



Ausbildung Hybridberater

Qualifizierungsmaßnahmen für Kundenberater
im stationären Vertrieb für die mediale Beratung



Zukunftsaufgabe mediale Beratung

Ein Virus mit Folgen

Die Corona-Pandemie hat den Sparkassenvertrieb vor große Herausforderungen gestellt. Interne Bereiche wurden lokal an unterschiedlichen Standorten untergebracht, um für den Fall der Fälle handlungsfähig zu bleiben. Geschäftsstellen wurden in der "harten" Phase des Lockdowns geschlossen. Berater mussten den Kontakt zu ihren Kunden und ihren Vertrieb allein über das Telefon aufrechterhalten. Und auch in den Phasen der ersten Lockerungen haben wir schon deutlich gespürt, dass sich viele Kunden vor dem Hintergrund eines Infektionsrisikos scheuen, in eine Geschäftsstelle zu kommen. Der Kontakt zu unseren Kunden war und ist immer noch reduziert.



Ja, die Krise hat weitreichende Folgen... selbst für die Institute, die bereits in den letzten Jahren intensiv in digitale Lösungen zur Durchführung medialer Beratungen investiert haben und vermeintlich gut aufgestellt waren. Natürlich konnten hier die meist wenigen aber gut qualifizierten Mitarbeiter in der medialen Beratung nicht die Termine des stationären Vertriebs vollständig übernehmen. Dafür waren die DBC's entweder noch in der Projekt- oder Einarbeitungsphase oder auch personell schlichtweg zu dünn aufgestellt.

Im stationären Vertrieb blieben trotz vieler Überstunden, trotz vieler Beratungen am Telefon, trotz Aufstockung von Kapazitäten im telefonischen Service viele Kontakte, Cross-Selling-Ansätze liegen und somit auch bares Geld auf der Strecke. Nicht zuletzt die Gefahr eines erneuten Lockdowns, als auch die Befürchtung, dass sich ähnliche Situationen in Zukunft wiederholen werden, brachte in der Folge allerdings einige Geschäftsleitungen ins Handeln.

Drei Handlungsalternativen für Vertrieb ohne stationären Kontakt

Dabei war natürlich in den Zeiträumen der Kontaktbeschränkungen schnelles Handeln erforderlich. Über Webinare wurden Kundenberater für die Facetten der Beratung ohne den persönlichen Kontakt in der Filiale geschult. Die Grafik aus einem Webinar macht die Bandbreite und Möglichkeiten der Interaktionen deutlich.



1. So kann natürlich bei wenig erklärungsbedürftigen Produkten eine Beratung ausschließlich auf der "Tonspur", also telefonisch, erfolgen.

2. Als Berater habe ich zudem die Möglichkeit, vor dem vereinbarten telefonischen Beratungsgespräch Unterlagen auf dem Postweg oder als E-Mail-Anhang zuzusenden. Hier bin ich dann schon etwas flexibler unterwegs und kann auch etwas komplexere Sachverhalte anhand der Unterlagen (remote) erläutern. Nachteil: Ich weiß nicht, ob der Kunde tatsächlich das sieht und vor Augen hat, was ich jetzt gerade erläutere. Die Kontrolle über den Prozess fehlt.

3. Und natürlich gibt es auch hier noch die dritte Variante. Ich berate den Kunden mit Unterstützung technischer Applikationen live und online. Ob der Beratungsprozess dann tatsächlich vom Kamerabild des Beraters begleitet wird und die volle Palette digitaler Interaktionsmöglichkeiten über MS Teams, Skype for Business, Talkevent, Go to Meeting, Webex oder andere Videokonferenz-Anwendungen genutzt wird oder nur einfache Screen Sharing Tools wie Mikogo eingesetzt werden, war dabei zunächst einmal nicht entscheidend.

Mit den Rahmenbedingungen und der Technik improvisieren

In vielen Häusern kam es in der Corona-Situation vielmehr darauf an, schnell zu handeln und die vorhandene Infrastruktur möglichst effizient einzusetzen. Die Thin-Client-Umgebung und die teilweise geringen Bandbreiten im Netz gaben hier meist den Handlungsspielraum vor. So wurden wir bei einigen Umsetzungsprojekten auch mit bisweilen sportlichen technischen Lösungsansätzen konfrontiert.

Corona als Evolutionsbeschleuniger?

Der erste Eindruck im April und Mai 2020 war, dass sich jetzt die ganze Welt aufmacht, um nur noch digital zu kommunizieren. Die Bandbreiten im Netz wurden knapp. Streaming-Dienste wie Netflix reduzierten ihre Bandbreite, um der Nachfrage Herr zu werden. Der Abo-Absatz für Videokonferenzsysteme explodierte. Und damit auch die Zahl der Menschen, die in einigen betrieblichen Videokonferenzen mit ihrem Verhalten vor der Kamera für Empörung, lautes Lachen oder zumindest Schmunzeln gesorgt haben. Ich denke, da kann nahezu jeder von uns eine Geschichte erzählen.



Auch "Otto Normalverbraucher" hat seine Skepsis, diesen Kommunikationskanal zu nutzen, zumindest etwas relativiert. Erstmals wurden auch Menschen, vor allem ältere Mitbürger, an die Videofonie herangeführt, die zuvor keinen Gedanken an das Thema verschwendet haben. Not macht erfinderisch und senkt auch Hemmschwellen.

Die Situation in diesen Monaten machte aber auch deutlich, dass die Infrastruktur an ihre Grenzen kam. Deutlich wurde auch, dass in unseren Unternehmen noch erhebliche Anstrengungen unternommen werden müssen, digital fitter zu werden – und das betrifft zum einen die rein technische Infrastruktur, aber auch das Know-How von Mitarbeitern und der für die Implementierung von digitalen Lösungen verantwortlichen Mitarbeiter.

Da reicht doch eine Webcam, oder?

Diese Frage bekommen wir ab und zu gestellt, wenn sich ein Kunde mit dem neuen Vertriebsweg Videoberatung und den Möglichkeiten medialer Beratungen auseinandersetzt. Und wie immer ist das eine Aussage, die nur auf den ersten Blick richtig ist. Natürlich sind die technischen Möglichkeiten mittlerweile einfach zu handhaben. Für ein einfaches Videogespräch mit Familienmitgliedern oder Freunden reicht natürlich eine Webcam (die meist auch schon in das Gerät fest integriert ist) und eine der Applikationen, die ohnehin schon vorinstalliert sind. Das Problem ist wie immer etwas vielschichtiger und differenzierter zu betrachten, weil die Anforderungen unserer Kunden und auch die Zielsetzungen für derartige Beratung sich vom privaten Chat deutlich unterscheiden.

Die eingesetzte Hardware hat einen nicht unwesentlichen Einfluss auf einen digital ergonomischen Arbeitsplatz. Und das fängt meist schon mit einem leistungsfähigen Rechner an. Beim derzeitigen Stand der Technik haben wir die besten Erfahrungen mit Fat-Clients, die die volle Rechnerfunktionalität bieten, gemacht. Thin-Clients sind möglich, wenn auf einzelnen Funktionalitäten, wie z.B. ein Stiftdisplay, verzichtet wird. Ab 2023 werden laut Finanz Informatik auch diese technischen Hürden der Vergangenheit angehören, so dass an jedem Arbeitsplatz in der Organisation die volle Funktionalität in der Videoberatung zur Verfügung stehen wird.



Der Videoberater arbeitet in einem digitalen Umfeld: Sein Arbeitsbereich, also sein Schreibtisch, ist die Bildschirmoberfläche. Zwei Flachbildschirme mit einer Bildschirmdiagonale von mindestens 24 Zoll im 16:9-Format bieten dabei eine gute Basis für digital-ergonomisches Arbeiten. Schon hier stoßen wir häufig in den Häusern an Grenzen, weil die Investitionen für eine flächendeckende Ausstattung der Beraterplätze mit zwei Monitoren gescheut werden. Natürlich ist es richtig, dass mit der derzeitigen Technik auch mit nur einem Bildschirm Videochats möglich sind. Will ich jedoch ein professionelles Agieren im Kundenkontakt sicherstellen und auch der Sicherheit beim Teilen von Bildschirminhalten Rechnung tragen, dann komme ich an dieser Investition nicht vorbei.

So hat der Berater ausreichend Platz, seine Visualisierungen und Beratungsstrecken vorzubereiten und in den Videostream einzuspielen. Darüber hinaus können weitere Anwendungen geöffnet werden und somit während der Beratung im direkten Zugriff gehalten werden. Die Kamera ist meist eine handelsübliche Webcam. Bei den DBC-Arbeitsplätzen verwenden wir i.d.R. keine in den Rahmen des Bildschirms fest eingebauten Kameras, weil auch das die Flexibilität einschränkt. Eine extern entweder am Bildschirmrand angeklebte oder auf einem separaten Schwanenhals-Stativ befestigte Kamera setzt den Berater optimal ins Bild. Bei der Auswahl und auch bei der Positionierung der Kamera ist der Erfassungswinkel in Verbindung mit der Raumsituation zu berücksichtigen. Schließlich soll das projizierte Bild dem Kunden eine professionelle und aufgeräumte Arbeitsumgebung zeigen.

