



## Vertriebsbank neu denken und gestalten

Buchungsnummer

**ST23-00230**

Diese Veranstaltung richtet sich an:

**VorständInnen und Führungskräfte**

Von wesentlicher Relevanz ist es die Effektivität von Vertrieb und Führung zu steigern. 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 in einen Veränderungsprozess in Ihrem Hause. Anhand einer Vielzahl von Praxisimpulsen können Sie neue Handlungsfelder definieren und erfolgreich umsetzen.

Veranstaltungsart

**Workshop**

Dauer (in Tagen)

**2**

Termin

**18.09.2023 - 19.09.2023**

Zu erreichender Abschluss

**Teilnahmebescheinigung**

Preis

**1.790,00 €**

Ihr Mitgliederpreis sowie Aktions- und Gutscheincodes werden im weiteren Bestellprozess berücksichtigt.

### **Beschreibung**

Eine der Kernfragen der genossenschaftlichen Primärbanken lautet: Wie können sich die Institute in einem 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 Vertriebs Erfolg erhöht und neue Erlösquellen und Geschäftsfelder gefunden werden können, beschäftigt alle Genossenschaftsbanken. Die Anforderungen aus den Produktions- und Steuerungseinheiten sind dabei ebenso zu berücksichtigen, 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 an die neuen Veränderungen
- Der Umbau der Filialbank zur Omnikanalbank – Vertriebswegegestaltung im Omnikanalvertrieb
- Informationen im Vertrieb vernetzen und das Zusammenspiel der Vertriebswege damit erleichtern
- Neue Käuferlebnisse 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 in der 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 in der Praxis umgesetzt werden können.
- Sie definieren Handlungsfelder für Ihr Haus und können nach dem Seminar in die operative Umgestaltung der Vertriebsbank gehen.

## **Dozenten**

Michael Mühlhahn, Banken!mpuls Consulting GmbH