young Talent Support

Sabrina Fuchs

Mein Name ist Sabrina Fuchs und ich mache derzeit meinen «Bachelor in Business with Finance» an der Cass Business School in London. Potenzielle Arbeitgeber erwarten, dass man sich während der Semesterferien im Arbeitsalltag einbringt. Nach erst einem Studienjahr ist es aber oft schwierig, ein Praktikum zu bekommen. Nicht aber bei BSP: Nachdem ich aufzeigte, weshalb Unternehmensberatung und BSP mich interessieren, erhielt ich ein Angebot für ein Sommerpraktikum.

Während der sechs Wochen habe ich viel erlebt und war vom ersten Tag an Teil des Geschehens. Mir wurde viel Verantwortung übertragen – eine Geste, die man als junger Mensch zu schätzen weiss. Das Gefühl, wenn Dokumente an Trainings verwendet werden, an denen man massgeblich beteiligt war, ist aussergewöhnlich. Einerseits ist da die respekt einflussende

Tragweite der Aufgabe, und andererseits ein bestärkendes Gefühl, dass man seinen Teil zum Training beigetragen hat.

Es war bereichernd P.-D. und Slavica bei einem Führungstraining «in Action» zu sehen. Die Energie und Menge an vermitteltem Wissen beeindruckten mich. Es gelang ihnen, das Interesse der Teilnehmenden zu wecken und die Begeisterung, die daraus entstand, war mitreissend. Es war zudem eine einzigartige Möglichkeit für mich, im Team mit Mitarbeitenden eines führenden Krankenversicherers Aufgaben zu lösen und mein Netzwerk zu erweitern.

Ich bin froh, hat BSP mir eine Plattform gegeben, Verantwortung zu übernehmen, Neues zu lernen und eine Idee davon zu gewinnen, was Unternehmensberatung heisst. Jetzt kann ich mir unter dem Wahlfach «Mentoring & Coaching for Leadership» etwas vorstellen und vielleicht

entscheide ich mich dafür, meine Praxis mit Theorie zu ergänzen. Falls es mir gefällt, kann ich mich im dritten Jahr weiter spezialisieren und eines Tages selbst Unternehmen unterstützen.



Sabrina Fuchs, Studentin an der Cass Business School in London und ehemalige Praktikantin bei BSP.