Ein Stiftdisplay rundet die technische Plattform für Videoberatungen ab. Gerade komplexe Beratungssituationen leben von der Visualisierung durch den Berater. Dabei spielt nicht nur das auch im stationären Vertrieb genutzte weiße Blatt für Skizzen oder Stichworte eine Rolle. Auch vorgefertigte Beratungsunterlagen und sogar Screens aus OS-Plus_neo können so individualisiert und besser verständlich dem Kunden erläutert werden. Bei der Auswahl des Stiftdisplays spielt die Haptik eine große Rolle. Die Arbeitsoberfläche sollte in etwa einem DIN-A4-Blatt entsprechen und mit dem digitalen Zeichenstift ein gutes Schreibgefühl ermöglichen. Einfache Schreiboberflächen ohne Bildschirm fallen hier somit durch das Raster.

Welche Ausstattung und Variante von Ihrem Haus gewählt wird, orientiert sich an den Aufgaben der Berater und an der zugeordneten Kundenzielgruppe. Dabei gilt die einfache Faustregel: Je anspruchsvoller die Beratungssituation und das Kundenklientel sind, um so mehr technische Möglichkeiten sollte der Berater nutzen können, um möglichst individuelle, kreative und persönliche Beratungen sicherzustellen.

Den Kunden mitnehmen! Den digitalen Schwung beibehalten!

Natürlich haben wir erlebt, dass nach der Öffnung der Filialen, viele Kunden wieder den Weg in die Filialen gefunden haben. War die Bereitschaft der Kunden zu Beginn der Pandemie und vor dem Hintergrund der Schließung der Präsenzberatung noch sehr hoch, sich telefonisch oder aber auch "vollmedial" beraten zu lassen, hat diese Begeisterung mittlerweile wieder abgenommen.



Wir können aber feststellen, dass der Anteil digital affiner Kunden (Kunden, die können und wollen) deutlich zugenommen hat. Sind wir noch vor ca. 4 – 5 Jahren von einem 20prozentigen Anteil digital affiner Kunden im Privatkundenbereich ausgegangen, so gehen unsere Schätzung heute eher in Richtung 40% und mehr.

Natürlich fragen die meisten Kunden nicht aktiv eine Beratung über den Videokanal nach. Hier erleben die Berater häufig, dass gerade bei der Beratung in finanziellen Fragen, der Kunde der Technik

noch etwas skeptisch gegenübersteht. „Ist das alles auch tatsächlich sicher und diskret?“

Leidet nicht der persönliche, vertrauensvolle Kontakt unter dem Medium? Ist das alles auch so anschaulich, wie unter vier Augen im Beratungszimmer?“

Diese Fragen machen deutlich, dass ein großer Teil der Kunden aktiv an das Thema herangeführt werden muss. Eine aktive Akquise in Verbindung mit einem „Welcome-Call“ oder „Schnuppergespräch“ reduziert dabei die Distanz zu diesem Medium.

Sind unsere Berater eigentlich schon ausreichend digital affin?

An dieser Stelle erhalten Sie von uns ein klares "Jein". Die Affinität unserer Berater für digitale Beratungen im stationären Vertrieb ist genauso wie bei unseren Kunden gut verteilt. Da gibt es den jungen Berater mit Tendenz zum technischen Nerd, der jede Innovation begierig aufsaugt und damit hadert, dass sich seine Apple-Watch noch nicht mit Lotus Notes synchronisieren lässt. Da gibt es aber auch den Filialleiter, der am liebsten seine Kundentermine noch in einem Leporello-Faltkalender pflegen möchte und das auch tun würde, wenn das nicht zu einem lautstarken Protest im KundenServiceCenter führen würde.



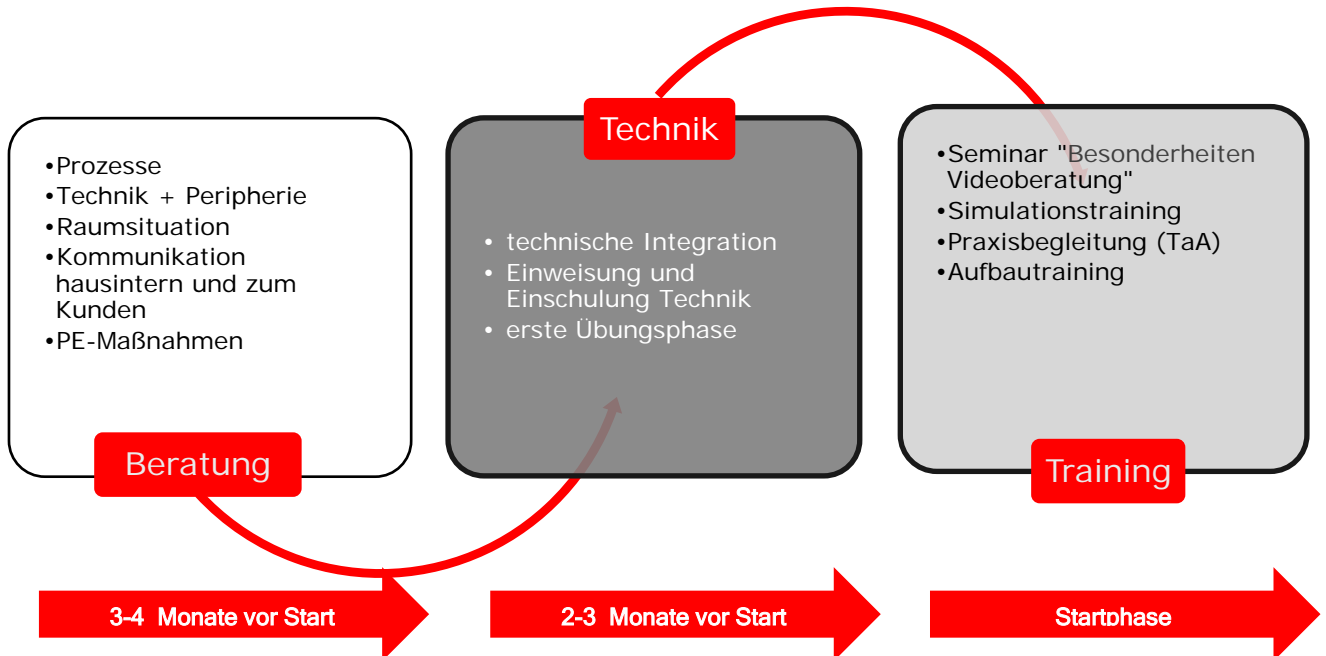
Es gibt beide Ausprägungen. Wenngleich man leider konstatieren muss, dass unsere Kunden da teilweise weiter und somit digital affiner sind als ihre Berater. Ich habe vor kurzem noch aus nächster Nähe mitbekommen, wie ein Sparkassenvorstand die bei ihm stark blutdrucksteigernde Mitteilung erhielt, dass die Onlinebanking-Nutzungsquote der eigenen Mitarbeiter geringer als der Kundendurchschnitt ist. Und das ist bei weitem kein Einzelfall.

Festzuhalten bleibt: Gerade bei diesem Thema sind enorme Anstrengungen notwendig, die Berater in diese digitale Zukunft mitzunehmen. Dazu gehört auch, dass ich als Unternehmen unmissverständlich klar machen muss, dass der Markt und auch die Sparkasse sich nachhaltig verändern werden. Dass die Geschäftsmodelle der Vergangenheit in den 2020er und 2030er Jahren keinen Platz mehr haben werden. Es wird einfach keine analogen Nischen mehr geben, in die man sich zurückziehen kann. Und das muss auch der letzte Mitarbeiter begreifen!

Hinzu kommt, dass bei vielen Beratern einfache digitale Kernkompetenzen gefördert werden müssen. In unserer Praxis haben wir mehrfach erlebt, dass es einigen Beratern an grundlegenden Kenntnissen zum Umgang mit Windows-Betriebssystemen, der speziellen Arbeitsumgebung im Thin-Client, dem Umgang mit Maus und Tastatur und Standardprogrammen wie Adobe Reader oder MS Powerpoint fehlt.

Einführung mediale Beratung

Wie können wir Ihr Unternehmen unterstützen?



Seit nunmehr 15 Jahren begleiten wir Projekte zur Einführung von Videochat, Videoberatung oder Expertenzuschaltung. Dabei wird die technische Umsetzung meist hausintern oder durch die Einbindung weiterer Dienstleister (z.B. Finanz Informatik oder Sparkassen Finanzportal) sichergestellt.

Wir begleiten Sie in dem Umsetzungsprozess als Berater zur Klärung der strategischen Positionierung, der Vertriebssteuerung, bei der Personalentwicklung und der Ausgestaltung der Prozesse. Als Trainer unterstützen wir Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter mit Seminaren, Simulationstrainings und Praxisbegleitungen.

Profitieren Sie so von den Best-Practice-Ansätzen unserer Organisation bei der Einführung der medialen Beratung im stationären Vertrieb.

