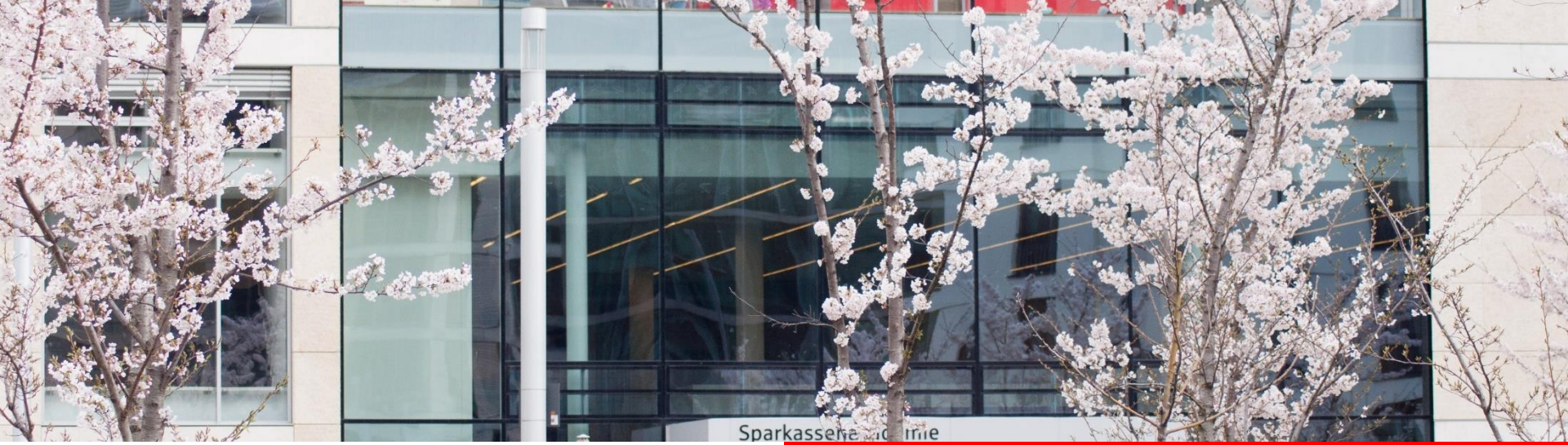


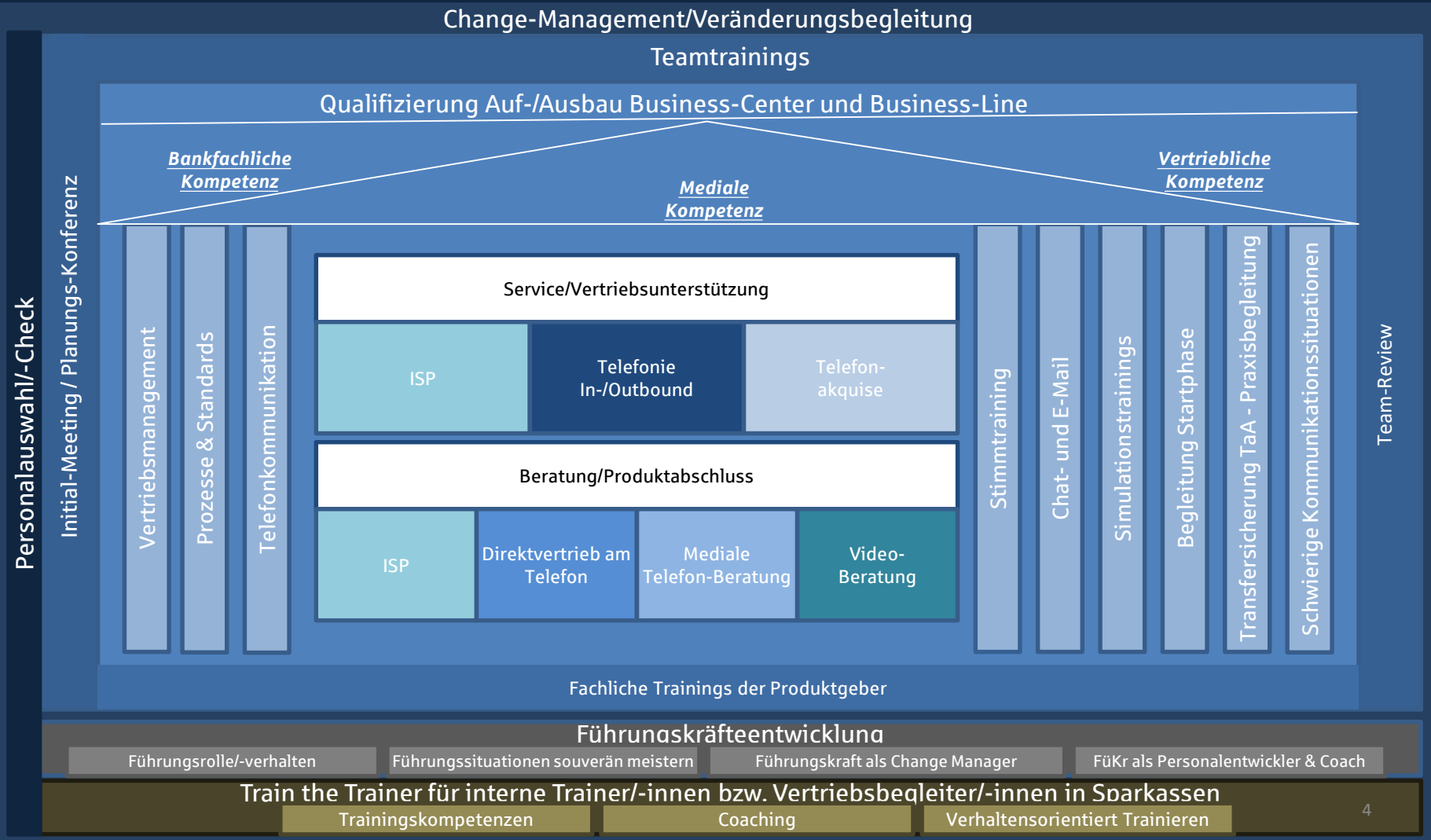
Qualifizierungsangebot Business-Center

Sparkassenverband Baden-Württemberg

Personal-
entwicklungskonzept-
Business-Center &
Business-Line

Agenda

1	**Personalentwicklungskonzept**	3
2	**Schulungsangebote**	6
3	**Ansprechpersonen**	50


Change-Management/Veränderungsbegleitung
Teamtrainings
Qualifizierung Auf-/Ausbau Business-Center und Business-Line
Bankfachliche Kompetenz
Mediale Kompetenz
Vertriebliche Kompetenz
Personalauswahl/-Check
Initial-Meeting / Planungs-Konferenz
Vertriebsmanagement
Prozesse & Standards
Telefonkommunikation
Service/Vertriebsunterstützung
ISP
Telefonie In-/Outbound
Telefon-akquise
Beratung/Produktabschluss
ISP
Direktvertrieb am Telefon
Mediale Telefon-Beratung
Video-Beratung
Stimmtraining
Chat- und E-Mail
Simulationstrainings
Begleitung Startphase
Transfersicherung TaA - Praxisbegleitung
Schwierige Kommunikationssituationen
Team-Review
Fachliche Trainings der Produktgeber
Führungskräfteentwicklung
Führungsrolle/-verhalten
Führungssituationen souverän meistern
Führungskraft als Change Manager
FüKr als Personalentwickler & Coach
Train the Trainer für interne Trainer/-innen bzw. Vertriebsbegleiter/-innen in Sparkassen
Trainingskompetenzen
Coaching
Verhaltensorientiert Trainieren

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpersonen	50

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpersonen	50

Sparkassenakad
Personalauswahl/-check
Aufbau/Ausbau
Business-Center &
Business-Line

