GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation
und Selbstmanagement

Ausbildung Hybridberater

Qualifizierungsmaßnahmen für Kundenberater im stationären Vertrieb für die mediale Beratung

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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 Verrieb 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.

© by

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.

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Da reicht doch eine Webcam, oder?

Diese Frage bekomme ich 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 auch gute Erfahrungen sowohl mit Thin-Clients als auch mit Fat-Clients, die die volle Rechnerfunktionalität bieten, gemacht. Auch bei Thin-Clients können mittlerweile Funktionalitäten, wie z.B. ein Stiftdisplay, eingesetzt werden.

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 Multikanal-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 angeklemmte 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 Stich-

© by

worte 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 seinen Höhepunkt überschritten.

Wir können allerdings feststellen, dass der Anteil digital affiner Kunden (Kunden, die können und wollen) deutlich zugenommen hat. Sind wir noch vor ca. 5 – 6 Jahren von einem 20prozentigen Anteil digital affiner Kunden im Privatkundenbereich ausgegangen, so gehen die Schätzungen heute eher in Richtung 40% und mehr.

Natürlich verlangen Kunden nicht immer aktiv eine Beratung über den Videokanal. Hier spielen alte Gewohnheiten und auch der Wunsch, den vertrauten Berater in einer diskreten Umgebung zu treffen, eine große Rolle. 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.

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Sind unsere Berater eigentlich schon ausreichend digital affin?

An dieser Stelle erhalten Sie von mir 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 dem Outlook-Kalender 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 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 verinnerlicht haben!

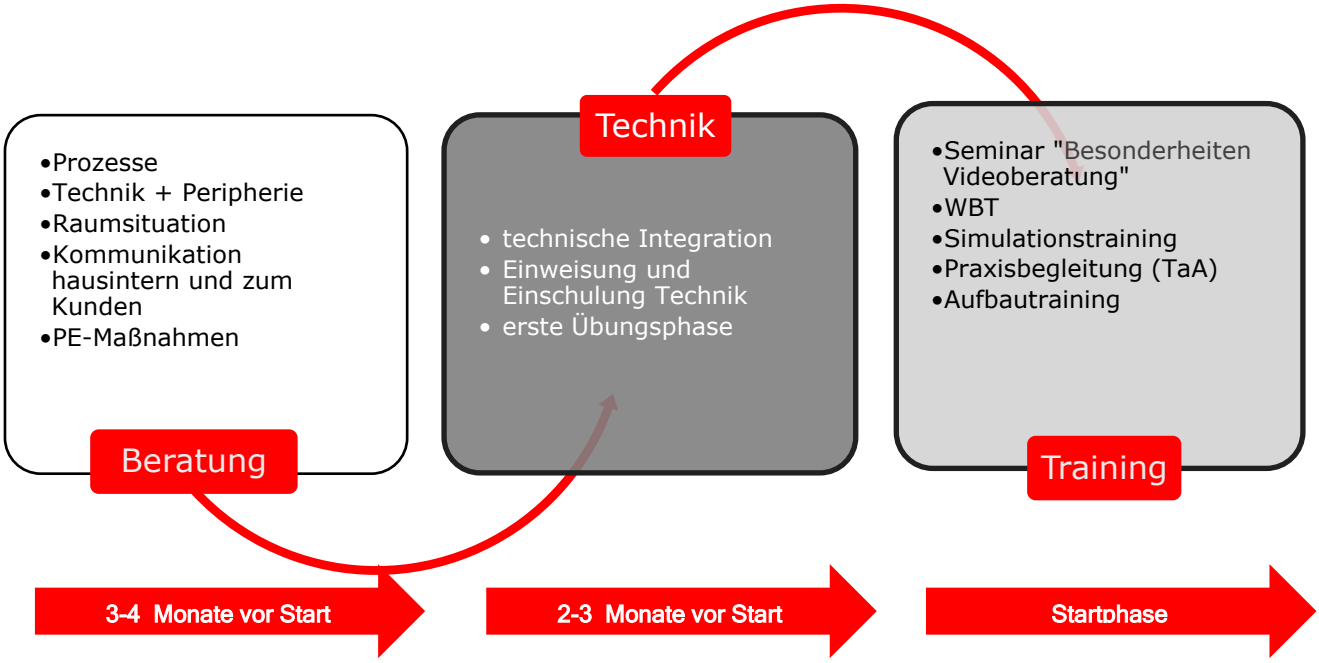
Hinzu kommt, dass bei vielen Beratern einfache digitale Kernkompetenzen gefördert werden müssen. In meiner Praxis habe ich mehrfach erlebt, dass es einigen Beratern an grundlegenden Kenntnissen zum Umgang mit Windows-Betriebssystemen, der speziellen Arbeitsumgebung im Thin-Client, dem Umgang mit Maus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

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Einführung mediale Beratung

Wie können wir Ihr Unternehmen unterstützen?