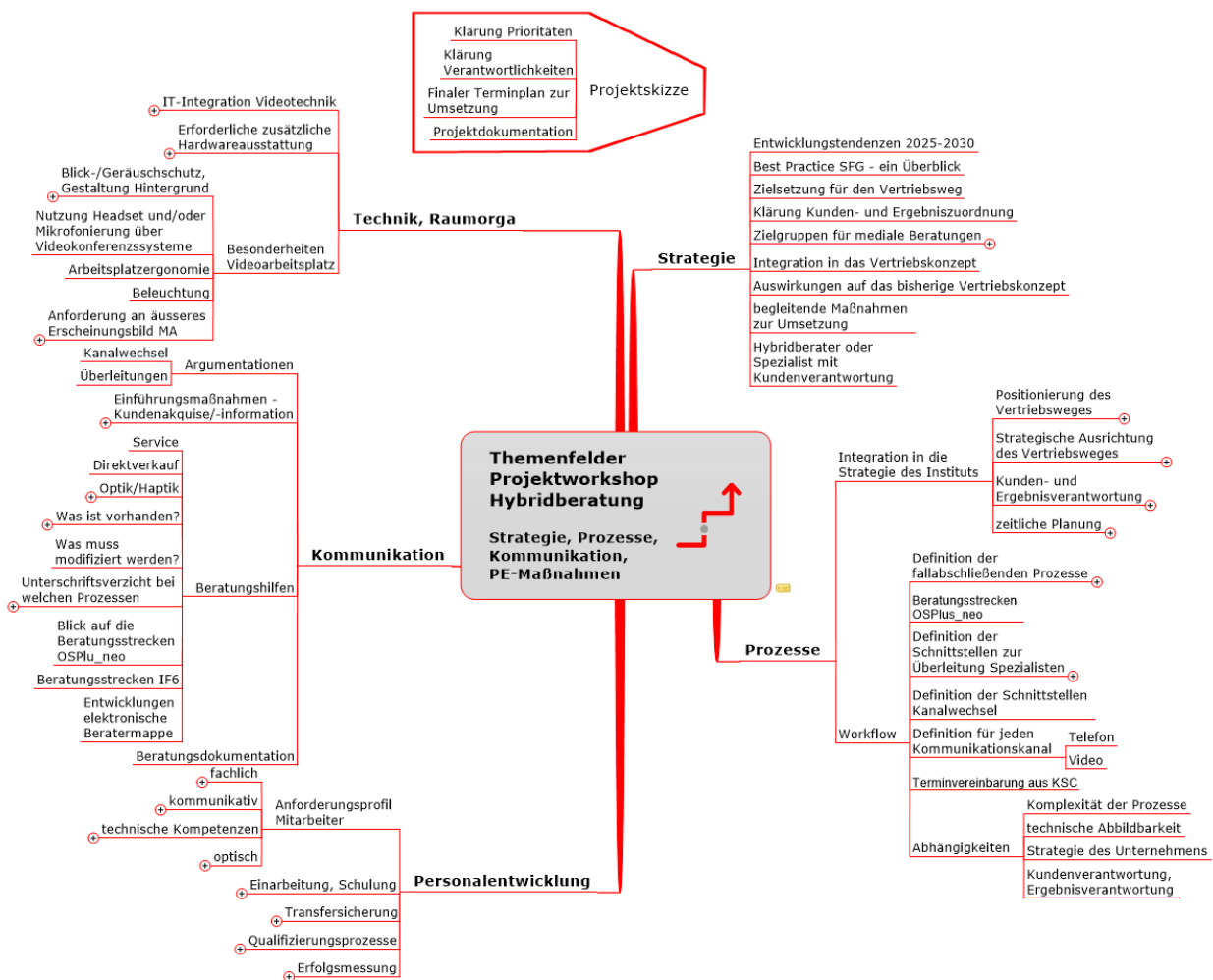
Projekt- und Planungsworkshop Handwerkskiste mediale Beratung



In einem oder mehreren themenzentrierten Workshops werden dabei alle Aspekte der Einführung der Videoberatung im stationären Vertrieb beleuchtet.

Mit der Einführung von OSPlus_neo werden in den Projektworkshops auch die Integration der Beratungstrecken thematisiert und vor allem vor dem Hintergrund der Gesprächsdauer modifiziert.

Die Komplexität des Themas und der Projektfelder macht die MindMap deutlich:



Umfang und Detaillierung

Der zeitliche Umfang an Beratertagen richtet sich nach den im Haus vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen. Wir empfehlen Ihnen für den Start des Projektes einen halbtägigen Workshop mit der Unternehmensleitung und den Projektverantwortlichen (ca. ¼ / ½ Jahr vor

Start). In diesem Workshop geben wir Ihnen auch einen Überblick zu den Möglichkeiten des Mediums und zur Marktsituation.

Beratung

Handwerkskiste digital



Die Themenliste und der Beratungsumfang wird mit Ihnen vor dem Start des Projekts abgestimmt und kann natürlich um weitere Aufträge ergänzt werden.

In der sich anschließenden Diskussion werden die weitere Vorgehensweise und der Umfang der Beratungsdienstleistungen unseres Unternehmens mit Ihnen festgelegt. Dieser Projektplanungs-

Workshop kann auch digital durchgeführt werden.

Motivation und Einstellung

"Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist eine vorübergehende Erscheinung."



Heute löst diese Aussage von Kaiser Wilhelm II ein überraschtes Stirnrunzeln aus. Doch diese Meinung war im 19. Jahrhundert weit verbreitet. Und auch das 20. Jahrhundert war voll mit Fehleinschätzungen zur technischen Entwicklung und zur flächendeckenden Verbreitung von Trends:

"Das Internet ist nur ein Hype!"
(Bill Gates, Microsoft® Corporation, 1995)

"Ich denke, es gibt weltweit einen Markt für vielleicht fünf Computer." (Thomas John Watson, Vorsitzender von IBM, 1943)

"Der Fernseher wird sich auf dem Markt nicht durchsetzen. Die Menschen werden sehr bald müde sein, jeden Abend auf eine Sperrholzkiste zu starren." (Darryl F. Zanuck, Chef der Filmgesellschaft Twentieth Century Fox, 1946)

"Das Internet wird 1996 kollabieren." (Robert Metcalfe, Erfinder des Ethernet, 1990)

"Einkäufe per Computer werden niemals die Freuden des persönlichen Einkaufens ersetzen können." (John Naisbitt, amerikanischer Prognostiker)

Wenn wir diese Statements hier zitieren, dann deshalb, weil sie uns sehr stark an Aussagen erinnern, denen wir auch heute noch im Rahmen von Diskussionen um die Vertriebsstrategie und die Umsetzung technischer Innovationen in Sparkassen und Banken begegnen.

"...na, so schlimm wird's schon nicht werden!", "...unsere Kunden sind da ganz anders drauf!", "...es ist noch immer gut gegangen!", "...meine Kunden werden auch noch in den nächsten 10 Jahren in die Filiale kommen und an meinem Schreibtisch sitzen!"

Gerade bei den Banken und speziell in den Sparkassen werden diese Mantren der Hoffnung wie eine Monstranz in der Prozession vor uns hergetragen. Dabei hat der digitale Umbruch längst stattgefunden. Ja wir gehen sogar einen Schritt weiter und reden von einer digitalen Revolution. Und gerade vor diesem Hintergrund sollte ich, nein, müsste ich als Berater vorausschauend doch die Chancen sehen, die dieser neue Vertriebskanal mir bietet. Ja, man kann sogar noch einen Schritt weiter gehen: Im Bankvertrieb ist der digitale, mediale Berater das (einzige) Erfolgsmodell und vielleicht sogar eine Garantie für einen halbwegs sicheren Arbeitsplatz in unserer Branche. Wer sich heute für den digitalen Beratungsbereich qualifiziert, hat eine reelle Chance, auch in 15 Jahren noch Kunden beraten zu dürfen.

In den Workshops und im Rahmen der Praxisbegleitungen wird diesem Thema Rechnung getragen.

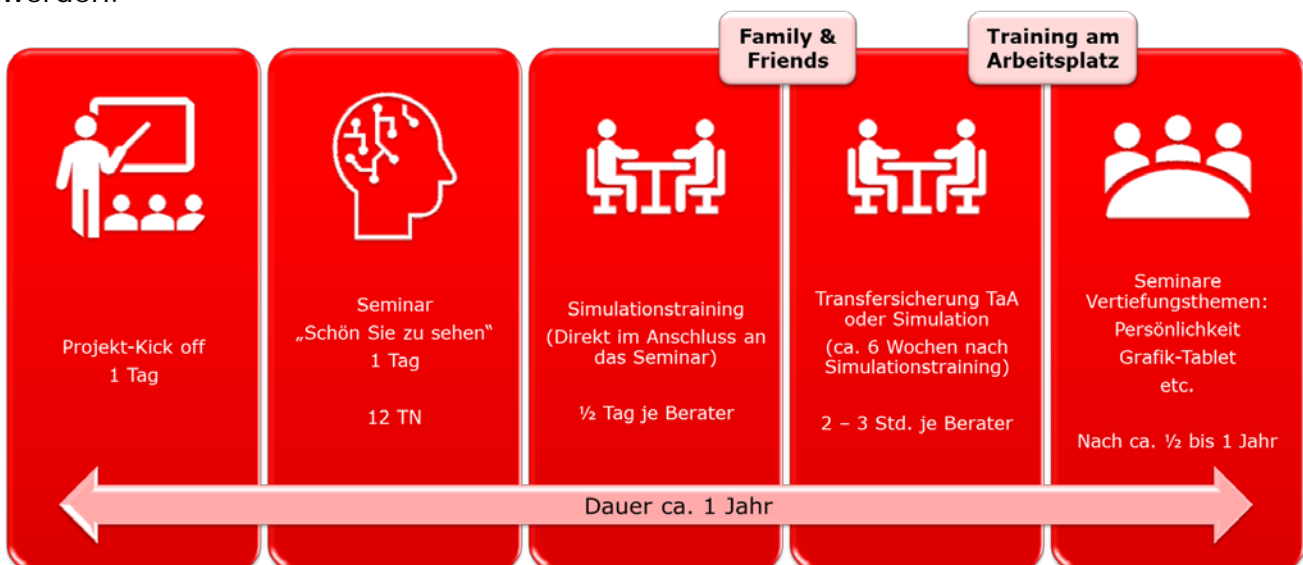




Vorgehensweise bei den Prozess- und Kommunikationstrainings

Die Gestaltung und Ausrichtung der Inhalte des Kommunikationstrainings ist in erster Linie von den Prozessen in den jeweiligen Beraterzielgruppen abhängig. Darüber hinaus spielt die Vorerfahrung und bereits absolvierte Trainings der Teilnehmer und auch die hausintern bereits durchgeführten Schulungsmaßnahmen, insbesondere zu den technischen Anwendungen, bei der Zusammenstellung der Inhalte eine Rolle.

