



Omnikanalstrategie: So optimieren Sie ganzheitlich Ihre Vertriebskanäle!

Buchungsnummer  
**ST0221-145**

Diese Veranstaltung richtet sich an:  
**Führungskräfte**

Sie wollen Ihre Vertriebskanäle optimieren? In unserem Seminar erarbeiten Sie praxisnahe Umsetzungsideen für eine Multikanalstrategie und kennen die aktuellen Trends. Ebenfalls sind Sie"r Lage die

# Bedeutung des Omnikanalvertriebs einzuschätzen. Durch praxisnahe Umsetzungsideen können Sie die Zukunft Ihrer Bank aktiv gestalten.

Veranstaltungsart

**Seminar**

Dauer (in Tagen)

**3**

Termin

**30.08.2021 - 01.09.2021**

Zu erreichender Abschluss

**Teilnahmebescheinigung**

Preis

**1.800,00 €**

Aktions- und Gutscheincodes werden im weiteren Bestellprozess berücksichtigt.

## **Beschreibung**

Die genossenschaftlichen Banken stehen vor der großen Herausforderung, einerseits ihre stationären Vertriebswege zu modernisieren, aber andererseits mithilfe neuer mobiler und technikgestützter Angebote der Abwanderung von Kunden erfolgreich entgegenzutreten.

Der inhaltliche Schwerpunkt von verbundweiten Projekten liegt darauf, die stationären mit den digitalen Vertriebskanälen zu verzahnen. 98 Prozent aller Kontakte entstehen laut dem BVR auf den Online-Kanälen, nur 5 Prozent aller verfügbaren Budgets werden dort allerdings allokiert. Die Folge: Genossenschaftsbanken sollten die Integration des Vertriebskanals „Internet“ noch stärker vorantreiben, um dem veränderten Kundenverhalten gerecht zu werden.

Stellen Sie sich der Herausforderung, einen sinnvollen Vertriebswegemix zu gestalten und ihren MitgliederInnen wie KundInnen passende Zugangswege zu Ihrer Bank vielfach und kostengünstig wie möglich zur Verfügung zu stellen.

## **Inhalte**

- Besprechung detaillierter Analysen aktueller Trends aus Kunden-, Wettbewerbs- und Umfeldperspektive im Omnikanalvertrieb
- Vorstellung und Diskussion der BVR-Inhalte zum Thema Omnikanalstrategie
- Vorgehensmodell zur Erarbeitung strategischer und operativer Varianten im Omnikanalvertrieb
- Vorstellung wesentlicher Faktoren erfolgreicher Omnikanalstrategien
- Diskussion der Erfolgsfaktoren anhand von Praxisbeispielen im Omnikanalvertrieb
- Besprechung von Zielsystemen zur Vertriebssteuerung des Mehrkanalvertriebs
- Einführung eines Kennzahlensystems zur Steuerung des Mehrkanalvertriebs
- Integration von Videoberatung, Co-Browsing und Chat-Funktionen in Vertriebskanal Internet

## **Nutzen**

- Sie kennen die aktuellen Trends im Omnikanal-Banking.
- Sie ordnen die Bedeutung des Omnikanalvertriebs richtig ein und beurteilen diese.
- Sie wissen, wie Sie in einem ganzheitlichen Omnikanalansatz Aspekte der Vertriebsplanung und -steuerung sowie Produkt- und Preispolitik aufeinander abzustimmen haben.
- Sie bekommen praxisnahe Umsetzungsideen einer Omnikanalstrategie für die eigene Primärgenossenschaft in die Hand.

## **Dozenten**

Gabor Verheyen, 4P Consulting

Gabor Verheyen ist langjähriger Unternehmensberater und Geschäftsführer von 4P Consulting und betreut vor allem mittelständische Banken und Sparkassen in den Funktionen Strategie & Organisation sowie Marketing & Vertrieb. Als ehemaliger Bereichsleiter im Vertrieb einer Primärgenossenschaft ist er in vielen Jahren als Dozent und Prüfer in der ADG tätig.