Seit nunmehr 18 Jahren begleite ich 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.

Ich begleite Sie in dem Umsetzungsprozess als Berater zur Klärung der strategischen Positionierung, der Vertriebssteuerung, bei der Personalentwicklung und der Ausgestaltung der Prozesse. Dabei habe ich in der Vergangenheit sowohl die technischen Standardanwendungen der Sparkassen-Finanzgruppe als auch externe Videokonferenzlösungen als technische Plattform in die Schulungen integriert. Als Trainer unterstütze ich Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter mit Seminaren, Simulationstrainings und Praxisbegleitungen.

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

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

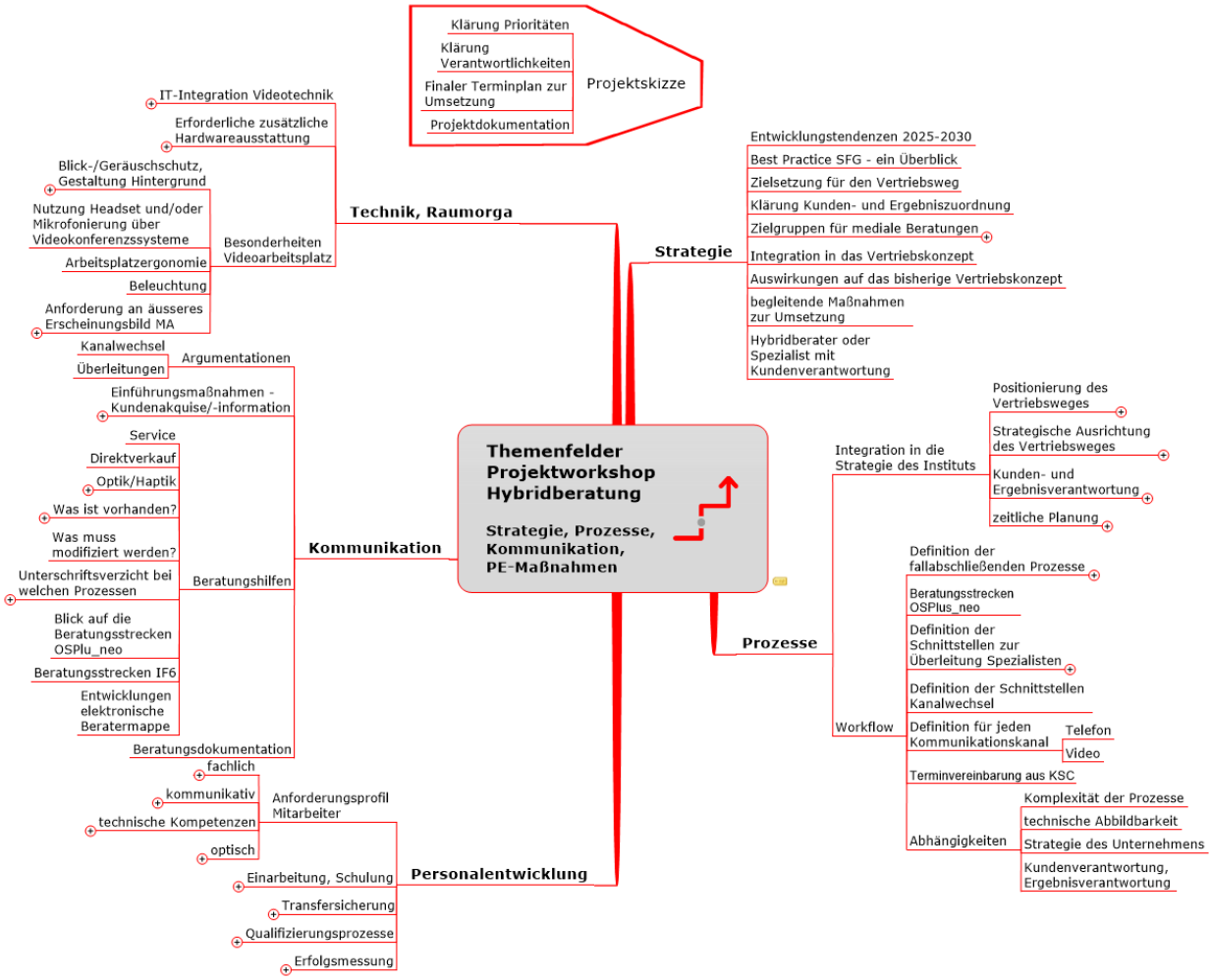
Projekt- und Planungsworkshop Handwerkskiste mediale Beratung

Beratung

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

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

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



© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Umfang und Detaillierung

Der zeitliche Umfang an Beratertagen richtet sich nach den im Haus vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen. Ich empfehle 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.