Vor diesem Hintergrund können die Inhalte der Kommunikationstrainings erst nach den Projektworkshops und nach einer Trainingsbedarfsermittlung abschließend festgelegt werden.



Unsere Qualifizierungsbausteine bauen dabei methodisch aufeinander auf und sind weniger auf die Vermittlung theoretischer Kenntnisse fokussiert. Hier steht eher die Praxis und das Üben im Vordergrund, damit die Mitarbeiter möglichst schnell die notwendige Sicherheit im Videodialog gewinnen.

Methoden | Reduzierte Theorie | Fokus auf die Praxis

In der Regel werden die Mitarbeiter bereits Vorkenntnisse mitbringen. Darüber hinaus ist nur durch die Vermittlung von Wissen noch kein Mitarbeiter ins Handeln gekommen. Die besondere Herausforderung besteht in der sicheren Bewältigung der Situationen und Prozesse. Vor diesem Hintergrund wird bei den Kommunikationstrainings ein besonderer Schwerpunkt auf die Übung dieser Situationen gelegt. Rollenübungen, Fallstudien, Praxissimulationen und natürlich ein intensives Praxistraining sind dabei die Schwerpunkte.

Die Trainingsmaßnahmen zeichnen sich dabei durch deutlich reduzierte Theorieinhalte aus. In der Folge spielen die Simulationstrainings daher eine zentrale Rolle. Hier wird die Basis für einen kompetenten und überzeugenden Auftritt vor der Kamera gelegt. Der reine Theorieinput in Seminarform reduziert sich auf einen Seminartag. Hinzu kommt die rein technische Einschulung der Mitarbeiter am System.

Präsenz oder digital

Aufgrund der komprimierten Vermittlung der Inhalte bietet sich für den Workshop „Schön, Sie zu sehen!“ eine Durchführung als Präsenzveranstaltung an. Als Webinar können die Inhalte über zwei Webinareinheiten alternativ vermittelt werden.

Training



Das erste Simulationstraining wird, da hier auch Fragen der ergonomischen Gestaltung des Arbeitsplatzes und der Arbeitsoberfläche behandelt werden, zwingend in Präsenz und unmittelbar am Arbeitsplatz des Beraters durchgeführt. Das zweite Simulationstraining dient der Transfersicherung und kann vollständig digital durchgeführt werden.

Die Praxisbegleitung in der Echtsituation dient der Transfersicherung und individuellen Förderung der digitalen Skills und des verkäuferischen Verhaltens in der Praxis.

Ziele der Kommunikationstrainings:

- ▶ Transparenz für den Kundenberater – Was wird von mir erwartet?
- ▶ Sicherheit im Umgang mit den Medien – Welche Hilfen kann ich wie einsetzen?
- ▶ Erste Sicherheit im Umgang mit den Prozessen – Schnittstellen zum Wechsel von OSPlus_neo in andere Beratungsmedien
- ▶ Sicherheit im Umgang mit den technischen Tools, Ergonomischer Umgang mit zwei Bildschirmen, ggf. Umgang mit dem Stiftdisplay
- ▶ Erkennen der eigenen Wirkung vor der Kamera
- ▶ Verkaufsorientiertes Vorgehen – Wie komme ich gezielt und schnell zum Ziel?

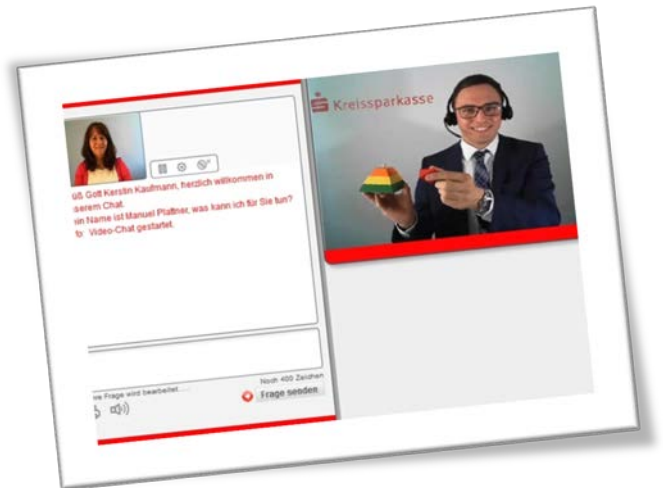
Einführung mediale Beratung - Umsetzung

Seminar „Besonderheiten der Videoberatung“

Mögliche Themen und Inhalte:

- ▶ Erfahrungen mit dem Telefon als Beratungsinstrument – Erfahrungen mit der Videotechnik als Beratungsmedium
- ▶ Visualisierte Diskussion und Einstieg: Was ist bei der Videoberatung eigentlich anders? – Unterschiede zur Beratungssituation in der Geschäftsstelle und am Telefon
- ▶ Meine Wirkungsmittel in der Videoberatung? Persönlich – Methodisch – Technisch
- ▶ Kundenerwartungen an mein Auftreten, die technische Kompetenz, die fachliche Kompetenz
- ▶ Was geht in der Videoberatung und welche Grenzen hat das Medium?
- ▶ Blick über den Zaun: Was wird in unserer Branche bereits praktiziert? Welche Entwicklungstendenzen gibt es?
- ▶ Basics im Umgang mit Skype for Business / VBC
- ▶ Agieren in der Beratung: Möglichkeiten und Grenzen des Multitaskings im Prozess
- ▶ Prozessgestaltung und Abläufe – Das Gespräch lenken und führen
- ▶ Visualisierungen und Einsatz von Medien – Wie zeige ich's meinem Kunden? – Visualisierungen gekonnt einsetzen
- ▶ OSPlus_neo in der Videoberatung
- ▶ Körpersprache, Mimik und Gestik
- ▶ Gezielt zum Ende kommen: Abschlussorientierung
- ▶ Umgang mit schwierigen Situationen (hier nur: Technikausfall, Verbindungsprobleme, mangelnde technische Affinität auf Kundenseite)

Training



Dauer: 1 Tag

Termin: Sobald die Technischschulungen durchgeführt wurden und erste Erfahrungen im Umgang gesammelt wurden

Simulationstraining

Über Rollenübungen werden die Teilnehmer im Simulationstraining an die sichere Beherrschung der Prozesse herangeführt. Darüber hinaus erhalten sie die Gelegenheit, ihre Wirkung am Bildschirm anhand von Videomitschnitten zu reflektieren.

Intervalltraining
Praxisbegleitung am
Arbeitsplatz & digital

Vorgehensweise:



Eine Trainingsgruppe besteht aus 2 Mitarbeitern und dem Trainer. Zur Vorbereitung auf das Simulationstraining bereiten die Teilnehmer die Kundenrollen vor dem Training schriftlich vor. Hierzu werden ein Vordruck und eine Musterbeschreibung zur Verfügung gestellt. Basis sind die im Vorfeld mit Priorität festgelegten Geschäftsvorfälle (siehe Projektworkshop).

Im Simulationstraining übernehmen die Teilnehmer wechselseitig die Rollen des Kunden, des Beraters und des Beobachters. So besteht die Möglichkeit, Beraterverhalten aus unterschiedlichen Blickwinkeln wahrzunehmen und zu bewerten. Basis für die Rückmeldung zur Rollenübung ist ein strukturierter Beobachtungsbogen als Checkliste und das mündliche und schriftliche Feedback der Beteiligten und des Trainers. Die Rollenübungen werden als Videomitschnitt aus der Kundenperspektive aufgezeichnet und z.T. fraktioniert besprochen.

Zwischen den einzelnen Intervallen des Simulationstrainings verschaffen sich die Mitarbeiter durch selbstverantwortlich durchgeführte weitere Übungen die notwendige Sicherheit. Hier sollen dann die Rückmeldungen und Hinweise aus den Feedbacks bis zum zweiten Intervall umgesetzt werden.

GESSER  **BIZ**

Gesprächsanalyse Videoberatung

Name: _____ 2021
Beobachtungsbogenpunkte (bitte vor Gespräch eintragen):
▶ _____
▶ _____

1. Verhalten

Kriterium	Gesprächsstunde			Beobachter		
	1	2	3	1	2	3
Kontakt mit Kln.						
Erkennung Kln.rolle						
Stützfragen						
Lesen						
Sicherheit vermitteln						
Gesprächstherapie						
Hilfsfragen						
Lächeln						
Kunden beim Namen nennen						
Erklärungsanliegen						
Kundenberuhigung						

- Dauer:** Für jeden Berater: mindestens 2 x 0,5 Tage als Intervalltraining, das zweite Simulationstraining in digitaler Form
Durchführung in Trainingsgruppen von 2 – 3 Beratern
Abstand zwischen den Intervallen ca. 2 – 4 Wochen
- Termin:** Unmittelbar nach dem Seminar „Besonderheiten der Videoberatung“

„family&friends“-Phase als Option

In dieser Trainingsphase zwischen den Intervallen ist es zielführend, die Vertriebsmitarbeiter des Hauses in einer „family&friends“-Phase in den Trainingsprozess einzubeziehen. Hierzu werden Terminvereinbarungen für simulierte Beratungssituationen mit den Mitarbeitern initiiert.