Personalauswahl (z.B. Vertriebs-Check)

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die im Service arbeiten bzw. bisher in Stabs- oder Betriebsbereichen tätig waren und künftig in einer Service-Line, Business-Line bzw. in einem Business-Center als Service- oder Outbound-MA eingesetzt werden sollen

Ihr Nutzen:

- Die Teilnehmer/-innen erkennen, in welchem Maße sie für eine Tätigkeit in einer persönlich-medialen Einheit mit Fokus auf gewerbl. Kunden geeignet sind
- Die Sparkasse erhält Aussagen über die Eignung der Teilnehmer/-innen für Servicetätigkeiten bzw. weitergehende Beratungs- und Vertriebsaufgaben sowie klare Empfehlungen für die vertriebliche Stärke sowie Weiterentwicklungspotenzial.

Dauer: nach Vereinbarung

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Auswahlverfahren)

Inhalt:
Die Teilnehmer/-innen werden während des Verfahrens anhand unterschiedlicher praxisbezogener Anforderungsdimensionen beobachtet, wie z. B.: Einstellung zum Vertrieb, unternehmerisches Denken/ Identifikation mit der Sparkasse, digitale Kompetenz, Kommunikation, Kundenorientierung/ Aufgeschlossenheit im Kundenkontakt, Abschlussverhalten, Aktivität/Erfolgsorientierung, Kreativität/flexibel in Lösungen zu denken.
Die Teilnehmer/-innen durchlaufen einen typischen Beratungszyklus, bestehend aus: Aktiver Kundenansprache (auf Wunsch per Videoberatung), Erstes Kundengespräch, Angebotserstellung, Telefonische Nachakquise, Zweites Kundengespräch, Kundenbeschwerde (Telefon oder Chat).

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Personalauswahl (z.B. Kompetenzcheck Telefonie/Videoberatung)

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die im Service arbeiten bzw. bisher in Stabs- oder Betriebsbereichen tätig waren und künftig in einer Service-Line, Business-Line bzw. in einem Business-Center als Service- oder Outbound-MA eingesetzt werden sollen

Ihr Nutzen:
- Objektives und strukturiertes Verfahren
- Kann zur Personalauswahl eingesetzt werden oder unterstützt bei der Personalentwicklung, individuellen Trainingsbedarf der Mitarbeiter zu erkennen.
- Erfassen der individuellen Stärken sowie Entwicklungsfelder der Mitarbeiter Wertvolle, individuelle Empfehlungen von PE-Maßnahmen

Dauer: nach Vereinbarung

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Auswahlverfahren)

Inhalt:
Rollenspiele zu praxisrelevanten Themen zur Erfassung von 5 Dimensionen: Kundenorientierung und verkäuferische Fähigkeiten, Planung und Organisation, Initiative und Erfolgsorientierung, soziale Belastbarkeit, formale sprachliche Aspekte (Inbound und Outbound), Kommunikation (Videoberatung).

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	50

Qualifizierung
Bankfachliche Kompetenz
Aufbau/Ausbau
Business-Center,
Business-Line, Service-Line

Bankfachliche Veranstaltungen: Service im BC

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die Servicetätigkeiten im GK- und GSK-Segment übernehmen und hierzu das grundlegende benötigte Wissen auf- bzw. ausbauen möchten

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit den für die übernommenen Servicetätigkeiten in der Business-Line bzw. dem Business-Center erforderlichen Grundlagen für das gewerbliche Kundengeschäft.
- kennen gem. Anforderungsrolle die Basics für die gewerbliche und private Produktpalette.

