



Erfolgsbausteine der Videoberatung



Inhalt

1. Warum sollten Sie sich mit der Videoberatung beschäftigen?	3
2. Welche Voraussetzungen sind notwendig?.....	4
3. Wie schaffen Sie ein positives Kundenerlebnis?.....	6
4. Wie bewerten und optimieren Sie Ihre Ergebnisse?.....	12
5. Welche Fragestellungen sind beim Aufbau eines Digitalen Beratungs- Centers (DBC) zu beachten?	13
6. Welche Kunden sind für die Videoberatung besonders geeignet?	14
7. Wie gewinnen Sie Kunden für eine Videoberatung?	15
8. Wie verbinden Sie sich mit Videoberatung mit Omnikanal und Filialberatung?	16
9. Warum die Videoberatung von unternehmerischer Verantwortung und Nachhaltigkeit zeugt?.....	17
10. Wie gestalten Sie Ihr Beratungskonzept zukunftssicher?	18
11. Wer sind Ihre Ansprechpartner für das Videoberatungskonzept?.....	19

1. Warum sollten Sie sich mit der Videoberatung beschäftigen?

Die Berichterstattung in den letzten Wochen verunsichert viele Kunden, ob eine Beratung in der Filiale und der damit verbundene Kontakt wirklich notwendig ist.

Dabei ist es unerheblich, ob diese Angst bei den geltenden Hygienevorschriften wirklich gerechtfertigt ist oder ob der Kunde „nur“ ein ungutes Gefühl hat. Denn dieses Gefühl wird sein Handeln bestimmen.

Deswegen ist es notwendig, sich mit dieser Herausforderung zu beschäftigen und nach geeigneten Lösungen zu suchen, um diese Kunden zu erreichen. Wenn Sie jetzt richtig handeln und sich auf die Videoberatung einstellen, gehen Sie als Gewinner aus der Corona-Krise hervor!

Mit einer Videoberatung haben Sie die riesige Chance

- mehr Geschäfte zu machen,
- die Kundenbindung zu stärken,
- durch eine effizientere Gesprächsführung Zeit zu sparen

und sich durch eine ideale Kombination von Filial- und Videoberatung von Ihren Wettbewerbern abzuheben, sowie Marktanteile zu gewinnen und zu sichern.

Sollten Sie sich nicht rechtzeitig auf die Kundenbedürfnisse „Bequemlichkeit“ und „Sicherheit“ einstellen, bestehen die Risiken, dass

- aufgrund zu geringer Kundenkontakte Ihre Erlöse im Bereich Anlage- und Vorsorgeberatung sinken,
- hybride Kunden abwandern,
- und bei einer weiteren Corona-Welle die Beratung (wieder) nicht ausreichend sichergestellt werden kann.

Nutzen Sie die Gunst der Stunde und beschäftigen Sie sich jetzt mit diesem Thema. Die Zeit ist reif dafür. Viele Ihrer Kunden haben durch Homeoffice die Vorteile von Videokonferenzen erlebt und auch Großeltern „skypen“ mittlerweile, um ihre Enkel zu sehen.

2. Welche Voraussetzungen sind notwendig?

Technik: Welche technischen Voraussetzungen sind vorhanden und wie können diese gezielt genutzt werden?

Selbstverständlich ist es wichtig, dass Sie im Vorfeld prüfen, welches System für eine Videoberatung am besten geeignet ist. Dabei sollten Sie z.B. folgende Punkte berücksichtigen:

- Einfacher Zugang für den Kunden
- Datenschutzrechtliche Absicherung durch Rechenzentrum
- Nutzungsbedingungen und Datenschutzerklärung bei/vor einer Terminvereinbarung übermitteln

Aufgrund der vielen verfügbaren Systeme verzichten wir auf eine vollständige Auflistung. Die wohl aktuell bekanntesten sind:



Weiterhin ist vor dem Einsatz folgendes zu prüfen:

- Videokamera
- Headset
- Hintergrundbild
- Eingblendetes Logo
- Störgeräusche
- Möglichkeit der Gesprächsaufzeichnung

Weitere wichtige Tipps:

- Sichern Sie die Termine mit Passwörtern
- Schaffen Sie Regelungen für die Legitimation von Bestandskunden mit Online-Banking/
Bestandskunden ohne Online-Banking/Neukunden

Wichtig: Für die Videoberatung zu Wertpapiergeschäften gelten Sonder-Regelungen. Auch hier stehen wir Ihnen als Ansprechpartner zur Verfügung.

Einstellung der Berater: gewinnen Sie Ihre Berater für eine Videoberatung

Binden Sie die Berater bei der Einführung der Videoberatung von Anfang an mit ein. Erläutern Sie die Hintergründe und Chancen. Nehmen Sie den Beratern die Ängste durch eine offene Kommunikationspolitik und unterstützen Sie die Berater durch Training und Coaching.