Dadurch werden die Mitarbeiter des Hauses zu „Sparringspartnern“ gemacht. Mit dieser Variante sind mindestens zwei gewichtige Vorteile verknüpft:

- ▶ Die hauseigenen Mitarbeiter lernen selber die neuen Beratungsmöglichkeiten kennen und können positive Erfahrungen an die eigene Kundschaft transportieren
- ▶ Die Übungs-/ Trainingsphase für die Videoberater wird abwechslungsreicher und i.d.R. auch praxisnaher gestaltet

Intervalltraining
Praxisbegleitung am
Arbeitsplatz & digital

Praxisbegleitung zur Transfersicherung | TaA



Zielsetzung ist es, die Inhalte des Seminars, die Erfahrungen aus in der Vergangenheit absolvierten Kommunikations- und Verkaufstrainings und die Erkenntnisse des Simulationstrainings in die Praxis zu transferieren. Hierzu werden die Agenten / Berater in zwei Intervallen in der Praxis nach dem Start der Videoberatung vom Trainer über ein Training am Arbeitsplatz (TaA) begleitet. Die Dauer einer Sitzung beträgt ca. 2 – 4 Stunden, so dass an einem Trainingstag 2 – 4 Mitarbeiter in dem jeweiligen Intervall begleitet werden können.

Wichtig: Zur Durchführung eines TaA's ist eine entsprechende Taktfrequenz mit Live-Videoberatungsgesprächen zwingend erforderlich. In der Regel kann ein TaA demnach nur durchgeführt werden, wenn gezielt Termine für Videoberatungen mit Kunden vereinbart werden. Aufgrund der bisherigen Erfahrungen kann ein TaA nicht effizient durchgeführt werden, wenn die Videoberatungen nur auf Initiative des Kunden und spontan zustande kommen.

Die Führungskraft wird über die Protokolle der Trainingsgespräche in den Prozess einbezogen. Darüber hinaus ist eine Teilnahme an dem Blitzlicht zum Abschluss der Trainingssequenz für die Kleingruppe hilfreich, da die FK im Anschluss an die Praxisbegleitungen die Fortführung der Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz übernehmen soll.

Dauer: Für jeden Mitarbeiter ca. 2 (3) x 0,5 Tage

Termine: 1. Intervall ca. 2 Wochen nach dem Simulationstraining,
2. Intervall ca. 2 Monate nach dem 1. Intervall

Aufbau-Workshop „Sicher in der Videoberatung“

Ca. ein Jahr nach den Einführungsmaßnahmen vertiefen die Seminarteilnehmer ihr Wissen und ihre Erfahrungen zu Beratungsabläufen vor der Kamera. Dabei werden insbesondere schwierige Situationen vor der Kamera und die Umsetzung komplexer Beratungsgespräche thematisiert. Inhaltlich bieten sich hierfür diese Themen an:

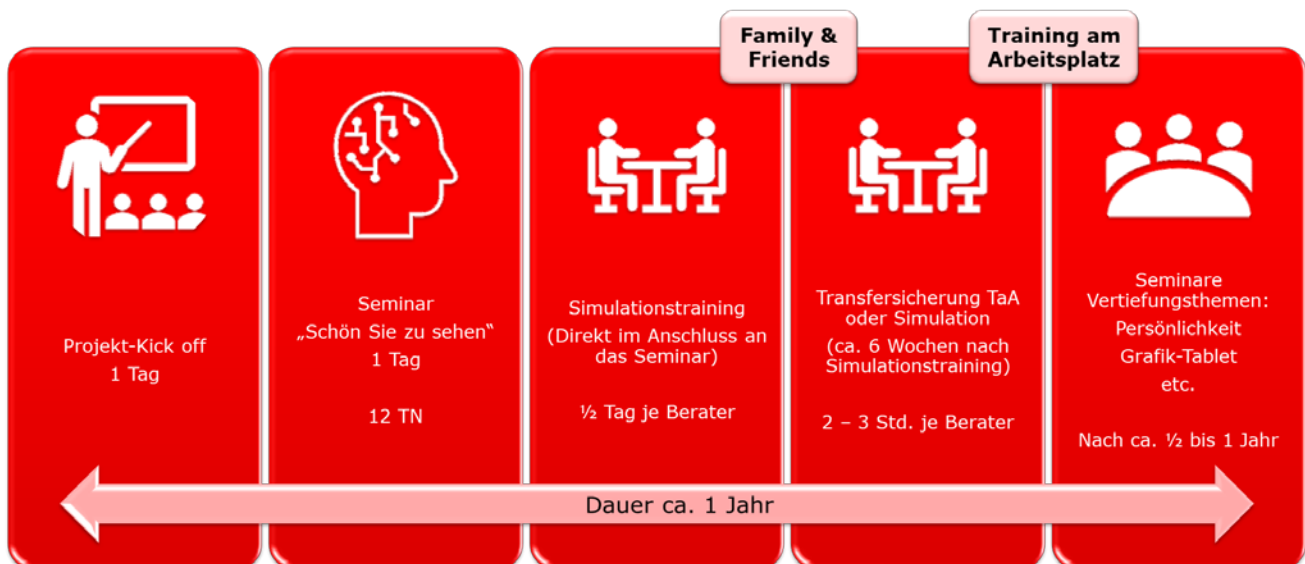


- ▶ Finanzcheck Privatkunden
- ▶ Altersvorsorgeberatung
- ▶ Beratungsprozess Anlageberatung (BPA)
- ▶ Gewerbekundencheck
- ▶ Finanzcheck Firmenkunden
- ▶ Gesundheitsschutz Plus

Ein weiterer Schwerpunkt widmet sich dem kreativen und sicheren Umgang mit dem Stiftdisplay und dem Anfertigen aussagekräftiger Visualisierungen.

Darüber hinaus werden die Inhalte vor dem Hintergrund der strategischen Ausrichtung und der Prozessgestaltung Ihres Hauses angepasst.

Weitere Themen, die die Einführungsmaßnahmen abrunden, sind die Workshops „Persönlichkeit im medialen Vertrieb“ und „Umgang mit dem Stiftdisplay“





Themen zur Vertiefung

Nach den Einführungsmaßnahmen geht es darum, die Mitarbeiter bei speziellen Themen zu begleiten. Diese Maßnahmen sind natürlich davon abhängig, welche Kundenzielgruppe die Mitarbeiter beraten sollen und welche fachlichen Qualifikationen vorhanden sind. In den vergangenen Jahren haben wir dabei Themen erarbeitet, die auch als Einzelmaßnahmen themenzentriert immer wieder auch die Basics der medialen Beratung zum Thema machen und so für eine Auffrischung sorgen.

Diese Themen bieten sich an:

Der neue Finanz-Check in der Videoberatung

Besonderheiten des Videoberatungsprozesses bei ganzheitlichen Gesprächssituationen

- ▶ Komplexe Beratungssituationen vorbereiten
- ▶ Der OSPlus_neo-Prozess in der Praxis - Stolpersteine und Lösungen
- ▶ Vom Vortrag zur Interaktion - Nutzung der Möglichkeiten in der digitalen Beratung
- ▶ Fragen geschickt stellen
- ▶ Gezielt zum Ende kommen - Abschluss-Orientierung in der Videoberatung
- ▶ Umgang mit schwierigen Situationen

Der Beratungsprozess Anlageberatung (BPA) in der medialen Beratung

Ideen, Tipps, Best Practice

- ▶ Herausforderungen für den BPA in der medialen Beratung - Verständnis schaffen – auf Distanz
- ▶ Sprachbilder und Visualisierungen
- ▶ Agenda: Fraktionierte Durchführung Teil I und II
- ▶ Ein kritischer Punkt: Erfassung Risikobereitschaft
- ▶ Einfach erläutern: Anlageklassen
- ▶ Den BPA rechtssicher in der medialen Beratung durchführen
- ▶ Exkurs: Hybrid-Beratung

Erfolgsfaktor Persönlichkeit in der medialen Beratung

Emotional intelligente Beratungs- und Verkaufsstrategien am Bildschirm

- ▶ Grundlagen des Verhaltens – Einführung in das Modell
- ▶ Das eigene, bevorzugte Beratungsverhalten erkennen
- ▶ Verhaltensstrategien des Kunden im Videodialog erkennen, Checklisten nutzen
- ▶ Die Beratungsstrategie optimieren: Präsentation, Argumentation und Einwandbehandlung anpassen

Zu jedem Thema erhalten Sie eine detaillierte Inhaltsbeschreibung und Hinweise zu Methodik.

