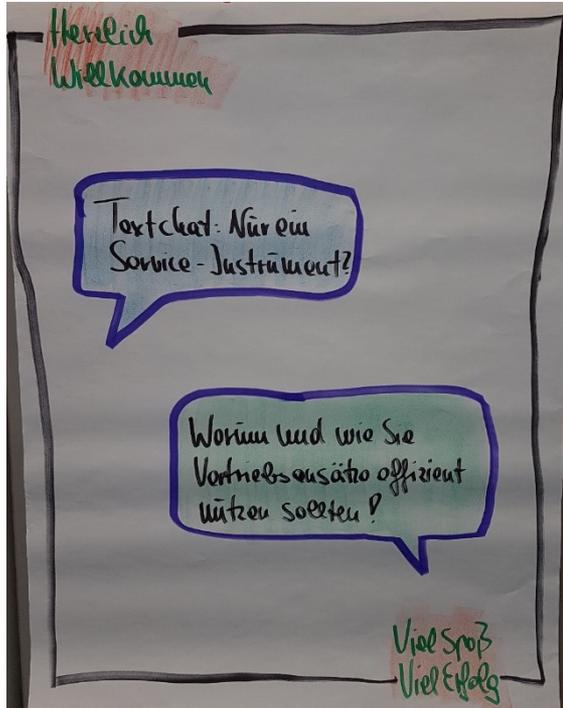
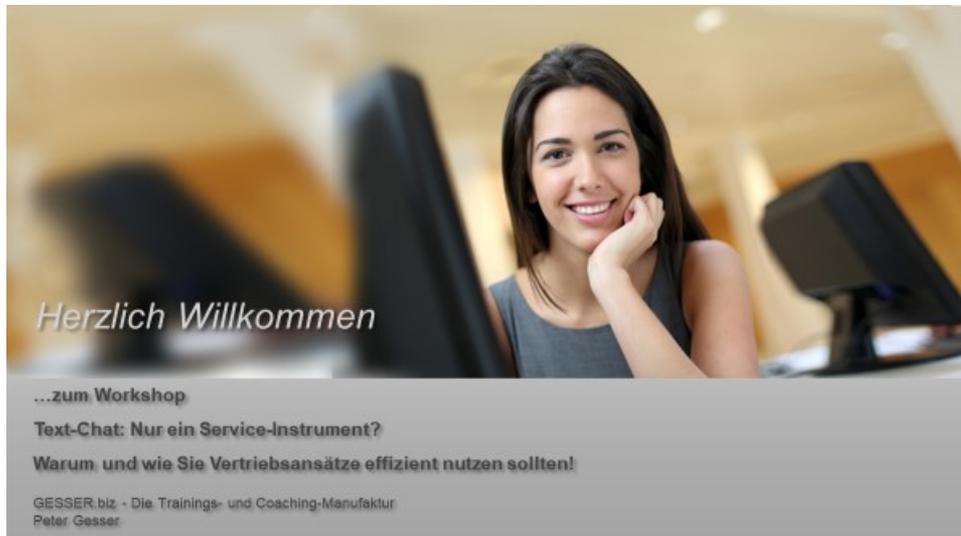


Fotoprotokoll vom 28. und 29.11.2017

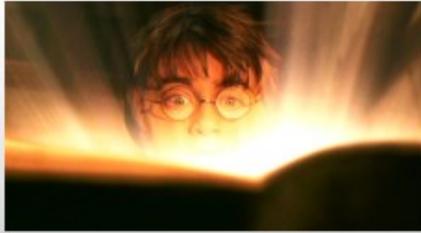


Zusammenstellung der Arbeitsergebnisse auf Flipchart und Pinnwand im Workshop „Trest-Chat: Nur ein Service-Instrument?“ vom 28. und 29. November 2017 im Rahmen der Fachtagung für Kommunikations Center CCQT in Dortmund.

Die Ergebnisse erhalten Gültigkeit im Zusammenhang mit den im Seminar ausgegebenen Teilnehmerunterlagen.



Magische Kanäle



GESSER 
Die Trainings- und Coaching-Manufaktur

Eine Sekunde lang leuchtete die Tinte hell auf dem Papier, und dann, als würde sie in das Blatt hineingesaugt, verschwand sie. Aufgeregt tunkte Harry die Feder ein zweites Mal ein und schrieb: «Mein Name ist Harry Potter.» Die Worte leuchteten sekundenlang auf dem Blatt und dann verschwanden auch sie spurlos.

Dann, endlich, geschah etwas. Aus dem Blatt heraus drangen, in seiner eigenen Tinte, Wörter, die Harry nicht geschrieben hatte. «Hallo, Harry Potter. Mein Name ist Tom Riddle.»