Es ist ratsam, dass Sie auch interne Meetings mit Videoübertragung durchführen, damit Ihre Berater die erforderliche Routine automatisch erlangen.

Einstellung der Führungskräfte: Wie geben Ihre Führungskräfte den Mitarbeitern Orientierung zur Videoberatung?

Gehen Sie als Chef mit Optimismus voran. Übernehmen Sie Verantwortung für Ihre Berater.

Versprühen Sie Zuversicht und geben Sie den Mitarbeitern ein gutes Gefühl für die Videoberatung.

Vermitteln Sie die Sicherheit, dass Videoberatung eine Entscheidung für die Zukunft ist. Es geht darum, wie Sie mit Videoberatung nicht nur gut durch die Krise kommen und gemeinsam als Gewinner daraus hervorgehen, sondern auch zukunftssicher aufgestellt sind.

Genauso wichtig wie Optimismus ist, auch mit Offenheit und Ehrlichkeit den Vertriebsmitarbeitern aufzuzeigen, dass beim Einsatz der Videoberatung neue Herausforderungen auf die Berater zukommen werden.

Es wird ein Umdenken notwendig sein, denn die digitale Beratung erfordert neue Kompetenzen.

Das Motto für die Zukunft heißt: Mit Werten und Fairness in der Kundenberatung nachhaltig Erfolg erzielen und dabei die Videoberatung gezielt einsetzen.

3. Wie schaffen Sie ein positives Kundenerlebnis?

Die Videoberatung ist „nur“ ein zusätzlicher Kommunikationskanal, um mit den Kunden in den Dialog zu treten. Die Videoberatung ist eine persönliche Beratung von „Mensch zu Mensch“, denn hier ist eine Interaktion der Gesprächsteilnehmer mög-

lich. Es können Unterlagen gezeigt werden und die Gesprächspartner sehen sich. Somit gelten die normalen Regeln für ein gutes Beratungsgespräch. Allerdings gibt es ein paar Besonderheiten.

Voraussetzung ist natürlich, dass Sie die eingesetzte Technik für die Videoberatung beherrschen.

- Wie laden Sie Ihre Kunden zu dem Beratungstermin ein?
- Was sind die Grundfunktionen Ihrer Videoberatungssoftware?
- Welche Möglichkeiten haben Sie, Ihren Bildschirm zu teilen?
- Wie können Sie Zeicheninstrumente clever nutzen?
- Wie können Sie den Kunden auf Ihren Bildschirm zeichnen lassen?

Vermeiden Sie Störungen

- Um Rückkopplungen zu verhindern, beachten Sie die Einstellung des Mikrofons
- Maileingang aus
- Handy aus/leise

Gesprächsvorbereitung

„Eine gute Gesprächsvorbereitung ist die Basis eines erfolgreichen Beratungsgesprächs“. Dieser Leitsatz gilt noch mehr für die Videoberatung als für das persönliche Gespräch mit dem Kunden und erfordert

deshalb eine systematische und strukturierte Vorgehensweise. Überlegen Sie sich vorher genau, wie das Gespräch ablaufen soll und mit welchem Ziel Sie es beenden möchten.



Deshalb sind folgende Punkte zu beachten:

- Die Beratungssoftware ist geöffnet
- Die einzusetzenden Beratungsunterlagen sind in einer „Beratungsstrecke“ geordnet
- Evtl. benötigte Verkaufsunterlagen sind in einem Ordner/einer Datei/auf der Taskleiste abgelegt

Und natürlich gilt

- Desktop aufräumen
- Alle nicht benötigten Dateien schließen
- Schriftgröße auf Unterlagen beachten
- *ACHTUNG:* Wegen Bildschirmfreischaltung dürfen keinesfalls Daten von anderen Kunden ersichtlich sein

Darauf ist bei der Terminierung zu achten:

- Was sind die aktuellen Gesprächsaufhänger und was ist der Zusatznutzen der Videoberatung für den Kunden?
- Wie nutzen Sie Einwände des Kunden zur Terminvereinbarung für eine Videoberatung?
- Welche Technik und Ausstattung hat der Kunde zur Verfügung?
- Wie zeigen Sie dem Kunden auf, dass die Beratung mit der Videokamera deutlich effektiver ist?
- Wer sind Ihre Gesprächsteilnehmer?
- Wie klären Sie, ob es sinnvoll ist, den Kunden bei der Anmeldung zur Videoberatung zu unterstützen?
- Denken Sie daran: Videoberatung ist CO2-reduziert und garantiert frei von Corona! 😊

Damit die Videoberatung gleich effizient durchgeführt werden kann

Schicken Sie dem Kunden eine E-Mail mit Tipps für eine effiziente Videoberatung.
Hier eine Vorlage als Muster für Sie.