Dauer: Je nach Ausprägung[1]

Ort: …

Inhalt:

- Grundlagen des gewerblichen Kundengeschäfts
  - Kenntnis der geschäftspolitischen Bedeutung des gewerblichen Kundengeschäfts für die Sparkasse
  - Abgrenzung gewerbliches- zu Privatkundengeschäft
  - Service und Zahlungsverkehr
  - Basis-Kenntnisse der gewerblichen Produktpalette
  - Standard-Produktpalette (gewerblich und privat) für das jeweilige Segment UK / FK / GK / GSK

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Sparkassenverband Baden-Württemberg

1) Die bankfachlichen Kompetenzen werden durch die Sparkassenakademien a) über geeignete Seminare gem. Rollenprofile entwickelt sowie b) mit Besuch einer generalistischen Qualifizierung über ein passendes Fachseminar bzw. Studiengang ausgebaut.

Bankfachliche Veranstaltungen: Gewerblicher Vertrieb

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die den Vertrieb im GSK-Segment übernehmen und hierzu das benötigte Know-how bankfachlich auf- bzw. ausbauen möchten

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen
- besitzen das nötige betriebswirtschaftl. Wissen für das eigene Arbeitsprofil.
- kennen die erforderlichen Basics für das gewerbliche Kundengeschäft.
- können das segmentspezifische Basis-Know-how anwenden.
- sind vertraut mit der gewerblichen Produktpalette.

Dauer: Je nach Ausprägung[1]

Ort: …

Relevanz für:

Inhalt:
- Umfassende betriebswirtschaftliche Kenntnisse (Grundkenntnisse finanzmathematischer Themen, Vertiefte Kenntnisse der Bankbetriebslehre, Grundlegende Methodenkenntnisse)
- Ausgeprägte Kenntnisse des gewerblichen Kundengeschäfts (Kenntnis der geschäftspolitischen Bedeutung des gewerblichen Kundengeschäfts für die Sparkasse, Abgrenzung gewerbliches- zu Privatkundengeschäft)
- Ausgeprägtes segmentspezifisches Basis-Know-how (Kenntnis der Segmentstruktur aus vertrieblicher Sicht,
- Kenntnis des segmentspezifischen Beratungsansatzes und der strategischen Hauptstoßrichtung)
- Umfassende Kenntnisse der gewerblichen Produktpalette (Standard-Produktpalette für das jeweilige gewerbliche Segment UK/FK/GK/GSK)
- Insbesondere stehen Kredit- und Versicherungsthemen für das GSK-Segment im Fokus

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Sparkassenverband Baden-Württemberg

1) Die bankfachlichen Kompetenzen werden durch die Sparkassenakademien a) über geeignete Seminare gem. Rollenprofile entwickelt sowie b) mit Besuch einer generalistischen Qualifizierung über ein passendes Fachseminar bzw. Studiengang ausgebaut.

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpersonen	50

Sparkassenakademie
Qualifizierung
Mediale Kompetenz
spk-akademie.de
Sparkassenverband Baden-Württemberg
Login
Leistungsangebot
Tagungszentrum
Service
Über uns
Verband
5.13
Akademie › Aktuelle Themen › Weiter gemeinsam da durch
Weiter gemeinsam da durch
Sehr geehrte Damen und Herren,
die Corona-Verordnung des Landes Baden-Württemberg wurde aufgrund der aktuellen Infektionslage am 16. August 2021 angepasst. Die neue Verordnung wird in unser Hygienekonzept aufgenommen und für den Präsenzbetrieb der Sparkassenakademie ab dem 30. August 2021 umgesetzt.
Aufbau/Ausbau
Business-Center &
Business-Line

ISP – Die interaktive Service-Plattform (ISP) erfolgreich anwenden

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die mit der ISP arbeiten

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- kennen die Besonderheiten der interaktiven Service-Plattform (ISP).
- können diese als technische Unterstützung in Ihren Arbeitsalltag integrieren.
- wissen, wie die Vorteile der vollumfänglichen Nutzung zu effektiveren Calls führen und die Quote der positiven Gesprächsabläufe erhöhen.