Das Stiftdisplay in der medialen Beratung effizient und kreativ einsetzen

Workshop und Simulationstraining

Training

- ▶ Technische Basics zu den Stiftdisplays (Wacom)
 - ▶ Warum eine WYSIWYG-Anzeige zwingend erforderlich ist
 - ▶ Erste Schritte – Unboxing, Einrichtung und Kalibrierung
 - ▶ Voraussetzungen am Arbeitsplatz – Anforderungen
 - ▶ Ergonomischer Umgang mit Zeichen- und Präsentationsflächen
- ▶ Alternativen zu Stiftdisplay und Stift
 - ▶ Nutzung Visualizer und Fasermaler – preiswert, einfach, schnell
 - ▶ Alternativen zum Stift: Die kleinen Grafikhelfer unter PowerPoint (3D-Modelle, Smart-Art, Piktogramme, Formen)
- ▶ Worauf zeichne ich? Einführung in die technischen, methodischen Grundlagen im Umgang mit:
 - ▶ MS PowerPoint
 - ▶ Adobe Acrobat
 - ▶ MS OneNote
 - ▶ MS White Board unter Windows Ink-Arbeitsbereich
 - ▶ Diverse Grafik-Anwendungen
- ▶ Effizient in der medialen Beratung
 - ▶ Vorbereitung und Einrichtung der Arbeitsfläche
 - ▶ Vorlagen nutzen
 - ▶ Grafikvorlagen erstellen und als Favoriten nutzen
 - ▶ Das Internet zur Inspiration und als Vorlage nutzen
- ▶ Tipps und Tricks – Best Practice zur Technik
 - ▶ Mit dem Stift die Mausfunktionen ersetzen – ein Arbeitsmittel für alles
 - ▶ MS PowerPoint: Bearbeiten und Präsentationsmodus optimal einsetzen
 - ▶ Die Maus als Referenzierungstool effizient einsetzen
 - ▶ Funktionen in Office-Programmen schnell und sicher im Zugriff: Die Schnellstartleiste einrichten und effizient nutzen
 - ▶ Warum und welche Anwendungen auf dem ThinClient nicht funktionieren? – Trouble Shooting
- ▶ Ich kann nicht malen... doch, Du kannst
 - ▶ Einfache Scribbles erstellen
 - ▶ Umgang mit der Stiftstärke
 - ▶ Schon Goethe hat es gewusst: Kleine Farbenlehre für wirkungsvolle Grafiken
 - ▶ Meine kleine Mustermappe: Halbfertige Grafiken als Vorlage nutzen und im Live-Dialog vervollständigen



Zu jedem Thema erhalten Sie eine detaillierte Inhaltsbeschreibung und Hinweise zu Methodik.

Rückblick

Das Thema „Videoberatung“ ist ein Thema, dass seit 2007 von uns methodisch und didaktisch betreut und entwickelt wurde. Die Erfahrungen zeigen, dass die Inhalte der Seminare und auch die Vorgehensweisen im Simulationstraining und Praxisbegleitung sich permanent verändern. Und so wird das auch künftig sein.

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Sparkassenverlag in Stuttgart und den Gremien des DSGV haben wir seinerzeit einen Trainerleitfaden und Trainingsvideos für die Schriftenreihe „AV-Medien light“ erarbeitet.

Ausblick

Eine Broschüre als Grundlagenwerk mit dem Titel „Ganz einfach... medial beraten“ ist derzeit in Vorbereitung. Darüber hinaus wird in 2023 / 2024 zusammen mit den Sparkassenakademien NRW und BW ein Blended Learning Programm zu den Themenstellungen erarbeitet.



Zusammenfassung

Schulungsangebot und Projektbegleitung durch GESSER.biz Angebotsskizze auf Basis von 12 zu schulenden Beratern

BS	Thema	Teilnehmer	Tage	Termin
1	Beratungsworkshops "Einführung Videoberatung Strategie"	Vorstand Bereichsleiter Teamleiter	0,5 – 1,0	Erster WS 6 Monate vor Start
	Beratungsworkshops „Einführung Videoberatung Prozesse“	Im weiteren Verlauf 1-2 KB Vertrieb	?	
	Summe Beratertage		0,5 – 2,0	
2	Seminar „Besonderheiten der Videoberatung – Schön, Sie zu sehen!“	12 Kundenberater	1,0	Ca. 2 – 3 Wochen vor dem Start
3	Simulationstraining Rollenübungen, Transfersicherung	12 Kundenberater 2 TN je Gruppe	6,0	1. Intervall unmittelbar nach BS 2
	2 Intervalle, 12 Berater + FK = 2 Gruppen in zwei Intervallen mit jeweils halbtägiger Durchführung je Berater		6,0	2. Intervall digital nach 1 – 2 Wochen
4	Praxisbegleitung zur Transfersicherung	12 Kundenberater 1 FK	6,0	1. Intervall 2 Wochen nach BS 3
	2 Intervalle, 4 Agenten + FK, je TN = 0,5 Tage, 2 TN pro Trainingstag, 2 Intervalle		6,0	2. Intervall nach 2 Monaten
	Summe Trainertage	Bausteine 2 + 3	13	
		Bausteine 2,3 + 4	19	

Beratungs- und Schulungstage für die technische Integration sind hier nicht berücksichtigt.

Der Baustein 3 wird in den meisten Häusern im 1. Intervall direkt am Arbeitsplatz des Beraters durchgeführt. Das 2. Intervall führen wir i.d.R. in digitaler Form durch.

Eine Praxisbegleitung (BS 4) kann aufgrund der Erfahrungen bei der Umsetzung nur bei aktiver Kundenansprache und dadurch initiiertes Terminvereinbarung effizient durchgeführt werden. Hausinterne Trainer können projektbegleitend und nach Einweisung eigenständig werden.

Preise

Tagessätze GESSER.biz (Analysetage, Trainings, Workshops, Seminare)

Umfang	Preis je Trainer-/ Beratertag
1. – 4. Tag	1.700 €
5. – 9. Tag	1.650 €
Ab dem 10. Tag	1.600 €
Abendveranstaltungen, Halbtagesworkshops, halbtägige Begleitungen am Arbeitsplatz	850 €
Telefontraining, Analysegespräche, Praxisbegleitungen, Coaching / pro Stunde	240 €

Nebenkosten GESSER.biz

Leistung	Preis
Materialkosten / ergänzende Teilnehmerunterlagen pro Seminar	Inklusivleistung ohne Berechnung
Konzeption und Dokumentation des Trainings	Inklusivleistung ohne Berechnung
Broschüren als Selbstlernmedien oder Teilnehmerunterlagen je Teilnehmer	Nach Beleg und Absprache
Fotoprotokolle Workshop und Seminar, je Veranstaltung	30 €
Fahrtkosten PKW je km	0,65 €
Hotelkosten	Nach Beleg
Übernachtungspauschale pro Tag außerhalb Hotels	100 €
Flug Economy Flex Tarife	Nach Beleg
Bahn 1. Klasse	Bahntarif nach Beleg

Alle Preise zzgl. 19% bzw. 7% MwSt., gültig ab 01.07.2023.

Einführung Videoberatung – Arbeitsplatz Videoberaterplätze professionell ausstatten

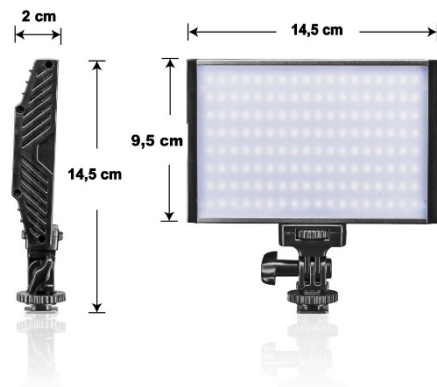
Sie wollen einen Arbeitsplatz in der Geschäftsstelle als Videoberatungsplatz ausstatten? Nutzen Sie unsere Erfahrungen aus dem Aufbau von DBC / BC-Vertriebseinheiten. Für eine professionelle Ausstattung empfehlen wir eine Gestaltung der Rückwand im Blickfeld der Kamera und eine professionelle Lichtsituation.

Arbeitsplatzset Videolampen Marathon

Die leistungsstarke Variante für Arbeitsplätze mit hoher Beratungsfrequenz - geeignet für Dauereinsatz. Diese Variante eignet sich besonders für Arbeitsplätze mit hoher Beratungsfrequenz.

2 x LED-Videoleuchten 15 Watt 1.500 Lumen
2 x Klemmstativ Walimex
2 x Netzteil mit 4 Meter Anschlusskabel

Die LED Videoleuchte Walimex pro Niova 150 gefällt durch ihre hochwertige Verarbeitung, eine hohe Lichtleistung und die extrem einfache Handhabung. Dieses Camera Licht ist überaus kompakt und leicht, dabei aber mit 15 Watt und 1.500 Lumen enorm leistungsstark. Die variable Farbtemperatur von 3.200 bis 5.600 Kelvin ermöglichen einen sehr vielseitigen Einsatz. In Kombination mit der sehr einfachen Montage ist diese Dauerlicht LED Leuchte ideal für die Zusatzbeleuchtung an Arbeitsplätzen mit Standard-Lichtverhältnissen.



Klemmstativ walimex

Schraubklemme zur Befestigung an Gegenständen bis max. 6cm Dicke, z.B. Platten, ausziehbar auf ca. 20 cm, mit 1/4 Zoll Gewindeanschluss

Setpreis 190,40 € incl.MwSt.