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.

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Motivation und Einstellung

Training

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

"...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, muss 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.

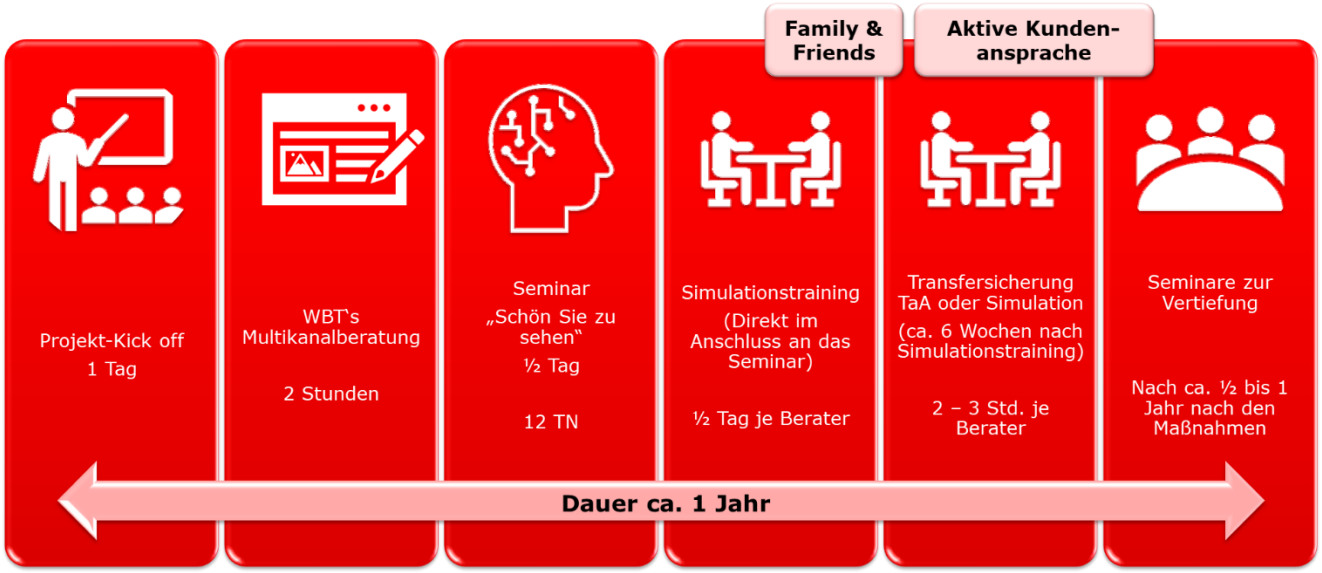
© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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 sowie 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.



Meine 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 die 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.

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

WBT zur Vorbereitung der Präsenzschulungen

Zur Reduzierung des Schulungsaufwandes in Präsenzveranstaltungen habe ich im Jahr 2023 gemeinsam mit der Sparkassenakademie Baden-Württemberg ein WBT entwickelt. Zwei Module mit einer Bearbeitungszeit von jeweils 45-60 Minuten bereiten die Teilnehmer auf den dann folgenden Präsenzworkshop vor.

Im WBT „Multikanalberatung: Ihr Arbeitsplatz" wird die technische Einrichtung des Arbeitsplatzes und die erforderlichen Maßnahmen zur Verbesserung der Ergonomie in Digitalberatungen thematisiert. Ein Thema das erfahrungsgemäß für die Sicherheit und flüssige Abläufe von herausragender Bedeutung ist. Das WBT „Multikanalberatung: Ein Schnuppergespräch" führt durch den Gesprächsablauf mit Kunden, die erstmalig eine Videoberatung erleben.

Das WBT entspricht den aktuellen Anforderungen an interaktive Lernprogramme. ScreenCasts, Videosequenzen zur Einrichtung und zur Bildschirmoberfläche in der Kundenansicht, Interaktive Dialoge und Klickstrecken, Wissenschecks zwischen den Kapiteln und Routinen zur vollständigen Abarbeitung der Lerninhalte bereiten die Teilnehmer effizient auf die Aufgaben vor.

Informationen zum WBT finden Sie auf den Seiten der Sparkassenakademie Baden-Württemberg unter dem Link dem Sie über den QR-Code aufrufen können.

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Workshop und Simulationstraining

Aufgrund der komprimierten Vermittlung der Inhalte bietet sich für den Workshop „Schön, Sie zu sehen!" eine Durchführung als Präsenzveranstaltung an. Werden die beiden Webinare im Vorfeld eingesetzt, so kann der Umfang in Abhängigkeit zum Wissensstand und Erfahrung der Mitarbeiter auf einen halben Tag reduziert werden.

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 (TaA) 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?