Sehr geehrter Herr Kunde,

wie telefonisch besprochen, erhalten Sie anbei den Link für die vereinbarte Videoberatung:

→ Link einfügen

*Ich melde mich zum vereinbarten Termin am **XX.XX.20XX** um **XX:XX** Uhr telefonisch bei Ihnen, damit wir die Anmeldung zur Videoberatung gemeinsam vornehmen können.*

Nachdem für viele meiner Kunden eine Videoberatung neu ist, taucht manchmal die Frage auf: „Wie kann ich mich bestmöglich auf eine Videoberatung vorbereiten?“

Dazu haben wir folgende Tipps:

- Viele Kunden waren überrascht, welcher Unterschied in der Wirkung entsteht, wenn die Kamera in der Videoberatung eingeschaltet ist. Deshalb prüfen Sie im Vorfeld, wie die Kamera und das Mikrofon aktiviert werden.*
- Schaffen Sie sich eine ruhige Atmosphäre ohne Störungen, damit Sie sich auf unser Gespräch konzentrieren können.*
- Stellen Sie sich im Vorfeld ein Getränk bereit.*
- Bitte planen Sie für das Gespräch **X** Minuten ein.*
- Legen Sie die für das Gespräch benötigten Unterlagen bereit.*
- ...*

Ich freue mich auf unsere Videoberatung.

Schöne Grüße

Ihr

Muster Berater

Besonderheiten einer Videoberatung

Wie sollte der Hintergrund bei einer Videoberatung gestaltet sein?

- Aufgeräumt, neutral und somit ohne Ablenkungen
- Beleuchtung (ideal Fotolampe)
- Im Idealfall das Logo des Instituts und den Namen des Beraters im Hintergrund
- Einheitliches Erscheinungsbild z. B. Rückwand bzw. virtueller Hintergrund

Wie stellen Sie die Kamera ideal ein?

- Ähnlich eines Brustbilds
- Eine Handbreit Luft über dem Kopf
- In der Mitte des Bildes sitzend
- Die Brille ist spiegelfrei
- Ihre Kamera ist auf Augenhöhe eingestellt, damit Sie nicht auf den Kunden „herabschauen“

Welche Kleidung sollten Sie wählen?

Grundsätzlich gelten die gleichen Regeln für die Business-Kleidung, wie in Ihren persönlichen Beratungsgesprächen. Sie sollten bei einer Videokonferenz unbedingt auf kleingemusterte Kleidung verzichten. Denn

ob kariert, gestreift oder gepunktet - solche Muster erzeugen ein Flackern im Bild, das die Aufmerksamkeit hemmt. Setzen Sie stattdessen lieber auf gedeckte Farben.

Wie nutzen Sie Körpersprache, Mimik und Gestik in der Videoberatung gezielt?

3 wichtige Tipps für Videokonferenzen: [Video](#)

- Angepasste Gestik
- Angepasstes Sprachtempo
- Körpersprache innerhalb des sichtbaren Fensters
- Blick in die Kamera, wenn Sie mit dem Kunden sprechen
- Blick auf den Bildschirm, wenn der Kunde mit Ihnen spricht

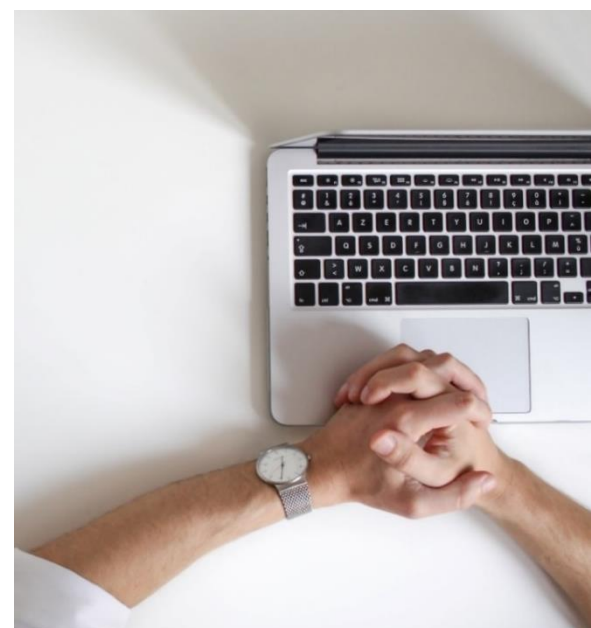
Darauf achten Sie in der Videoberatung ganz besonders

Zuerst die gute Nachricht. Für Aufbau und Ablauf einer guten Videoberatung gelten grundsätzlich die gleichen Vorgehensweisen wie bei einer Beratung in einem persönlichen Gespräch. Allerdings sind ein paar zusätzliche Aspekte zu berücksichtigen. Genau um diese zusätzlichen Aspekte geht es hier im Folgenden.

Wenn Sie es bei der Terminierung vereinbart haben, dann rufen Sie den Kunden an und unterstützen ihn bei der Einwahl in die Videokonferenz. Dabei sind oft viel Geduld, Souveränität und Humor gefordert. Planen Sie dafür ausreichend Zeit ein, damit Sie nicht gleich hier in Zeitstress kommen.