Orientierung und Kontakte knüpfen Norden, Süden, Osten, Westen

GESSER 
Die Trainings- und Coaching-Manufaktur



Norden

Westen

Osten

Süden



Einstieg

Handzeichen 

GESSER 
Die Trainings- und Coaching-Manufaktur

Wer hat den Textchat bereits eingeführt?

Wer plant die Einführung?

Handzeichen 

GESSER 
Die Trainings- und Coaching-Manufaktur

Wer nutzt die SFP-Lösung?



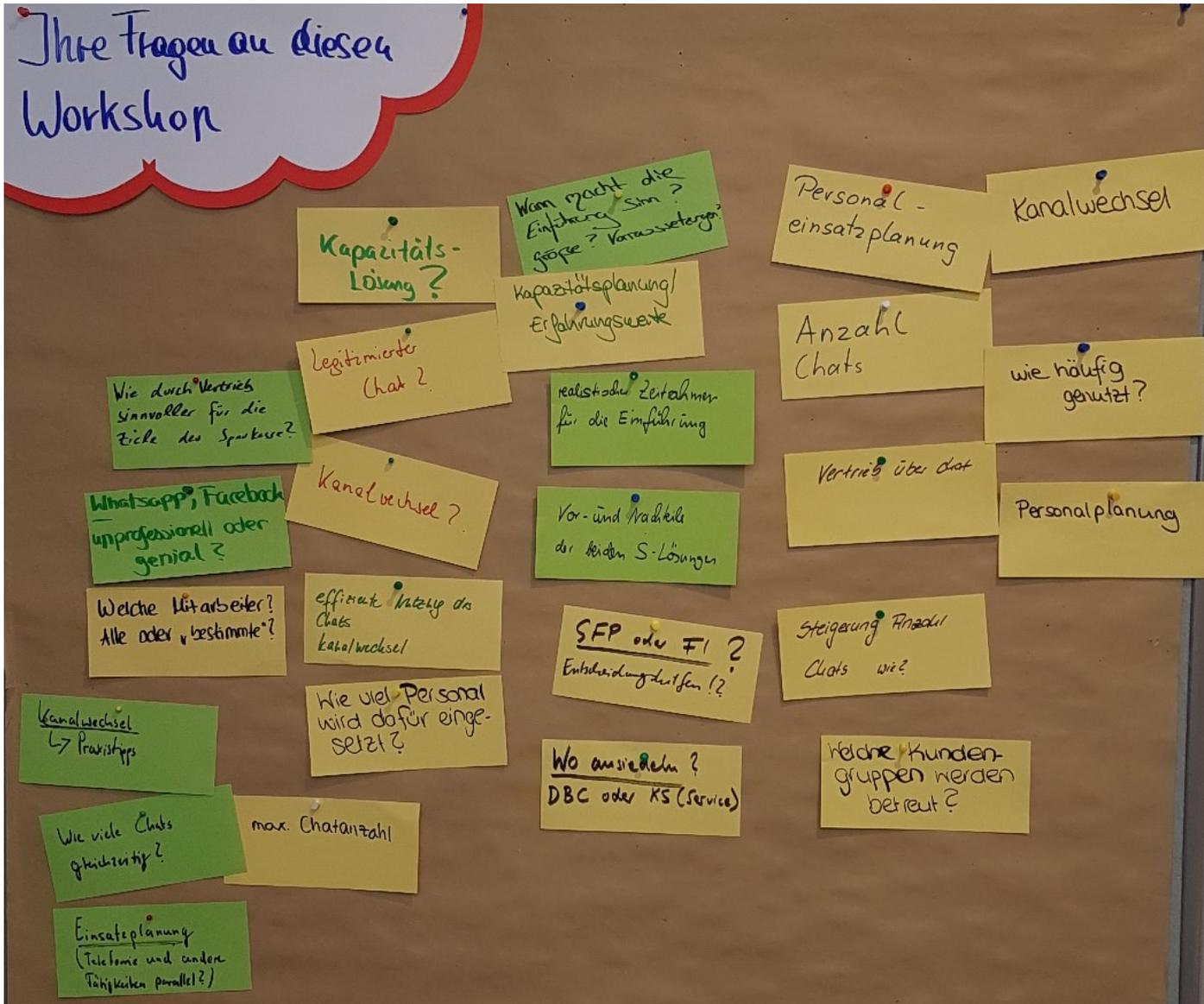
Wer nutzt die FI-Lösung?

Bevor Sie sich wieder setzen:
Ihre Fragen an diesen Workshop???