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Einführung mediale Beratung - Umsetzung

Seminar „Besonderheiten der Videoberatung | Schön Sie zu sehen!“

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 der Videochatanwendung (Videoberaterchat der FI oder Fremdanwendung)
- 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)

Dauer: 0,5 - 1 Tag
Termin: Sobald die Technikschulungen durchgeführt wurden und erste Erfahrungen im Umgang gesammelt wurden

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Simulationstraining

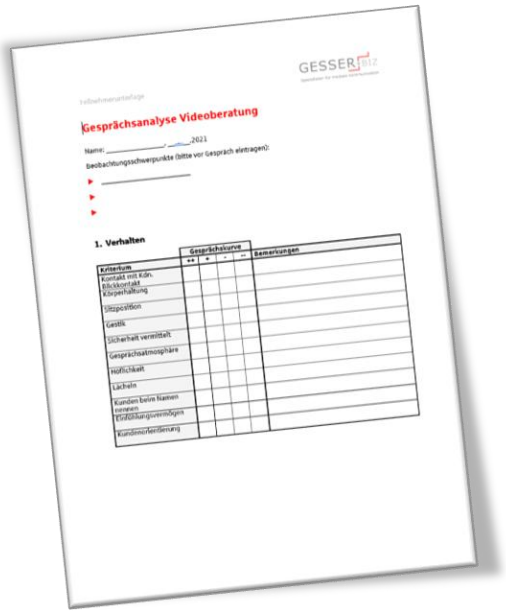
Über Rollenübungen werden die Teilnehmer im Simulationstraining an die sichere Beherrschung der Prozesse herangeführt. Darüber hinaus erhalten sie die Gelegenheit, ihre Wirkung am Bildschirm anhand von Videomitschnitten des Livestreams aus der Kundenperspektive zu reflektieren.

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). In der Regel wird hier das sogenannte „Schnuppergespräch" trainiert.

Im Simulationstraining übernehmen die Teilnehmer wechselweise 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 fraktioniert besprochen.


GESSER BIZ

Gesprächsanalyse Videoberatung

Name: _____ _____ 2021

Beobachtungsschwerpunkte (bitte vor Gespräch eintragen):

1. Verhalten

Kriterium	Gesprächsnote ++	+	-	--	Bemerkungen
Kontakt mit Kdn. Blickkontakt Körperhaltung					
Ubspodition					
Gestik					
Sicherheit vermittelt					
Gesprächsatmosphäre					
Höflichkeit					
Lächeln					
Kunden beim Namen nennen					
Einführungsvermögen					
Kundenorientierung					

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.

Dauer: Für jeden Berater: mindestens 2 x 0,5 Tage als Intervalltraining, das zweite Simulationstraining in digitaler Form
Durchführung in Trainingsgruppen von 2 Beratern
Abstand zwischen den Intervallen ca. 2 – 4 Wochen

Termin: Unmittelbar nach dem Seminar „Besonderheiten der Videoberatung"

© by

„family&friends"-Phase als Option

Intervalltraining
Praxisbegleitung am
Arbeitsplatz & digital

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

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 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 -3 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

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Aufbau-Workshop „Sicher in der Videoberatung“

Training

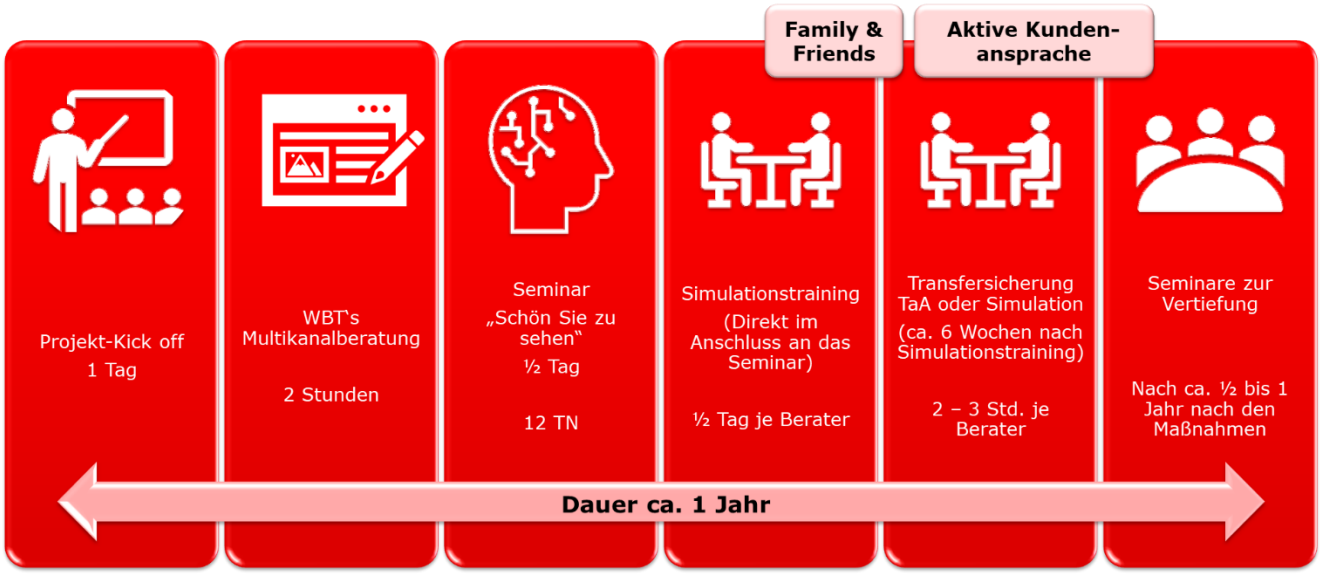
Ca. ein Jahr nach den Einführungsmaßnahmen vertiefen die Seminarteilnehmer ihr Wissen und ihre Erfahrungen zu Beratungsabläufen vor der Kamera. Dabei werden insbesondere schwierige Situationen vor der Kamera und die Umsetzung komplexer Beratungsgespräche thematisiert. Inhaltlich bieten sich hierfür diese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



© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Weitere 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 habe ich 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:

Komplexe Beratungssituationen in der medialen Beratung

Besonderheiten des Videoberatungsprozesses bei ganzheitlichen Gesprächssituationen wie Finanzcheck, BPA, AV-Beratung und Co

Die Durchführung medialer Beratungen stellt besondere Anforderungen an den Prozess. Visualisierungshilfen, die Dauer der Beratungssession und Ansätze für ein fraktioniertes Vorgehen mit getrennten Beratungsschritten sind neue Anforderungen für unsere Kundenberater und Spezialisten. In dem eintägigen Impuls-Workshop werden diese Best-Practice-Ansätze den Teilnehmern vorgestellt und diskutiert.

- Herausforderungen ganzheitlicher Beratungsprozesse in der medialen Beratung
  - Verständnis schaffen – auf Distanz
  - Unterschiede zum stationären Vertrieb – erste Impulse zur digitalen Durchführung
- Von der Terminvereinbarung zum Abschluss in zwei Modulen
  - Sinnvolle didaktische „Brüche"
  - Wieviel Zeit zwischen den Modulen?
  - Auslagern von Informationen vor dem Gespräch/nach dem Gespräch
- Wie viel Zeit vertragen mein Kunde und meine Beratung?
- Tipps zur Terminakquise und -vereinbarungen
  - Exkurs: Vom Care-Call zum Vertriebsgespräch
  - Wie viele Details im Rahmen der Akquise
  - Stolperfalle: Cold Calling-Verbot bei Wertpapieren
  - Was sollte die Einladung enthalten?
- Agenda: Dem Gespräch eine Struktur geben. Die Beratungslogik rüberbringen.
- Sprachbilder und Visualisierungen zu Themen in den Beratungsprozessen
  - Best Practice Ansätze aus der Beratung – Internetseiten der Sparkasse, DEKA oder weiterer Verbundpartner, Video-Channels SFG, Grafiken, Power Point
  - Gruppenarbeit/Ideenfindung: Welche Sprachbilder und Visualisierungen kennen Sie? Welche sind besonders hilfreich?
- Was mache ich als Berater als nächstes – Cliffhanger für den Kunden
- Exkurs: Rechtssicher mediale Beratungen durchführen | Sprachaufzeichnung bei modularen Gesprächen und MiFiD-Leitfaden
- Exkurs: Hybrid-BeratungKomplexe Beratungssituationen vorbereiten
- 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

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Das Stiftdisplay in der medialen Beratung effizient und kreativ einsetzen

Workshop und Simulationstraining

Training

- Storyboard Videoberatung für Profis | Nutzen in der Sparkassenpraxis
- Technische Basics zu den Stiftdisplays (Wacom)
  - Das Stiftdisplay in der Terminalserver-Umgebung
  - 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 Inspitation 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

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Erfolgsfaktor Persönlichkeit in der medialen Beratung

Emotional intelligente Beratungs- und Verkaufsstrategien am Bildschirm

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

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

© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Rückblick

Das Thema „Videoberatung" ist ein Thema, dass seit 2007 von mir 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 aktuelle Broschüre als Grundlagenwerk mit dem Titel „Ganz einfach… medial beraten" ist derzeit in Vorbereitung.