Gesprächseinstieg

- Wählen Sie sich frühzeitig ein, um dem Kunden mit Rat und Tat zur Seite zu stehen, wenn dieser technische Probleme hat.
- Blicken Sie direkt in die Kamera, denn dadurch signalisieren Sie Ihrem Kunden „Ich bin für Sie da“.
- Begrüßen Sie den Kunden und machen Sie ggf. Small Talk.
- Testen Sie beim Technikcheck die Chatfunktion.
- Stellen Sie dem Kunden den geplanten Gesprächsaufbau anhand einer vorbereiteten Agenda vor.
- Moderieren Sie immer an, was Sie als Nächstes machen.
- Treffen Sie die Vereinbarung, dass der Kunde sich gleich meldet, wenn etwas zu schnell geht oder am Bildschirm nicht ersichtlich ist.
- Erläutern Sie den technischen Ablauf, damit keine unerklärliche Stille entsteht, z.B. „Ich schalte Sie jetzt auf meinen Bildschirm.“, „Ich zeige Ihnen jetzt wichtige Schaubilder von meinem Rechner und gehe diese mit Ihnen durch“ oder „Ich habe zwei Monitore bei mir und schaue, wie Sie auch, auf den Bildschirm. Bitte wundern Sie sich also nicht, wenn ich mal links und rechts schaue.“
- Stellen Sie Rückfragen, z.B.: „Sehen Sie meinen Bildschirm?“, „Was sehen Sie auf meinem Bildschirm?“ oder „Sehen Sie das Schaubild und meine Maus?“



Wirkungsvolles Verhalten im Gespräch

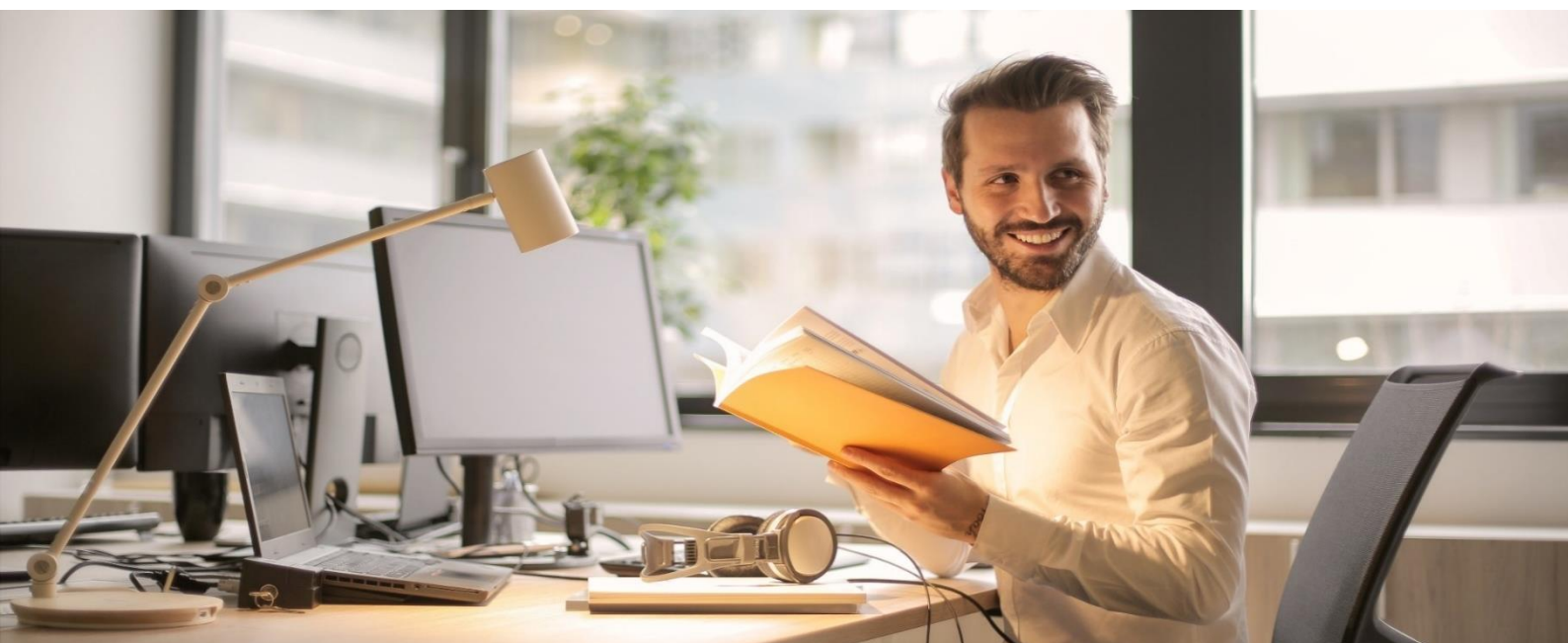
Häufig taucht die Frage auf, wie lange eine Videoberatung dauern darf. Hier wünschen sich Berater oft eine Zeitangabe. Die Antwort ist allerdings eine andere: „Die Beratung darf so lange dauern, wie die Beratung für den Kunden spannend ist.“

Aber was macht eine Beratung spannend und erleichtert dem Kunden die Aufmerksamkeit?