Dauer: 1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:
Im Rahmen eines Anwender-Trainings zur ISP werden die folgenden Aspekte geschult:
Umfang der ISP, Telefonie über das Softphone, Funktionsweise zwischen ISP und Softphone, Übersicht und Unterschiede der Menübäume Backoffice und Telefonagent, Erläuterung der Schnittstellen, Möglichkeiten der Legitimation und Identifikation mit der ISP, Beispielhafte Einbindung medialer Prozesse in die ISP

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Telefonie Inbound/Outbound

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die im In- oder Outboundbereich telefonisch aktiv sind

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit der Kommunikation am Telefon.
- sind in der Lage, mit schwierigen Situationen am Telefon umzugehen und Einwände passend zu behandeln.
- können Cross-Selling-Ansätze konsequent nutzen.

Dauer: 1-2 Tage

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Kommunizieren am Telefon und Standards im In- und Outbound (Kommunikationsregeln, Besonderheiten am Telefon, Kundenerwartungen, Gesprächsführung, Exkurs Outbound - Telefonskripte, Abweichungen vom Skriptaufbau, Alternative Formulierungen, Argumentationshilfen)
- Umgang mit Einwänden (Einwandbehandlung, Reaktionsmöglichkeiten)
- Umgang mit schwierigen Situationen ggü. gewerblichen Kunden (Verkaufspsychologische Hintergründe, Kundenerwartungen bei Reklamationen, Bewältigung von Reklamationssituationen)

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Outbound-Direktvertrieb am Telefon

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen im Outbound-Team, die aktiv Kunden am Telefon beraten und Produkte abschließen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit Möglichkeiten, Grenzen und Strategien beim Direktvertrieb am Telefon.
- können kommunikative und verkaufspsychologische Methoden und Techniken in der Praxis anwenden.
- wissen, wann ein Medienwechsel (z. B. Einbindung Video-Beratung oder Screen-Sharing) oder eine Überleitung zur stationären Beratung sinnvoll ist und wie eine Nachsorge gestaltet sein kann.

Dauer: 1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Möglichkeiten und Grenzen des Direktvertriebs (Regulatorik und Auswirkungen, Verkaufen am Telefon über die Tonspur, Verkaufen am Telefon mit Zusendung von Unterlagen, Verkaufen am Telefon mit technischer Unterstützung [Sofortabschlüsse]),
- Vorgehensweisen und Strategien (Aktive Kundenakquise, Reaktives Verkaufen),
- Kommunikative, verkaufspsychologische Grundlagen (Kundendialog, Fragetechniken, Nutzen, Einwände behandeln, Abschlussorientierung, Lösungen vereinbaren)
- Alternativen anbieten (Überleitungen zur Videoberatung oder stationären Beratung), Nachsorge (Überwachung Vertragsunterlagen, Nachakquise)

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Mediale Beratung per Screen-Sharing und Co-Browsing

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die per Telefon und Chat kommunizieren und hierbei Screen-Sharing bzw. Co-Browsing einsetzen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- kennen den Mehrwert der Interaktionsformen Screen-Sharing und Co-Browsing.
- Können Cross-Selling-/Beratungsansätze erkennen und bei Bedarf in eine mediale Beratung.
- sind im Rahmen von Live-Beratungen in der Lage, die Optionen Screen-Sharing und Co-Browsing für Vertriebsprozesse effizient zu nutzen.
- wissen, wie sie Medien in der Beratung einbinden.

Dauer: 0,5-1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Erfahrungen mit der medialen Beratung, Grenzen der medialen Beratung, Umgang mit dem Beratercockpit, Voraussetzungen auf der Kundenseite, Schnittstellen für einen Kanalwechsel, die Interaktionsformen Screen-Sharing und Co-Browsing, Medieneinsatz in der medialen Beratung (Webseiten, Formulare, PDF-Dokumente, Grafikdateien, etc.),
- Medien online individualisieren, Prozesse sicher abschließen

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Videoberatung

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen , die in direktem Kundenkontakt stehen und Videoberatung für Vertriebs- und/oder Servicegespräche nutzen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- kennen die Unterschiede zu Beratungssituationen im stationären Vertrieb und die Grenzen des Mediums.
- entwickeln Sicherheit im Umgang mit der Technik und wissen Ihre persönliche Wirkung dem Medium angemessen einzusetzen.
- können mit schwierigen Situationen souverän umgehen.