© by

GESSER.BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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" Beratungsworkshops „Einführung Videoberatung | Prozesse"	Vorstand Bereichsleiter Teamleiter Im weiteren Verlauf 1-2 KB Vertrieb	0,5 – 1,0 ?	Erster WS 6 Monate vor Start
	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 2 Intervalle, 12 Berater + FK = 2 Gruppen in zwei Intervallen mit jeweils halbtägiger Durchführung je Berater	12 Kundenberater 2 TN je Gruppe	6,0 6,0	1. Intervall unmittelbar nach BS 2 2. Intervall digital nach 1 – 2 Wochen
4	Praxisbegleitung zur Transfersicherung 2 Intervalle, 4 Agenten + FK, je TN = 0,5 Tage, 2 TN pro Trainingstag, 2 Intervalle	12 Kundenberater 1 FK	6,0 6,0	1. Intervall 2 Wochen nach BS 3 2. Intervall nach 2 Monaten
	Summe Trainertage	**Bausteine 2 + 3** **Bausteine 2,3 + 4**	**13** **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 initiierter Terminvereinbarung effizient durchgeführt werden. Hausinterne Trainer können projektbegleitend und nach Einweisung eigebunden werden.

© by

GESSER.BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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.

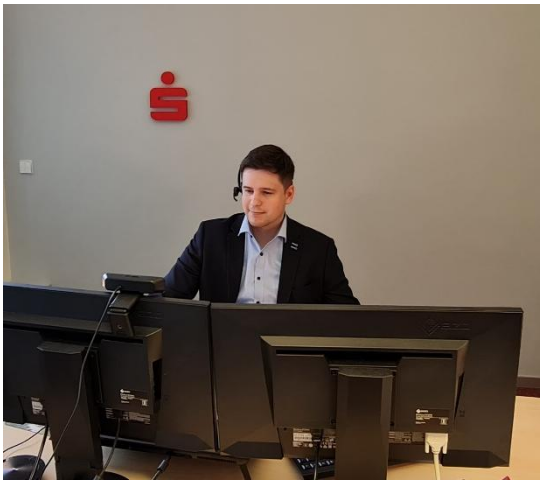
© by

GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Gestaltung Hintergrund

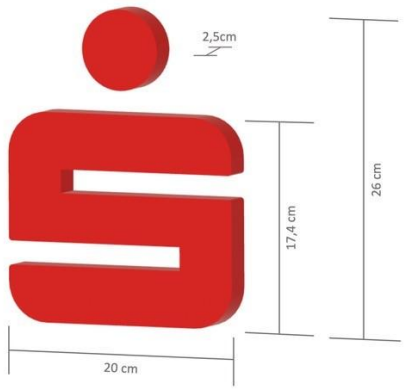
Breite des Hintergrundes > 280 cm in Abhängigkeit von

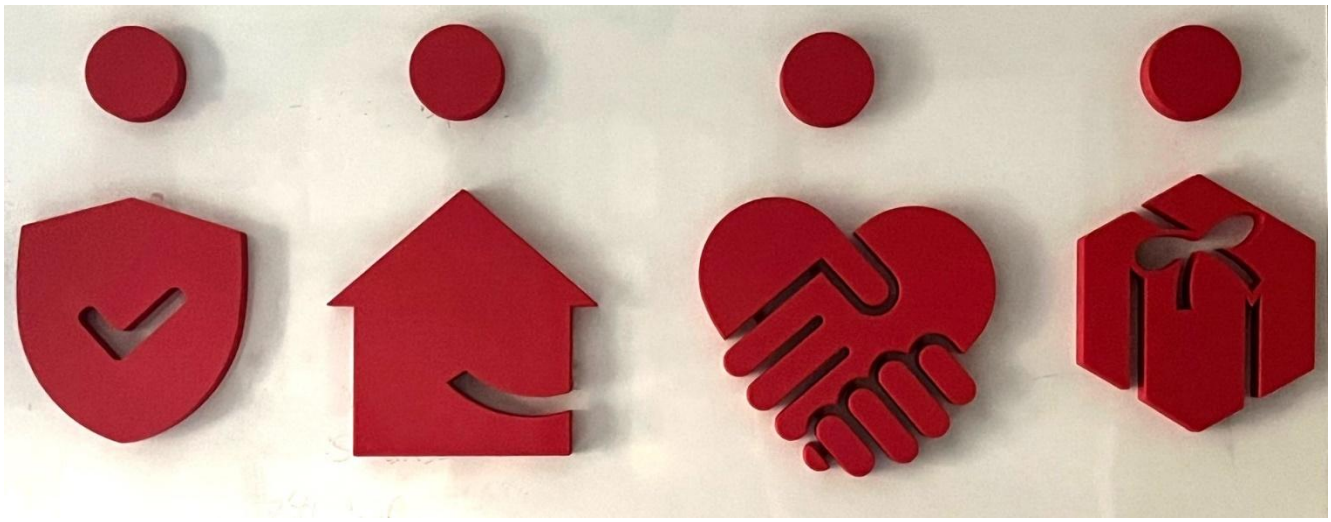
- Kameratyp
- Brennweite des Objektivs und
- Abstand der Kamera zur Wand
- Farbe des Hintergrundes: hellgrau (15 – 20% schwarz), RAL-Farbtöne 7035 oder 7047
- Sparsamer Einsatz von Gestaltungselementen, z.B. 3-D-Logo
- Alternative: Silhouette als Wandtattoo oder ausschließliche Verwendung des Logos