- Arbeiten Sie mit einem Headset, das verbessert die Tonqualität und erleichtert dem Kunden das Zuhören.
- Lassen Sie den Kunden ausreden, seien Sie beim Zuhören still und planen Sie bei Fragen die Reaktionszeiten ein.
- Arbeiten Sie mit Storytelling und dem gezielten Einsatz von Visualisierungshilfen, Illustrationen und animierten Folien.
- Binden Sie den Gesprächspartner über Fragen und Rückfragen ein.
- Bauen Sie Vergleiche ein.
- Erklären Sie immer, was Sie als nächstes tun, z.B. „meinen Bildschirm zeigen, meinen Bildschirm zurücknehmen, mit der Maus zeigen“.
- Setzen Sie in einer Videoberatung die Sprache noch bewusster ein. Achten Sie gezielt auf Pausen, Betonung, Lautstärke, Wortwahl und Geschwindigkeit.

Gesprächsausstieg

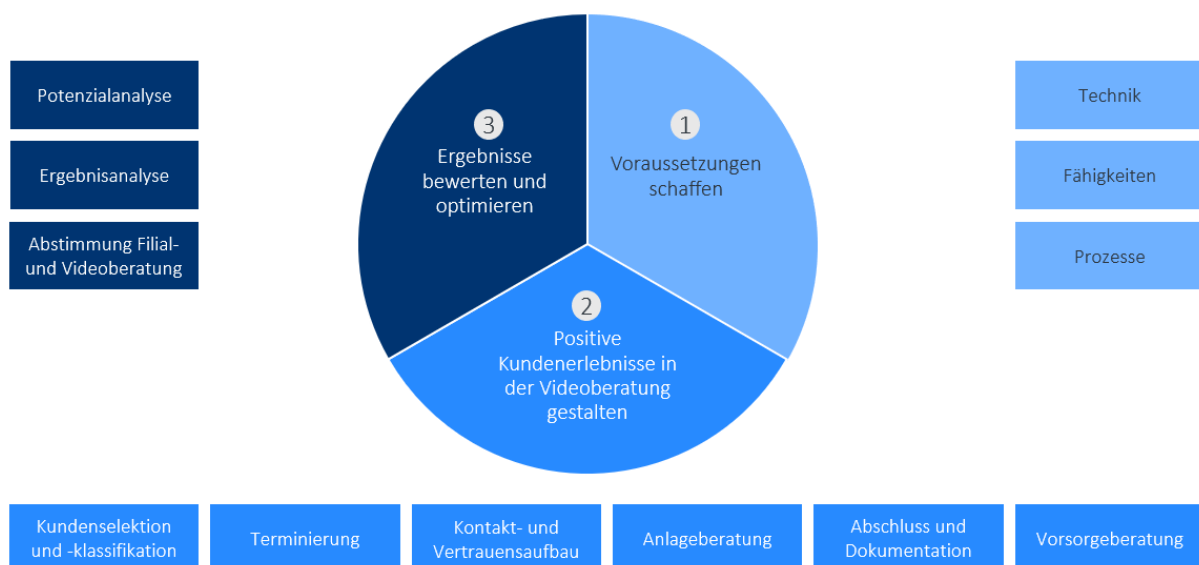
Blicken Sie direkt in die Kamera, verabschieden Sie sich mit einem Lächeln und halten Sie dieses Lächeln, bis die Übertragung beendet ist.



4. Wie bewerten und optimieren Sie Ihre Ergebnisse?

Falls Ihre Berater bereits Videoberatungen durchführen, dann erhalten Sie von uns Ideen, wie Sie die Vertriebseffizienz steigern und die vorhandenen Potentiale optimal nutzen.

- Wie wirkt die Videoberatung auf Kunden?
- Welche wirtschaftlichen Ergebnisse haben Sie für Ihr Institut erzielt?
- Was sollten Sie tun, um Kundenerlebnisse und Geschäftsergebnisse weiter zu verbessern?
- Wie gestalten Sie Ihr Beratungskonzept zukunftssicher?



5. Welche Fragestellungen sind beim Aufbau eines Digitalen Beratungs-Centers (DBC) zu beachten?

Wenn Sie die Videoberatung auch in einem Digitalen Beratungs-Center einführen wollen, dann unterstützen wir Sie bei diesen Fragestellungen:

- Wie ist die strategische Einordnung eines DBC?
- Welche Zielgruppen und welche Themen sollen beraten werden?
- Welche (Service-)Dienstleistungen sollen angeboten werden?
- Wie soll die Abgrenzung zwischen Filialberatung und DBC erfolgen?
- Wie werden die Berater im DBC durch Zuschaltung von Spezialisten unterstützt?
- Welche Qualitäts- und Mindeststandards sind in der Videoberatung definiert?