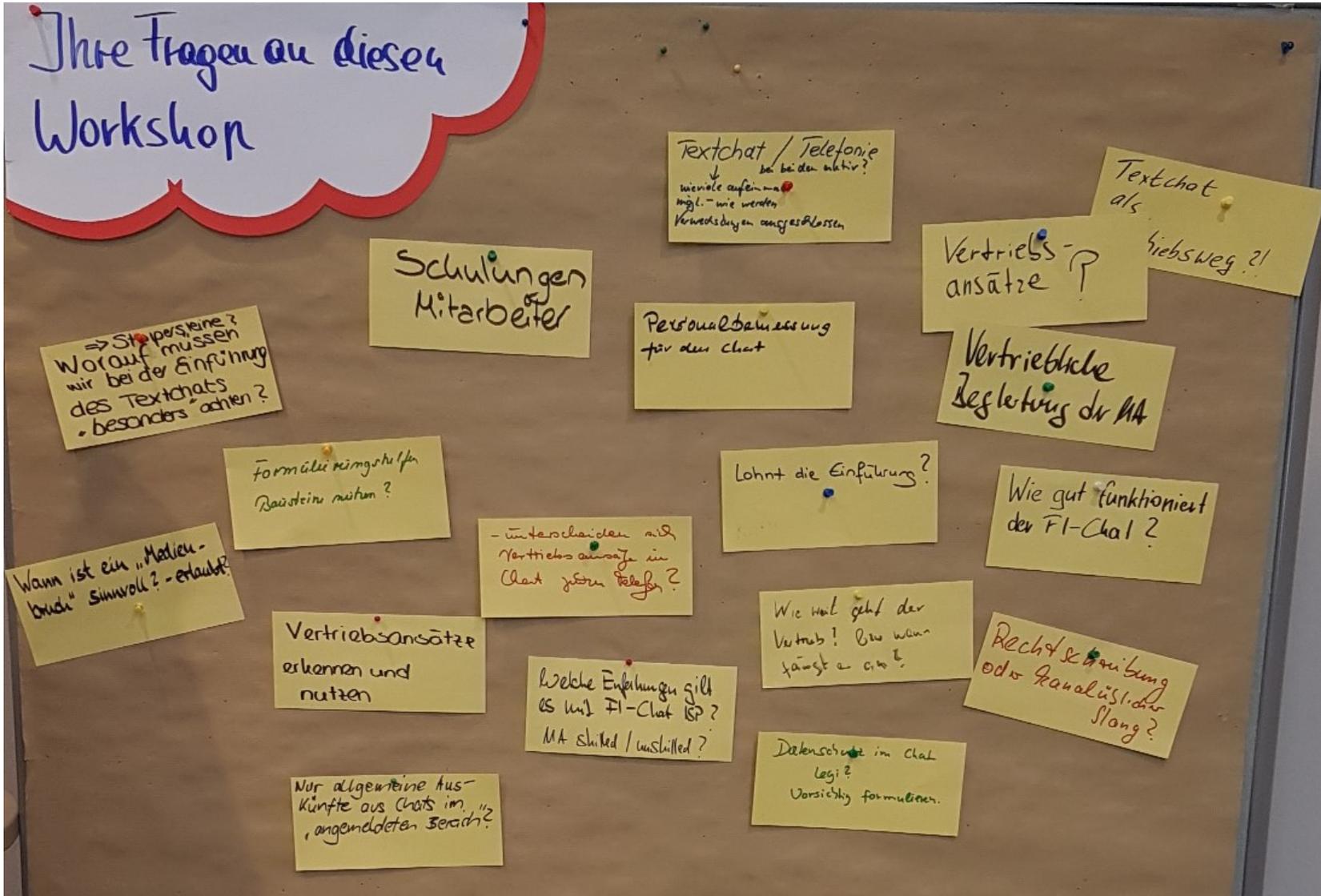
GESSE 
Die Trainings- und Coaching-Manufaktur