Alle Materialien können Sie über den Gesser-Verlag beziehen. Weitere Lichtsets für Videoberatungsplätze finden Sie hier: <https://www.ganz-einfach.info/shop/sonstiges/>

mailto: info@ganz-einfach.info

Gestaltung Hintergrund

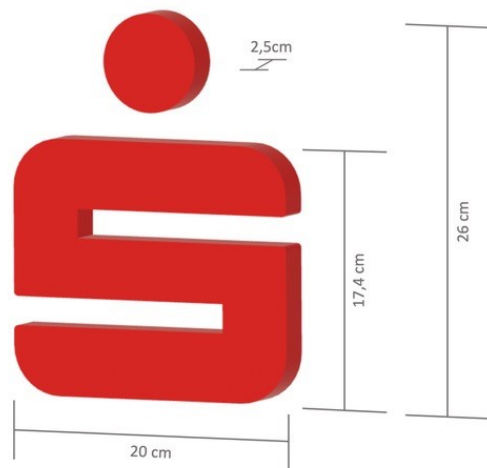
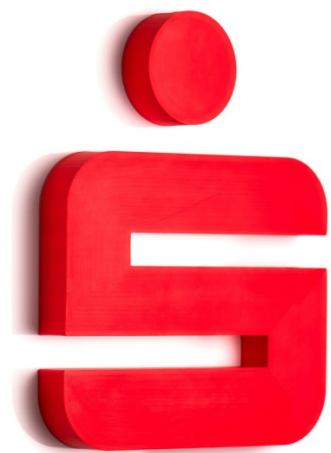
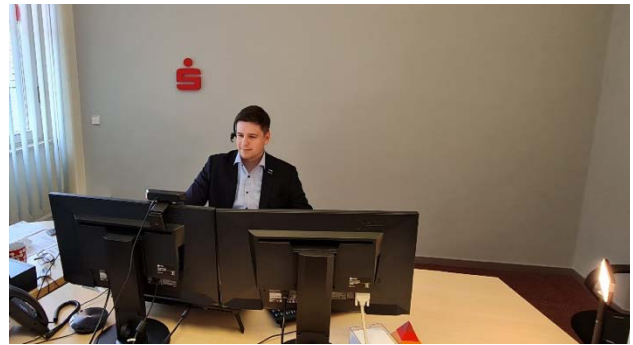
Breite des Hintergrundes > 280 cm in Abhängigkeit von

- ▶ Kamerateyp
- ▶ Brennweite des Objektivs und
- ▶ Abstand der Kamera zur Wand

- ▶ Farbe des Hintergrundes: hellgrau (15-20% schwarz), RAL-Farbtöne 7035 oder 7047
- ▶ Sparsamer Einsatz von Gestaltungselementen
- ▶ Empfehlung: Silhouette als Wandtattoo oder ausschließliche Verwendung des Logos

Empfehlung:

- Nutzung 3-D-Logos. Produktinfo <https://www.ganz-einfach.info/shop/sonstiges/index.html>



Ausbildungsgang -Akademie NRW

Das Alternativangebot für die Qualifizierung einzelner Mitarbeiter Trainingsprogramm Videoberater*in (Videoberatung / Expertenzuschaltung)

In Zusammenarbeit mit der Sparkassenakademie NRW bieten wir im Rahmen der Seminarreihe Callcenter den Ausbildungsgang zum Videoberater (Videoberatung / Expertenzuschaltung) an. Das Seminarangebot finden Sie auch im Fortbildungsprogramm der Sparkassenakademie NRW unter der Seminar-Nr. 15.910.

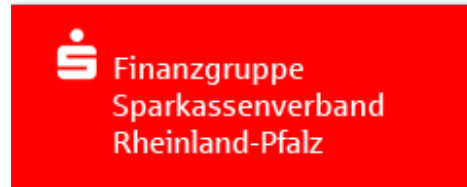
Die Ausbildung zum Videoberater qualifiziert für den anspruchsvollen Umgang mit der technischen Umgebung und bereitet auf die Veränderungen der Kundenkommunikation und der Verkaufsabläufe vor. Da sowohl die technischen Lösungen als auch die vertriebliche Integration und Zielsetzung in den einzelnen Sparkassen unterschiedlich ist, haben wir die Inhalte des Ausbildungsgangs in Bausteine aufgeteilt, die eine effiziente Umsetzung in den Unternehmen ermöglichen.

- Zielgruppe:** Mitarbeiter, die für den Videochat, die Videoberatung oder die Expertenuschaltung qualifiziert werden sollen.
- Ihr Nutzen:**
- ▶ Sie kennen die Unterschiede zu Beratungssituationen im stationären Vertrieb und können die Grenzen des Mediums einschätzen.
 - ▶ Sie entwickeln eine Sicherheit im Umgang mit der Technik, um eine professionelle Wirkung im Kundendialog zu erzeugen.
 - ▶ Sie können Ihre Wirkung vor der Kamera einschätzen und Ihre körpersprachlichen und rhetorischen Fähigkeiten dem Medium angemessen einsetzen.
 - ▶ Sie können mit schwierigen Situationen souverän umgehen.
 - ▶ Durch die Intervallform haben Sie Gelegenheit, die erworbenen Fähigkeiten in der Praxis zu erproben und damit den Transfer in die eigene Praxis sicherzustellen.
- Hinweis:** Die Module können aus methodischen Gründen nur zusammenhängend belegt werden. Teilnehmerzahl: 12
- Anmeldung:** Kristina Barbknecht, Tel.: 0231 22240-728
- Inhalte:** Edmund Honermann, Tel.: 0231 22240-739
- Referent:** Peter Gesser, GESSER.biz - Spezialisten für mediale Kommunikation, Sparkassenbetriebswirt, zertifizierter DISG- und PERSOLOG-Verkaufstrainer sowie systemischer Business Coach mit langjährigen Vertriebs- und Trainingserfahrungen im CC und in der Videoberatung
- Termine:** BS 1: 1.2.2023 13.30 – 15.30 Uhr
BS 2: 15.2.2023
BS 3: individuell
- Dauer:** BS 1 2 Stunden Webinar
BS 2 1 Tag Seminar
BS 3 1 x 0,5 Tage Simulationstraining vor Ort je Berater

An der Sparkassenakademie Baden-Württemberg wird das Trainingsprogramm Videoberater im Rahmen von frei buchbaren Einzelmodulen durchgeführt. Für die Sparkassenakademie Rheinland-Pfalz führen wir ein Seminar mit ähnlichem Zuschnitt unter dem Titel „Videoberatung – Persönlichkeit im Einklang mit der Kundenberatung“ auf Anfrage durch.



Sparkassenakademie



Mehr Infos | Dossiers

Weitere Fachinformationen auf GESSER.biz

Mehr Informationen finden Sie auf unserer Internetseite www.gesser.biz.

Im Bereich Dossiers unter dem Link <https://www.gesser.biz/service/dossiers/> finden Sie ausgewählte Fachartikel zu Themen, die Ihnen bei der Einführung eines DBC / BC die nötigen Hintergrundinformationen geben.

Das **Dossier „Zukunftsmodell medialer Berater“** beschäftigt sich mit den strategischen Aspekten, die bei der Einführung eines DBC / BC berücksichtigt werden sollten.



Das **Dossier „Da reicht doch eine Webcam!?“** widmet sich den organisatorischen Aspekten. Hier stellen wir Ihnen die technische Ausstattung eines Arbeitsplatzes in der medialen Beratung vor und geben Ihnen Tipps und Hinweise, was Sie sonst noch bei der Einrichtung eines Arbeitsplatzes beachten können.

Unternehmen GESSER.biz

GESSE.biz ist einer der führenden Trainingsanbieter in der Sparkassen-Finanzgruppe. Seit über 15 Jahren steht dabei der Themenschwerpunkt mediale Kommunikation im Fokus.



Das Trainerteam besteht aus Meike Daßler, Christian Döking und Peter Gesser. Projektbezogen setzen wir zudem weitere externe Trainer (in der Regel Fach- und Führungskräfte aus Sparkassen) ein. Alle Trainer verfügen über langjährige praktische Erfahrungen im Sparkassenvertrieb und sind als Trainer und Coaches qualifiziert ausgebildet.

Eine komplette Referenzliste – auch zu anderen Themen – finden Sie in stets aktueller Form auf unseren Web-Seiten.

Telefon-/ Videoservices | Call-/ KundenServiceCenter

Sparkasse Aachen
 Kreissparkasse Ahrweiler
 Sparkasse an der Lippe
 Berliner Sparkasse
 Sparkasse Baden-Baden Gaggenau
 Sparkasse Bamberg
 Sparkasse Bensheim
 Sparkasse Bielefeld
 Kreissparkasse Bitburg-Prüm
 Sparkasse Bochum
 Sparkasse Bodensee
 Kreissparkasse Böblingen
 Kreissparkasse Börde
 Die Sparkasse Bremen
 Sparkasse Coburg-Lichtenfels
 Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg
 Sparkasse Darmstadt
 Sparkasse Dieburg
 Sparkasse Dortmund
 Kreissparkasse Düsseldorf
 Stadtsparkasse Düsseldorf
 Sparkasse Duisburg
 Sparkasse Einbeck
 Sparkasse Elbe-Elster
 Sparkasse Emsland
 Sparkasse Essen
 Sparkasse Esslingen-Nürtingen
 Sparkasse Erwitte-Anröchte
 Kreissparkasse Euskirchen
 Förde Sparkasse
 Sparkasse Freiburg
 Sparkasse Freising
 Sparkasse Fürstenfeldbruck
 Sparkasse Germersheim-Kandel
 Kreissparkasse Göppingen
 Sparkasse Gütersloh
 Kreissparkasse Halle (Westf.)
 Sparkasse Hameln-Weserbergland
 Sparkasse Hann. Münden
 Sparkasse Hannover
 Sparkasse Harburg-Buxtehude