Empfehlung:

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





© by

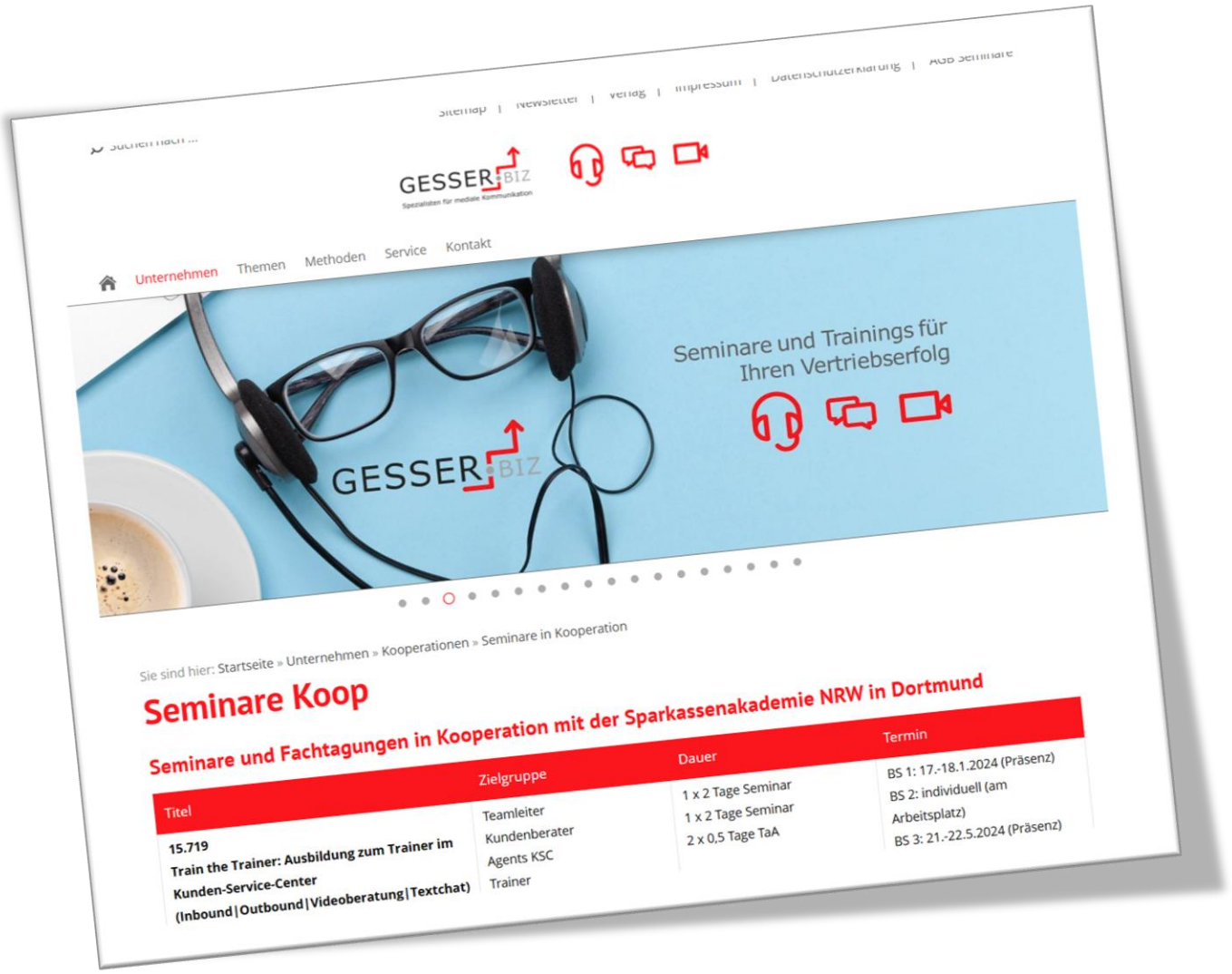
GESSER BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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.

Folgen Sie dem Link auf unseren Seiten um einen jederzeit aktuellen Überblick über die angebotenen Seminare an den Sparkassenakademien NRW, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz zu erhalten.

https://www.gesser.biz/unternehmen/kooperationen/seminare-koop/



© by

GESSER.BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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.

Zukunftsmodell medialer Berater

Mantren der Hoffenden

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

Da reicht doch eine Webcam!? | Anforderungen an den Arbeitsplatz für mediale Beratungen

Form follows function

"Da reicht doch eine Webcam, oder?"