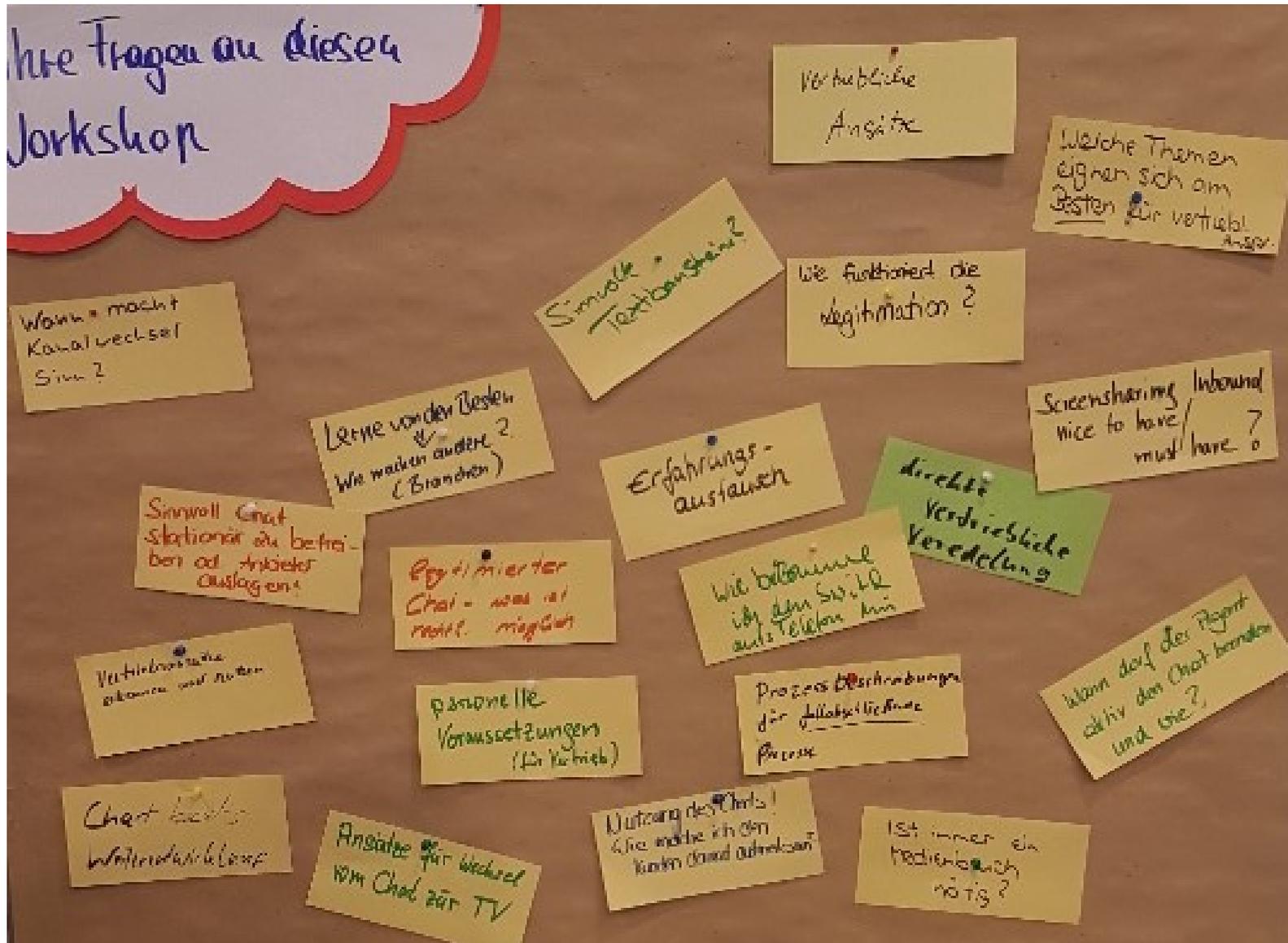
Vier Workshops



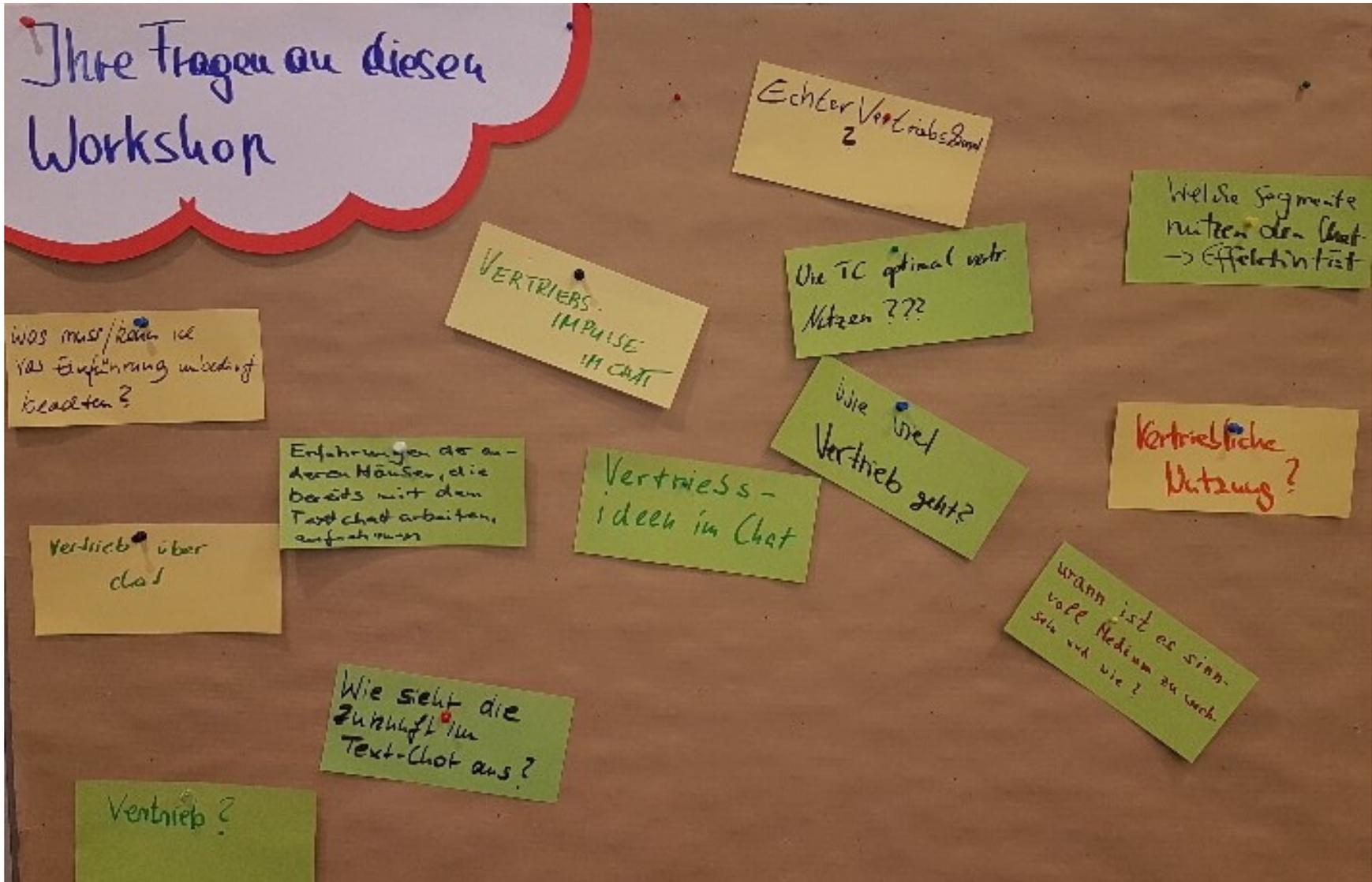
Vier Workshops



Vier Workshops



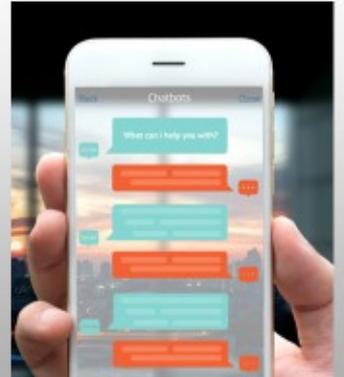
Vier Workshops



Zur Situation

Einsatzszenarien des Mediums in der SFG | **Ist-Situation 2017**

- ▶ Textchat als „reiner Servicechat“
 - Ausschließlich Nutzung der Textfunktion
 - Kurze und schnelle Beantwortung von Fragen



Vertriebsstrategie der Zukunft Entwicklungsparameter

- ▶ Digitalisierung
- ▶ Demografischer Wandel
- ▶ Niedrigzinsphase und damit sinkende Erträge
- ▶ Regulatorik
- ▶ Entwicklung des Kundenverhaltens