Dauer: 3-4 Tage (2-3 Trainingstage sowie 1-1,5 Tage Praxisbegleitung)

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training) mit Simulationstraining

Inhalt:

- Besonderheiten der Videoberatung: Telefon als Beratungsinstrument, Videotechnik als Beratungsmedium, Einsatzszenarien: Videochat, Videoberatung, Expertenzuschaltung Wirkungsmittel in der Videoberatung/ Persönlich-Methodisch-Technisch, Agieren in der Beratung: Möglichkeiten und Grenzen des Multitaskings, Prozessgestaltung und Abläufe - das Gespräch lenken und führen, Visualisierungen und Einsatz von Medien, Körpersprache, Mimik und Gestik
- Simulationstrainings: Umsetzungsstand unter Einbindung der Führungskraft, Simulierung der institutsspezifischen Prozesse in der Videoberatungsumgebung, Videomitschnitt des Kundenbildschirms für das Feedbackgespräch
- Sicher in der Videoberatung: Austausch Erfahrungen zu Prozessen und Medieneinsatz; Blick auf die erste Praxisphase und Analyse der Videosequenzen, Abschlussorientierung in der Videoberatung, Umgang mit schwierigen Situation (z. B.: Technikausfall, Verbindungsprobleme, mangelnde technische Affinität auf Kundenseite)

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Stimmtraining

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die täglich sehr häufig per Telefon und über Videotelefonie kommunizieren

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- wissen mithilfe gezielt abgestimmter Übungen, wie sie das Sprechen am Telefon im Kundendialog optimal gestalten.
- sind in der Lage, Stimmbelastungen vorzubeugen und bewusst Ihre Lautstärke zu steuern.
- können Ihre verbale Kontaktqualität am Telefon verbessern.

Dauer: 1-2 Tage

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Die Stimme wecken (Verbesserung der Körperwahrnehmung, Zusammenhang körperlicher und stimmlicher Präsenz, Lockerungsübungen)
- Gespräche (Aufrichtung, Sitzhaltung, Stehhaltung, Wahrnehmung der Auswirkungen auf die Stimme)
- Sprechen (ökonomische Sprechatmung, Atemrhythmisch Angepasste Phonation),
- Den richtigen Ton treffen (Ziel- und Partnerorientierung, Konfliktgespräche),
- Bitte deutlicher (Lautstärke und Artikulation, Resonanz),
- Gut gerüstet für den Alltag (Ergebnissicherung, Stimmtipps für den Telefonie-Alltag)

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Textchat sicher nutzen

Zielgruppe:
Neue Mitarbeiter/-innen, die mit Kunden über den Textchat kommunizieren

Ihr Nutzen:
- Sie wissen, wie Sie aktuell per Chat bzw. Mail in Beratungs- und Servicesituationen richtig agieren.
- Sie können dem Kunden aufzeigen, wie er an benötigte Infos kommt.
- Sie sind in der Lage, den Kunden zu lenken und Orientierung zu geben.

Dauer: 0,5-1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:
- Professioneller Umgang mit Chat & Mail
- Unterlagen in komplexen Gesprächssituationen (Verkaufsprospekte, OnePages)
- Dokumentenversand über Talkevent/SFP oder sonstige Lösungen
- Dokumente im Download bereitstellen, Dateiformat und Lesbarkeit, Informationen im Internet
- FI-Chat | E-Mail | Elektronisches Postfach
- Den Kunden lenken (Orientierungshilfen geben, sprachlich lenken und führen, den Kunden aktivieren, Verständnissicherung über Fragen)

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Schwierige Situationen am Telefon/in der Videotelefonie

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die gelassener in schwierigen Gesprächssituationen am Telefon bzw. in einem Videotelefonat reagieren möchten

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit psychologischen Modellen der Kommunikation insbesondere in Konfliktsituationen.
- kennen Deeskalationsmethoden und Grundsätze konfliktfreier Gespräche.
- können emotionale und schwierige Telefonate besser führen.