Sparkasse Heidelberg
 Kreissparkasse Heinsberg
 Sparkasse Herford
 Sparkasse Hegau-Bodensee
 Sparkasse Hilden-Ratingen-Velbert
 Sparkasse Hochrhein
 Sparkasse Höxter
 Sparkasse Holstein
 Sparkasse Gummersbach
 Sparkasse Iserlohn
 Sparkasse Karlsruhe-Ettlingen
 Sparkasse Kierspe-Meinerzhagen
 Sparkasse Kinzigtal
 Sparkasse Koblenz
 Sparkasse KölnBonn
 Sparkasse Krefeld
 Sparkasse Landshut
 Sparkasse Lemgo
 Sparkasse Leverkusen
 Sparkasse Lippstadt
 Sparkasse Lörrach-Rheinfelden
 Sparkasse Ludwigsburg
 Sparkasse an Volme und Ruhr
 Vereinigte Sparkassen im Märkischen Kreis
 Sparkasse Merzig-Wadern
 Sparkasse Minden-Lübbecke
 Mittelbrandenburgische Sparkasse in Potsdam
 Sparkasse Mittelmosel
 Sparkasse Mittelhüringen
 Stadtsparkasse München
 Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg
 Sparkasse Münsterland-Ost
 Sparkasse Neu-Ulm - Illertissen
 Sparkasse Neuwied
 Kreissparkasse Northeim
 Sparkasse Nürnberg
 Sparkasse Oberhessen
 Stadtsparkasse Bad Oeynhausen – Porta-Westfalica
 Sparkasse Rhein-Hunsrück
 Kreissparkasse Reutlingen
 Kreissparkasse Rottweil
 Kreissparkasse Saarpfalz
 Sparkasse Saarbrücken
 Sparkasse Salem-Heiligenberg

Sparkasse Schwerte
 Stadt-Sparkasse Solingen
 Kreissparkasse St. Wendel
 Kreissparkasse Stade
 Sparkasse Staufeu-Breisach
 Kreissparkasse Stendal
 Kreissparkasse Steinfurt
 Sparkasse Südholstein
 Sparkasse Südpfalz
 Sparkasse Südwestpfalz
 Sparkasse Tauberfranken
 Sparkasse Trier
 Sparkasse Uelzen Lüchow-Dannenberg
 Sparkasse UnnaKamen
 Sparkasse Vest Recklinghausen
 Kreissparkasse Vulkaneifel
 Kreissparkasse Waiblingen
 Sparkasse Waldeck-Frankenberg
 Sparkasse Weillburg
 Niederrheinische Sparkasse RheinLippe
 Sparkasse Westmünsterland
 Sparkasse Wermelskirchen
 Sparkasse Wiehl
 Sparkasse Wolfach
 Sparkasse Worms-Alzey-Ried
 Sparkasse Zollernalb
 1822direkt
 S International Rhein-Ruhr
 Finanz Informatik GmbH & Co. KG
 LBS Saar
 LBS Nord Berlin-Hannover
 LBS Hessen-Thüringen
 Sparkassen-Versicherung
 Weberbank Berlin
 Communigate
 Bayerncard Services; München BCS
 Tectum Neu: Amevida
 Atruvia

Kooperationspartner

Sparkassenakademie NRW
 Sparkassenakademie Baden-Württemberg
 Sparkassenakademie Rheinland-Pfalz

Alle „offenen“ Termine auf einen Blick

Mit den Sparkassenakademien NRW, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg pflegen wir eine intensive Zusammenarbeit. Einige Themen aus unserem Portfolio werden in den Akademieprogrammen als offene Seminare für die Mitarbeiter der angeschlossenen Sparkassen angeboten.



Titel	Zielgruppe	Dauer	Termine
15.720 Train the Trainer: Ausbildung zum Trainer im Kunden-Service-Center (Inbound / Outbound / Videoberatung, Chat) Trainerausbildung mit 4 Bausteinen	Teamleiter Kundenberater Agents KSC Trainer	1 x 2 Tage Webinar 1 x 2 Tage Seminar 2 x 0,5 Tage TaA	BS 1: 2. – 3.2.2023 (Präsenz) BS 2: individuell (am Arbeitsplatz) BS 3: 25. – 26.4.2023 (Präsenz) BS 4: individuell (am Arbeitsplatz oder digital)
15.721 Train the Trainer-Praxistag Warum Qualität nicht vom Himmel fällt Vertiefungstag und Erfahrungsaustausch zum Train-the-Trainer Zertifikatsprogramm	Teamleiter Kundenberater Agents KSC Trainer	1 Tag	23.11.2023
15.910 Intensivqualifizierung mediale Beratung in der Filiale und DBC / BC / KSC Qualifizierung zum Videoberater im stationären und digitalen Vertrieb, Training der Skills	Kundenberater Berater im DBC und BC Agents im KSC	2 Stunden Webinar 1 Tag Seminar 1 x 0,5 Tage Simulations-training vor Ort je Berater	BS 1: 1.2.2023 13.30 – 15.30 Uhr BS 2: 15.2.2023 BS 3: individuell
15.700 Grundlagen Telefonie Inbound / Outbound - Ganz einfach... service- und vertriebsorientiert telefonieren! Telefon-Basistraining – Kompaktseminar im bewährten Setting	Agents KSC, BC Teamleiter KSC,BC	2 Tage	19. – 20.10.2023

Titel	Zielgruppe	Dauer	Termine
15.701 Telefonakquise - Vertrieb unterstützen, Cross-Selling am Servicetelefon erkennen und Termine vereinbaren Telefon-Aufbautraining - Seminar	Agents KSC, BC Teamleiter KSC,BC	1 Tag	12.10.2023
15.702 Sie regen mich nicht auf – schwierige Situationen am Telefon meistern Telefon-Aufbautraining Webinar	Agents KSC, BC Teamleiter KSC,BC	2 x 3,0 Stunden	27.11.2023 9.00 – 12.00 Uhr 13.00 – 16.00 Uhr
58.202 Ganz einfach... sich selbst managen Ziel-, Zeit- und Selbstmanagement Seminar	Führungskräfte Mitarbeiter	2 Tage	6. – 7.11.2023 10. – 11.10.2024
53.222 Delegieren, aber richtig – Wege zur optimalen Teamorganisation Seminar	Teamleiter	1 Tag	Koordinierter Termin in 2023
53.222 Delegieren, aber richtig – Wege zur optimalen Teamorganisation Webinar	Teamleiter	1 x 3,0 Stunden 1 x 2,5 Stunden	15.6.2023 9.00 – 12.00 Uhr 13.00 – 15.30 Uhr
Fachtagung für Kunden-Service-Center CCQT	Führungskräfte Teamleiter Trainer	2 Tage	21. – 22.11.2023
Fachtagung DBC / BC	Führungskräfte Teamleiter Trainer	2 Tage	10. – 11.10.2023
ISP-Erfahrungsaustausch	Führungskräfte Teamleiter	2 Tage	6. – 7.6.2023

Titel	Zielgruppe	Dauer	Termin
Train the Trainer: Ausbildung zum Trainer im Kunden-Service-Center (Inbound / Outbound / Videoberatung, Chat) Trainerausbildung mit 4 Bausteinen	Teamleiter PKB Agents KSC Trainer	2 x 2 Tage Seminar 2 x 0,5 Tage TaA	noch offen siehe auch Angebot der Sparkassenakademie NRW
Mediale Beratung & Simulationstraining Seminar	PKB Hybridberater Berater DBC Berater BC	noch offen	noch offen
Screensharing und Co-Browsing in der medialen Beratung vertrieblich nutzen Seminar	PKB Videoberater Hybridberater Berater DBC Agents KSC	1 Tag	14.6.2023 18.6.2024
Finanzcheck in der Videoberatung Webinar	PKB Videoberater Hybridberater Berater DBC	1 Tag	24.4.2023 17.5.2024
Cross-Selling – Veredelung der Telefonie Seminar	PKB Videoberater Berater DBC Agents KSC Agents BC	1 Tag	1.12.2023 19.6.2024
Direktvertrieb am Telefon Webinar	Agents KSC Agents BC	1 Tag	18.4.2023 12.6.2024
Dreiklang auf Distanz - der Berater als Koordinator in der Expertenzuschaltung Seminar	PKB Video-berater Berater DBC	1 Tag	10.5.2023 11.3.2024
Direktverkauf und Kurzberatung am Telefon Webinar	PKB Videoberater Berater DBC	1 Tag	17.4.2023 16.5.2024

Kontakt

Wir freuen uns auf den Kontakt mit Ihnen.

Peter Gesser
Meike Daßler
Christian Döking



GESSER.biz
Spezialisten für mediale Kommunikation
Heester Stegge 7, 48734 Reken

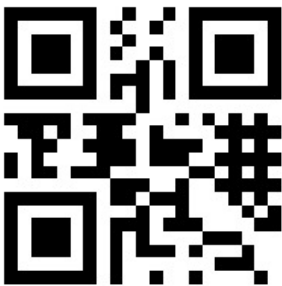
Peter Gesser
Lucas-Cranach-Str. 29
45768 Marl
+49 2365 518104
+49 172 2813368
peter.gesser@gesser.biz

Meike Daßler
Formerstraße 47
40878 Ratingen
+49 2102 8500-381
+49 178 2181084
meike.dassler@gesser.biz

Christian Döking
Heester Stegge 7
48734 Reken
+49 2864 330323-205
+49 174 7266115
christian.doeking@gesser.biz

www.gesser.biz | www.ganz-einfach.info | www.ccqt.de

USt-IdNr. DE346275938



www.gesser.biz



VCF Peter Gesser



VCF Christian Döking



VCF Meike Daßler

Um die Lesefreundlichkeit des Textes zu verbessern, wird an einigen Stellen bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern ausschließlich die männliche Form verwendet. Im Sinne der Gleichbehandlung gelten entsprechende Begriffe grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet also keine Wertung, sondern hat lediglich redaktionelle Gründe.