Diese Frage bekomme ich ab und zu gestellt, wenn sich ein Kunde mit dem neuen Vertriebsweg Videoberatung und den Möglichkeiten medialer Beratungen auseinander setzt. 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 schon 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

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.

© by

GESSER.BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Unternehmen GESSER.biz

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

Die Trainings werden von Peter Gesser durchgeführt. 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 Mittelthüringen
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 Staufen-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 Weilburg
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

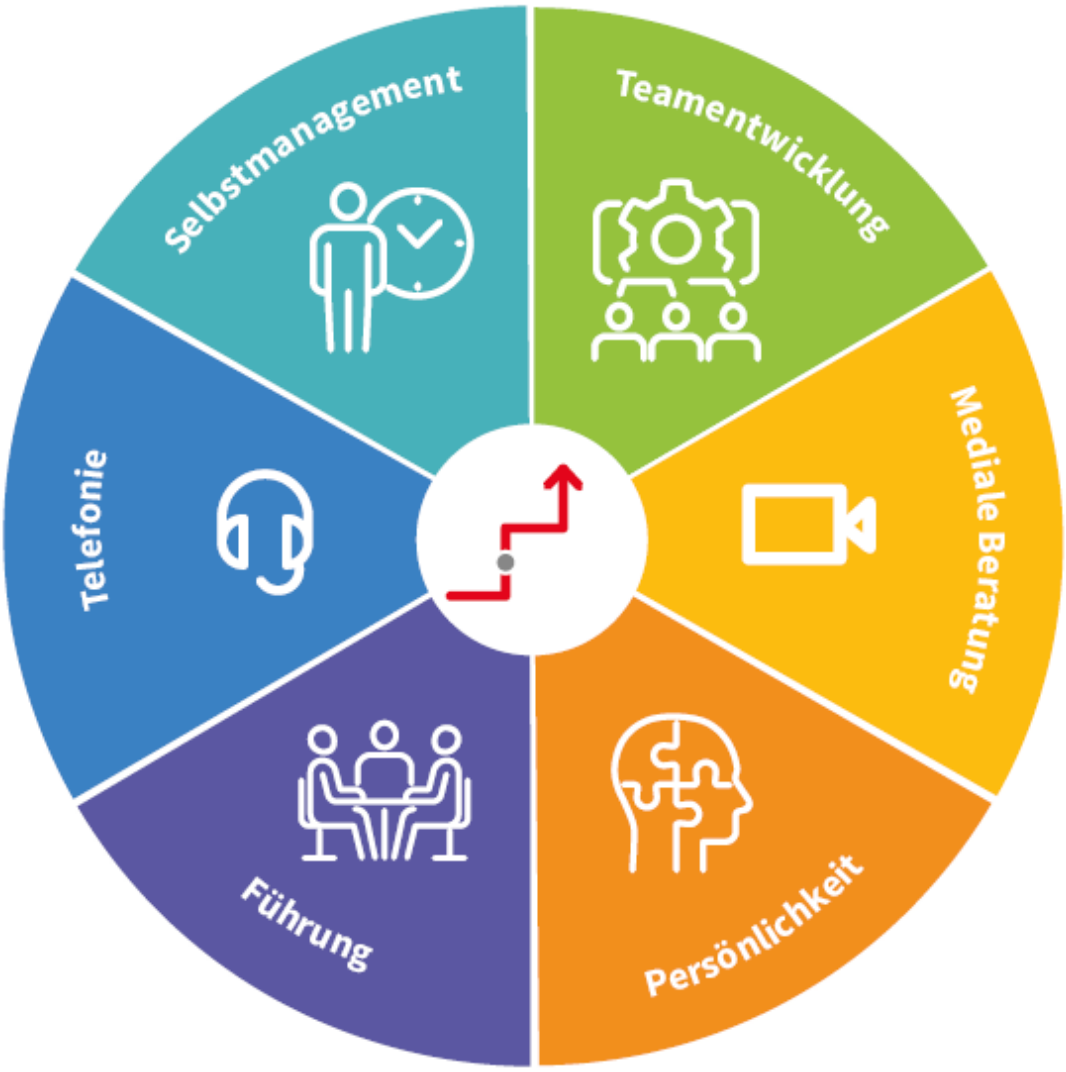
Kooperationspartner

Sparkassenakademie NRW
Sparkassenakademie Baden-Württemberg
Sparkassenakademie Rheinland-Pfalz

© by

GESSER.BIZ
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

Leistungsspektrum GESSER.biz



© by

Kontakt

Ich freue mich auf den Kontakt mit Ihnen.

Peter Gesser

GESSER.biz GmbH
Spezialist für mediale Kommunikation und Selbstmanagement

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

peter.gesser@gesser.biz
www.gesser.biz | www.ganz-einfach.info

www.gesser.biz

VCF Peter Gesser

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.

© by