Impressionen



Impressionen



Entwicklungen im Kundenverhalten

Kundenkontakte zur Sparkasse auf Initiative des Kunden



Kundenkontakte zur Sparkasse auf Initiative des Kunden

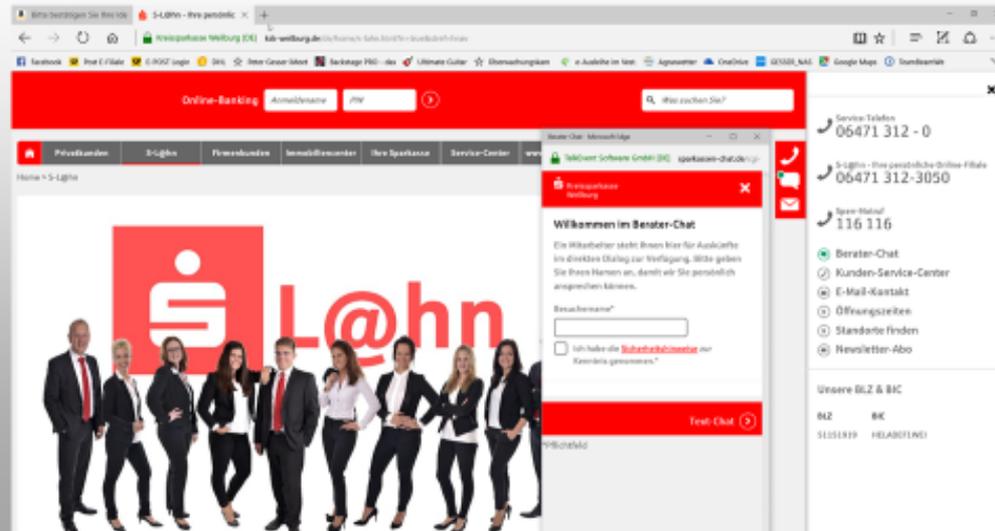


Handlungsfeld Textchat

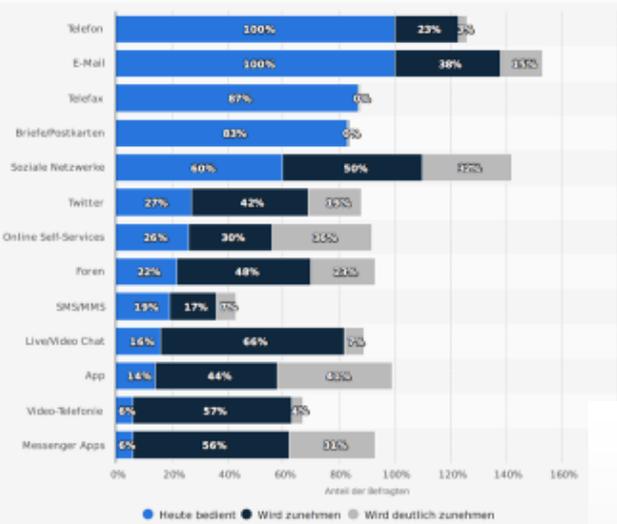
Handlungsfeld Textchat Ansatz für mehr Vertrieb



Handlungsfeld Textchat Bindeglied zum stationären Vertrieb



Entwicklung Kontaktkanäle



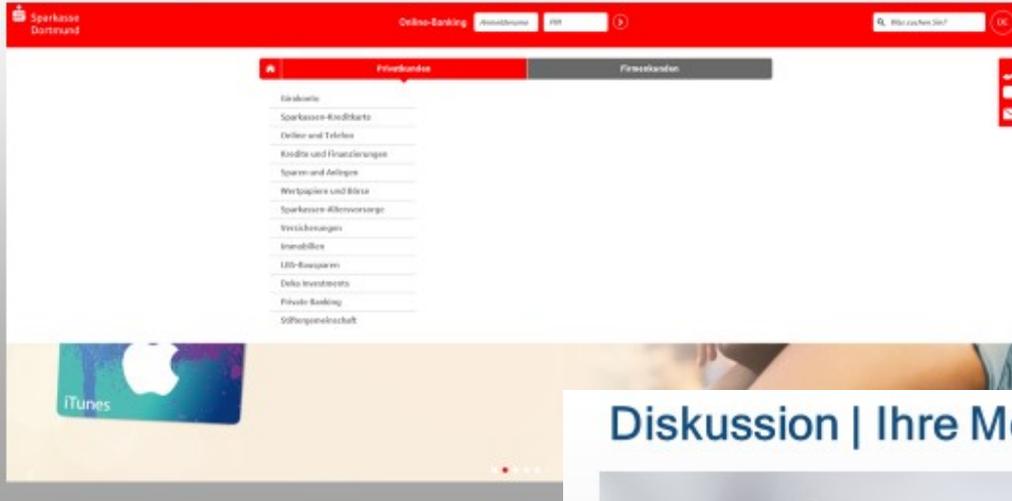
Fragestellungen bei der Weiterentwicklung des Kanals

- ▶ Welche Ausrichtung soll der Kanal künftig haben? → Strategie
 - Servicechat
 - Service- und Vertriebschat
 - Service- und Beratungschat
- ▶ Wann soll der Agent einen Kanalwechsel initiieren? → Prozesse
- ▶ Welche Produkte sollen medial unterstützt beraten werden? → Prozesse
- ▶ Welchen Ausbildungsstand und welche Kompetenzen sollen die Agenten haben? → Personalentwicklung
- ▶ Welche technische Plattform soll genutzt werden? → Technik

