ADG



Vertriebsbank neu denken und gestalten

Buchungsnummer
ST0222-087

Diese Veranstaltung richtet sich an:
VorständInnen und Führungskräfte

Von wesentlicher Relevanz ist"e Effektivität von Vertrieb und Führung"eigern. Des Weiteren muss die Effizienz von Prozessen und Schnittstellen zum Betrieb erhöht werden. Stärken Sie sich für diese Aufgaben und überführen Sie

die Auswirkungen aus dem Markt- und Regulatorikumfeld im Anschluss"nen Veränderungsprozess in Ihrem Hause. Anhand einer Vielzahl von Praxisimpulsen können Sie neue Handlungsfelder definieren und erfolgreich umsetzen.

Veranstaltungsart
Workshop
Dauer (in Tagen)
2
Termin
19.09.2022 - 20.09.2022
Zu erreichender Abschluss
Teilnahmebescheinigung

Preis
1.650,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden"iteren Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Eine der Kernfragen der genossenschaftlichen Primärbanken lautet: Wie können sich die Institute"nem massiv veränderten Umfeld vertrieblich behaupten? Welche Vertriebsstrategie ist dafür die richtige?

Die Antwort: Die Effektivität von Vertrieb und Führung muss gesteigert und die Effizienz von Prozessen und Schnittstellen zum Betrieb erhöht werden. Fundierte und teilweise unpopuläre Entscheidungen müssen hierbei womöglich getroffen und gegenüber den StakeholderInnen, wie beispielsweise MitgliederInnen, KundInnen, GeschäftspartnerInnen und MitarbeiterInnen, begründet werden.

Wie der Vertriebserfolg erhöht und neue Erlösquellen und Geschäftsfelder gefunden werden können, beschäftigt alle Genossenschaftsbanken. Die Anforderungen aus den Produktions- und Steuerungseinheiten sind dabei ebenso"rücksichtigen, genauso wie das regulatorische Umfeld und die nachhaltig im Markt wirkenden Megatrends.

In unserem Seminar betrachten wir daher die Themen „Vertriebsmodell“, „Geschäftsfelder“, „Prozesse“ und „Schnittstellen“ sowie „Führung“.

Inhalte

Vertriebsmodell 4.0

- Die Anpassung der Vertriebsorganisation"e neuen Veränderungen
- Der Umbau der Filialbank zur Omnikanalbank – Vertriebswegegestaltung im Omnikanalvertrieb
- Informationen im Vertrieb vernetzen und das Zusammenspiel der Vertriebswege damit erleichtern
- Neue Kauferlebnisse stationär, medial und digital schaffen – der Mehrnutzen für den KundInnen als Wettbewerbsfaktor

Die Zukunft des Geschäftsmodells und die Rolle neuer Geschäftsfelder

- Die Profitabilität von Geschäften und Geschäftsfeldern im Wandel
- Neue Geschäftsfelder – Beispiele und Gestaltungsprozess
- Die potenzialorientierte Kundensegmentierung heute und morgen
- Individualkunden, qualifiziertes Mengengeschäft, digitaler Vertrieb: Abgrenzung, Vernetzung und Vertriebssteuerung
- Erfolgreiche Beispiele anderer Genossenschaftsbanken

Schnittstellen zu Produktion und Steuerung

- Gesamtbanksicht: Wie viel Vertrieb können wir uns leisten?
- Der Kunde als Co-ProducerIn im Beratungsprozess und"r Datenanlieferung zum Produktionsprozess
- Sourcingstrategien: Varianten des In- und Outsourcings im Überblick

Mitarbeiter und Führungskräfte auf dem Weg zur Vertriebsbank der Zukunft

- Reifegradorientierte Team- und MitarbeiterInnenentwicklung als Basis der Veränderung
- Auch bei Gegenwind mit Spaß dabei: Wie Sie eine Demotivation Ihrer BeraterInnen und Führungskräfte vermeiden
- Vertriebscoaches, Prozesscoaches, Digitalisierungs- und Transformationscoaches: Rolle, Aufgaben und Entwicklung

Nutzen

- Sie können die Auswirkungen aus dem Markt- und Regulatorikumfeld in Veränderungsprozesse überführen.
- Sie erhalten vielfältige Praxisimpulse aus laufenden und abgeschlossenen Veränderungsprojekten in Banken und erleben, wie die Themen"r Praxis umgesetzt werden können.
- Sie definieren Handlungsfelder für Ihr Haus und können nach dem Seminar"e operative Umgestaltung der Vertriebsbank gehen.

Dozenten

Michael Mühlhahn, Banken!mpuls Consulting GmbH