Themenfelder für eine Videoberatung

- Welches Anforderungsprofil braucht ein Videoberater und wie sieht eine Stellenbeschreibung bzw. Stellenausschreibung aus?
- Wie erfolgt die Auswahl der richtigen Mitarbeiter und wie sieht ein entsprechendes Personalentwicklungskonzept aus?
- Soll die Videoberatung im DBC oder im Homeoffice stattfinden?
- Welches System ermöglicht ein einfaches Handling für den Kunden?
- Welche Hard- und Softwarevoraussetzungen inkl. Leitungsstärken sind zu schaffen?
- Wie soll das Marketing für ein DBC aufgebaut sein?
- Welche rechtlichen Voraussetzungen sind für eine Beratung im DBC zu schaffen?
- Was ist bei der Erstellung der internen Arbeitsanweisung zu berücksichtigen?
- Wie sollen die Beratungszeiten festgelegt werden?
- Welche Ziele sind bei einem DBC empfehlenswert?
- Wie wird mit einem DBC ein positiver Ergebnisbeitrag erreicht?
- Wie sieht ein möglicher Projektablaufplan aus?

Wenn Sie Unterstützung bei diesen Fragestellungen wünschen, dann kontaktieren Sie uns.

6. Welche Kunden sind für die Videoberatung besonders geeignet?

Videoberatung ist nicht nur eine hervorragende Ergänzung zur persönlichen Beratung in der Filiale, um nachhaltiger zu arbeiten, einen Lockdown zu überbrücken oder einfach Zeit zu sparen. Es gibt viele Kunden, für die diese Form der Beratung ganz neue Chancen in der persönlichen Betreuung bietet oder dies grundsätzlich von einem kundenorientierten und modernen Institut fordern. Wir möchten Ihnen hier ein paar Beispiele aufzeigen:

Distanzkunden

Viele Kunden haben eine Verbindung zum zu ihrer Bank oder Sparkasse, wohnen aber außerhalb des Filialgebiets. Die statistische Erfahrung zeigt, dass die Bindung zum Institut mit einer geringeren Kontakthäufigkeit abnimmt. Deshalb ist gerade hier ein kluges Kontaktmanagement notwendig, um die Kunden weiterhin persönlich zu betreuen und Geschäftspotenziale zu nutzen. Mit der Videoberatung wird zusätzlich das Risiko der Abwanderung verringert.

Basiskunden

Bei den als Basiskunden verschlüsselten Verbindungen geht es darum, den Kunden eine professionelle Betreuung bei angemessenem Zeiteinsatz zu bieten. Dabei muss immer im Blick sein, welche Bedarfe und Potentiale diese Kunden aktuell haben um die Betreuung entsprechend anzupassen. Die Videoberatung erlaubt persönlich beim Kunden am Ball zu bleiben und dabei effizient zu sein.

Hybride Kunden

Immer mehr Kunden wünschen zusätzlich zu der Beratung in der Filiale auch die flexible und bequeme Videoberatung, wo immer sich die Kunden gerade aufhalten. Hier geht es um die Gestaltung der Zukunft. Geben Sie diesen Kunden das Gefühl, dass sie auch weiterhin bei Ihnen richtig aufgehoben sind.

Firmen-/Gewerbekunden

Zeit ist knapp in dieser Zielgruppe und will klug eingesetzt werden. Die Videoberatung erlaubt, aus dem Motto „Zeit ist Geld“ das Motto „Zeit für Geld“ zu machen. Verschaffen sie diesen Kunden ein positives Erlebnis und einen wirtschaftlichen Vorteil - bevor es Ihre Mitbewerber tun.

Private-Banking-Kunden

Für die besten Kunden Ihres Hauses sollte es selbstverständlich sein, dass diese ein maßgeschneidertes Service- und Beratungspaket von Ihrer Bank oder Sparkasse bekommen. Lassen Sie diese Kunden über die richtige Mischung entscheiden.

7. Wie gewinnen Sie Kunden für eine Videoberatung?

Berater berichten, dass wenige Kunden eine Videoberatung aktiv nachfragen. Woran liegt das? Lehnen sie eine Videoberatung ab? Kennen sie das Angebot zur Videoberatung nicht? Oder haben sie die Vorteile einer Videoberatung nicht erkannt?

Denken Sie daran, wie die Einführung der Kontoauszugdrucker und Geldautomaten ablief. Auch damals mussten Kunden von den Vorteilen erst überzeugt werden. Egal ob Kontoauszugsdrucker, Geldautomaten, Online-Banking oder Videoberatung: Es ist immer nur ein kleiner Teil der Kunden von allein gewechselt.