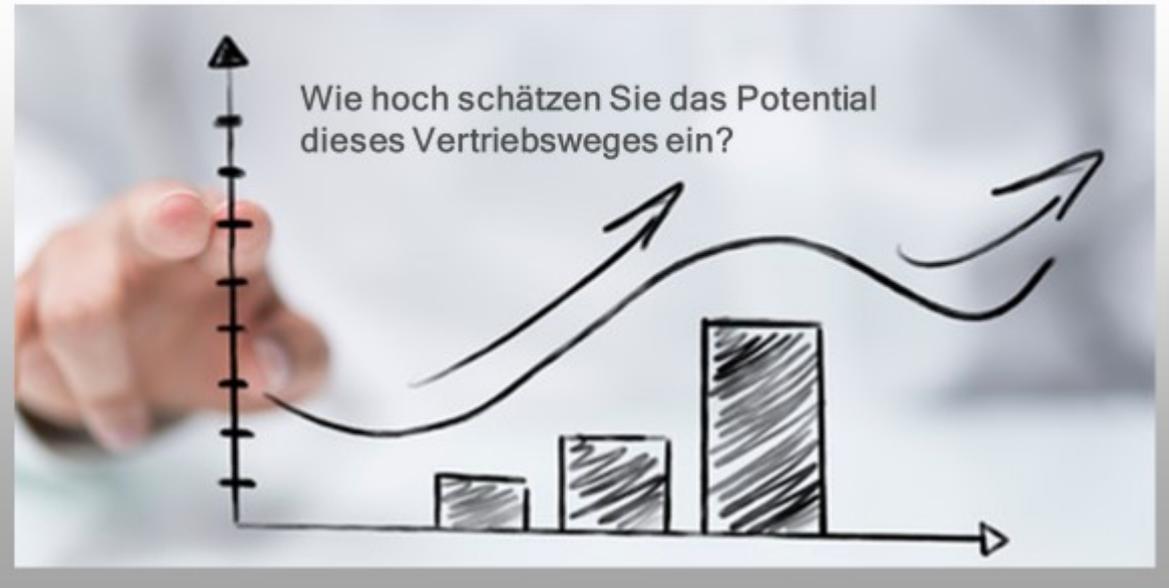


Handlungsrahmen Verkauf

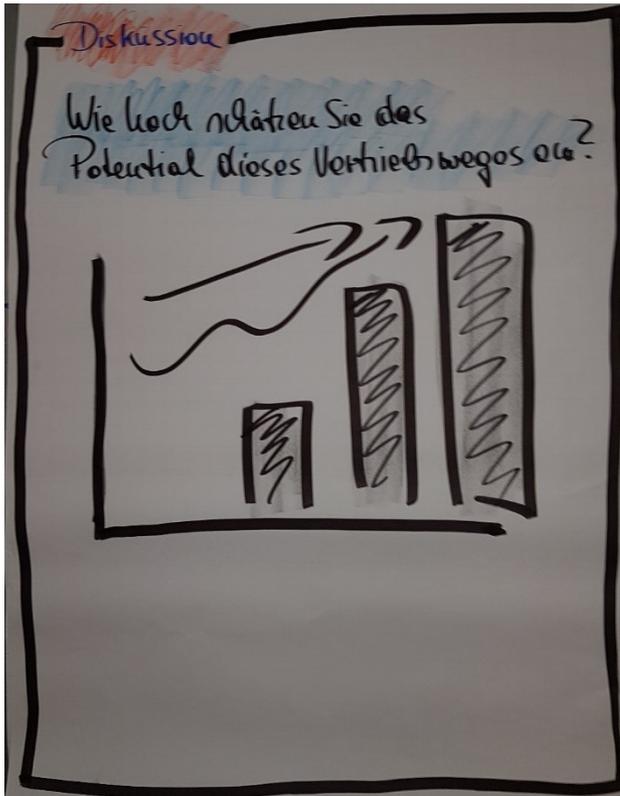
Produktpalette der Internetfiliale als Handlungsrahmen für Mitarbeiter?



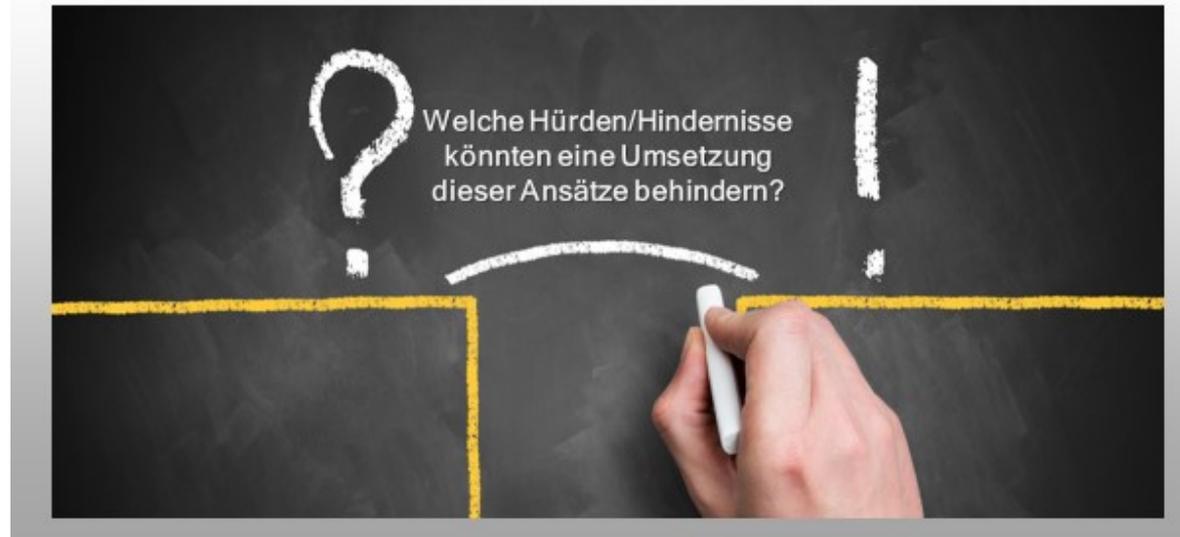
Diskussion | Ihre Meinung



Diskussion



Diskussion | Ihre Meinung



Potential Vertriebsweg

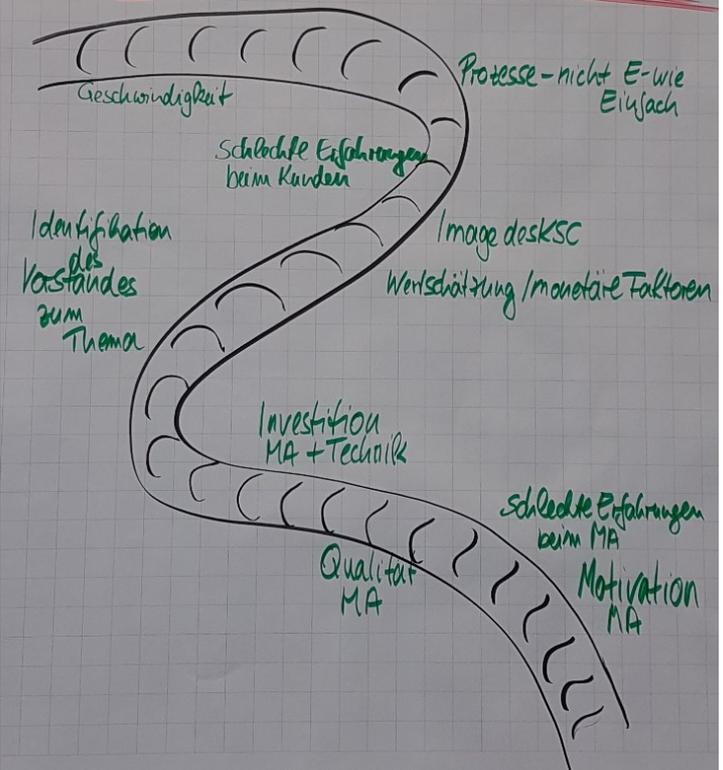
- Potential wird zukünftig steigen durch
 - Abbau von Hürden
 - positive Erfahrungen von Kunden
 - andere Anbieter diesen Vertriebsweg ebenfalls anbieten \Rightarrow wird gewohnter
 - steigende Bequemlichkeit
 - Kundenkontaktverhalten auf der IF Bestandskundenaktivierung + intensivierung + Neukundengewinnung

Hürden / Hindernisse:

- * Kosten
- * Regulatorik
- * MA-Auswahl (+ Qualifikat.)
- * Verkaufsunterlagen
- * Prozessmöglichkeiten
- * Kundenausstattung
 - \hookrightarrow \emptyset Tablett / Smartphone
 - \hookrightarrow Technik / -affinität
- * Sicherheitsbedingungen

- bequemer Einstieg
- Onlinebanking Nutzung steigt
- Internetfiliale - Textchat → geringes Kanalexchweiser
- Filialnetz wird kleiner
- Kunden außerhalb Geschäftsgebiet
- Wettbewerb andere Banken
- demogr. Wandel

Welche Hürden / Hindernisse
Könnten eine Umsetzung dieser
Ansätze behindern?



Produkt | Service
bringen

hohe Chance
zum Produkt-
abschluß

aktive Ansprache bei
komplexeren Produkten

geringere Chance des
Abschlusses

Welche Hürden / Hindernisse
könnten eine Umsetzung
dieser Ansätze behindern?

- Vertriebliche
Kompetenz Mitarbeiter
- Fehlende
Zieldefinition
(Qualität / Quantität)
- Gesprächsbereitschaft
des Kunden (Timing)
- Mißverständnisse
durch "nur Text"
→ Emotionalität
- Textliche Kompetenz
Rechtschreibung / Grammatik

Terminhinweise

Seminare an den Sparkassenakademien



Den Textchat vertrieblich und sprachlich sicher nutzen - E-Etiquette in der medialen Beratung	Agents Call-Center Teamleiter Call-Center	1 Tag	16.7.2018
ScreenSharing und Co-Browsing in der medialen Beratung vertrieblich nutzen	Agents Call-Center Teamleiter Call-Center	1 Tag	17.7.2018



Den Textchat vertrieblich und sprachlich sicher nutzen - E-Etiquette in der medialen Beratung	Agents Call-Center Teamleiter Call-Center	1 Tag	15.5.2018
Direktvertrieb am Telefon	Agents Call-Center Teamleiter Call-Center	1 Tag	22.6.2018



Danke für Ihre Mitarbeit und die
Diskussionen



Viel Erfolg bei der Umsetzung...
...und bis zum nächsten Mal.

Peter Gesser