Der Volksmund sagt, der Mensch ist ein Gewohnheitstier. Bleiben Sie beharrlich, wenn Sie Kunden fragen, ob sie lieber eine Videoberatung möchten oder eine klassi-

sche Beratung in der Filiale bevorzugen und diese sich für das Gewohnte entscheiden, getreu dem Persil Werbeslogan „Da weiß man, was man hat“.

Um die Jahrtausendwende hatten viele Kunden ein Mobiltelefon von Nokia. Sie waren sehr zufrieden damit und niemand beschwerte sich, dass es zu wenig Funktionen habe. Doch dann kam das Smartphone mit seinen Vorzügen und nach einer Weile haben alle vormals zufriedenen Kunden den Hersteller gewechselt. Spätestens dann, wenn Kunden bei anderen sehen, dass etwas woanders einfacher und bequemer ist, verändert sich der Markt. Deshalb ist es sehr wichtig, bei diesem Fortschritt dabei zu sein und ihn mit zu gestalten. Überzeugen Sie Ihre Kunden von den Vorteilen, bevor es Ihr Mitbewerber tut.

Probieren Sie doch mal folgendes aus:

„Herr/Frau Kunde/in, wir haben einen neuen Weg für Sie in der Beratung, nämlich unsere Videoberatung. Ich würde gerne diesen neuen Weg mit Ihnen ausprobieren, damit Sie anschließend entscheiden können, ob auch Sie diese Art der persönlichen Beratung nutzen wollen. Sind Sie damit einverstanden?“

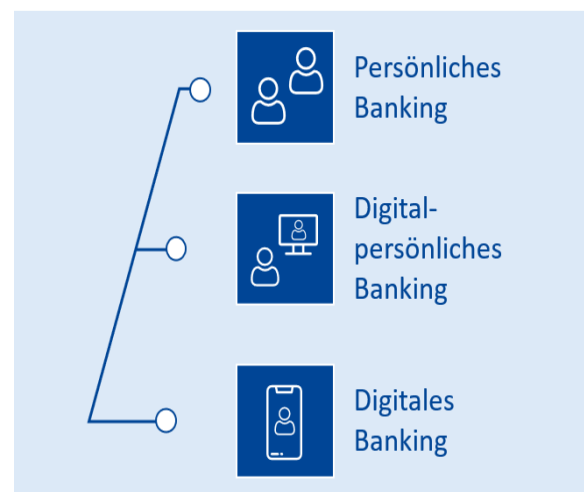
8. Wie verbinden Sie Videoberatung mit Omnikanal und Filialberatung?

Banken und Sparkassen mit Filialstruktur zeichnet die persönliche Beratung vor Ort aus. Es werden langfristige Beziehungen aufgebaut, die über die Dienstleistung im engen Sinn hinausgehen.

Eine Videoberatung ist mehr als eine persönliche Beratung, weil

- ein intensiver Austausch und eine persönliche Interaktion möglich sind,
- Informationen visualisiert und dadurch verständlich dargestellt werden können
- der Gesprächspartner mit seiner nonverbalen Kommunikation (Mimik und Gestik) wahrgenommen werden kann.

Dadurch ist der Aufbau einer persönlichen Beziehung zu dem zugeordneten Ansprechpartner wirkungsvoll möglich. Dies ist ein wesentlicher strategischer Vorteil für die Institute, der in Zukunft gepflegt aber auch modern interpretiert werden muss. Die Kunden möchten zunehmend eigenständig und flexibel über die für sie geeignete Betreuungs- und Beratungsstruktur entscheiden. Hierzu können in einem Omnikanalmodell beispielsweise drei unterschiedliche Arten unterschieden werden (s. Abbildung).

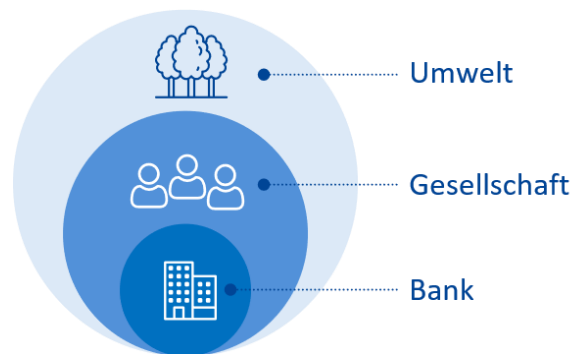


Die Videoberatung ist an der Stelle ein hervorragendes Instrument, um persönlichen Kontakt und moderne Kommunikationstechnik miteinander zu verbinden. Es löst das gemeinsame Gespräch in der Filiale, in der Firma oder zu Hause beim Kunden keineswegs ab. Es ergänzt sinnvoll und über-

zeugt Kunden davon, den Mehrwert der persönlichen Beratung zu schätzen. Zeigen Sie also, dass Ihr Institut nicht nur physisch vor Ort, sondern auch in der digitalen Welt für die Kunden da ist. Damit stärkt die Videoberatung Banken und Sparkassen mit regionaler Präsenz in Ihrer Positionierung.

9. Warum die Videoberatung von unternehmerischer Verantwortung und Nachhaltigkeit zeugt?

Wir alle wissen, dass wir mit Ressourcen schonender und nachhaltiger umgehen müssen. Nachhaltigkeit ist der Megatrend des 21. Jahrhunderts und die Banken und Sparkassen übernehmen zunehmend Verantwortung für dieses wichtige Thema, indem sie sich als Teil von Umwelt und Gesellschaft sehen.



Mit der Videoberatung bietet sich die Möglichkeit der ressourcenschonenden persönlichen Beratung. Zeigen Sie, dass Sie im Sinne der Nachhaltigkeit abwägen, um sich für den zur Situation passenden Beratungsweg zu entscheiden.

Vor dem Hintergrund, dass Nachhaltigkeit zunimmt und auch als Thema in der Beratung verpflichtend sein wird, steigern Sie hiermit die Glaubwürdigkeit von Aussagen, dass Ihr Institut Verantwortung übernimmt.

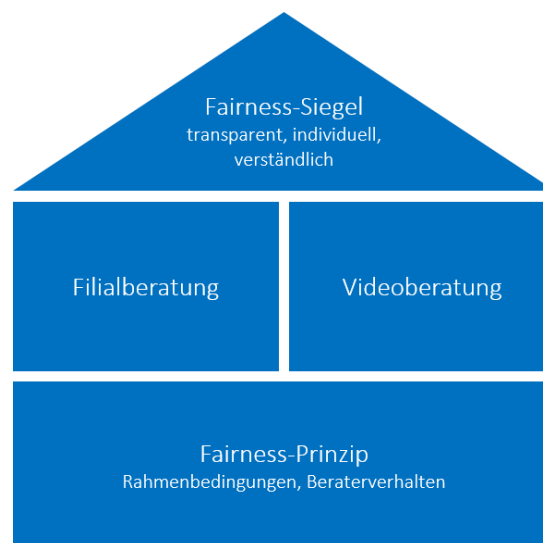
10. Wie gestalten Sie Ihr Beratungskonzept zukunftssicher?

Die persönliche Beratung in der Filiale ist der traditionelle Weg, um eine transparente, individuelle und verständliche Beratung zu gewährleisten. Als Spezialisten für **Filial- und Videoberatung** im Vorsorge- und Wertpapiergeschäft bringen wir umfassende Praxis- und Umsetzungserfahrung ein. Wir beraten, trainieren und coachen zahlreiche Banken und Sparkassen.

Die **Videoberatung** ist nicht nur in Krisenzeiten eine Alternative zur Filialberatung. Sie wird von digital erfahrenen Kunden erwartet, von Wettbewerbern

forciert oder ist zur Gewährleistung von Wirtschaftlichkeit in Kundensegmenten hilfreich.

Gekrönt wird die Kundenberatung durch unser **Fairness-Siegel**. Nur solche Institute erhalten das Siegel, die an absoluten Kriterien gemessen werden und eine transparente, individuelle und verständliche Beratung gewährleisten. Damit setzt das Siegel einen neuen Standard am Siegelmarkt. Es ist **nicht** käuflich, denn die Banken oder Sparkassen, die diese Kriterien erfüllen, bekommen das Siegel kostenfrei verliehen.



Das **Fairness-Prinzip** ist die Grundlage unserer Arbeit. Mit unserem Mess- und Beratungsangebot ermöglichen wir eine ganzheitliche Analyse von Rahmenbedingungen und Beraterverhalten. Wir

zeigen Stärken und Chancen zur Verbesserung auf und machen konkrete, umsetzbare Vorschläge. Das Fairness-Prinzip ist wissenschaftlich fundiert. Es ist wertebasiert und erfolgswirksam.

11. Wer sind Ihre Ansprechpartner für das Videoberatungskonzept?

Ihr Institut möchte eine professionelle und erfolgreiche Videoberatung umsetzen? Wir haben die innovativen Instrumente, um Ihre Kunden von Ihrer Videoberatung zu begeistern.



Ralf Meyer

Geschäftsführer

Ralf.Meyer@FaireBeratung.com

Telefon 09568 – 89 77 92

Mobil 0171 – 495 03 73



Peter Kunze

Prokurist

Peter.Kunze@FaireBeratung.com

Telefon 09733 – 78 75 73

Mobil 0179 – 596 17 44

© Institut für FAIRE Beratung Finanzdienstleistung GmbH

Armin-Nass-Str. 42 · 96465 Neustadt bei Coburg

Amtsgericht Coburg · HRB: 6409 · Steuer-Nr. 212/129/30528

www.FaireBeratung.com · Fax: 09568 – 89 77 93

Stand: März 2021