Dauer: 1-2 Tage

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Kommunikationspsychologische Erklärungsmodelle (Sender-/Empfänger-Modell, Vier Seiten einer Nachricht, Vier Ohren-Modell, Konfliktgrundlagen, Drama-Dreieck oder die Rolle Dritter in der Konfliktsituation, Misstrauensspirale, Verhaltenstendenzen in Konfliktsituationen, Gordon-Modell, die eigene Befindlichkeit)
- Die Situation beim telefonischen Kontakt (Besonderheiten am Telefon, Vermeidung von Eskalation, Umgang mit Eskalatoren)
- Grundsätze der Gesprächsführung in konfliktären Situationen
- Regeln für emotionale und schwierige Gespräche
- Beschwerdetypen

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpersonen	50

Qualifizierung
Vertriebliche Kompetenz
Aufbau/Ausbau
Business-Center &
Business-Line

Beraten mit dem Geschäftskunden-Check

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die den Geschäftskunden-Check einsetzen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit den Schritten einer ganzheitlichen Beratung im BC.
- können den Geschäftskunden-Check in der medialen Beratung im Business-Center sicher nutzen und vertrieblich einsetzen.

Dauer: 1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Schritte einer Beratung im BC
- Der Workaround mit dem Geschäftskundencheck (Technik und Systematisierung des Vertriebs)
- Das Kundengespräch: Geschäftskunden-Check erfolgreich platzieren
  - Bedarf wecken mit dem GSC
  - Potentialdefinition
  - Einwandbehandlung
- Übungen

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Terminquote steigern

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die Termine für Berater/-innen vereinbaren

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- telefonieren glaubwürdig und sympathisch.
- wecken die Neugier des Kunden und vereinbaren mehr Termine.
- entwickeln Ihr persönliches Telefonkonzept für dauerhaft hohe Terminquoten.

Dauer: 1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Die wichtigsten Eckpunkte für Ihren Telefon-Erfolg (Weshalb rufen Sie an? Wie wecken Sie Neugier? Anders verabschieden als alle anderen, Rechtliche Rahmenbedingungen beachten)
- 3 kleine Schritte zum "Ja" des Kunden
- Kennen Sie Ihren Kunden oder meinen Sie, Ihren Kunden zu kennen? (Wo erhalte ich wichtige Informationen?, Was hat der Kunde bei uns - was hat er nicht?, Wie nutze ich diese Erkenntnisse erfolgreich?
- Das "Spiel" mit der (Neu-)Gier des Menschen (Zu viele Informationen machen nicht gierig)
- Ihr persönliches Telefonkonzept! (Glaubwürdig - sympathisch – erfolgreich, Dem Kunden offen die Vorgehensweise vermitteln, Einwandbehandlung aus der Praxis für die Praxis)

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	

Vertrieblich stark agieren

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die in Beratungssituationen Produkte mit Kunden besprechen und abschließen

Ihr Nutzen:
- Sie erhöhen Ihre vertriebliche Professionalität.
- Bei Provokationen des Kunden überraschen Sie positiv.
- Bei einem ersten "Nein" des Kunden beginnt für Sie der aktive Vertrieb.

Dauer: 1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:
- Herausforderungen annehmen
- Selbstbewusstsein als Kaufargument
- Die Preisschlacht der Konkurrenz
- Wirkungsfaktoren
- Kommunikationskanäle
- Nie wieder sprachlos
- Hart – necken
- Das erste „Nein“ des Kunden

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	✓
Service-Line: Führung	
Business-Line: Inbound-MA	✓
Business-Line: Outbound-MA	✓
Business-Line: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpersonen	50

Führungskräfteentwicklung
Business-Center &
Business-Line

Wirksame Führung durch Klarheit in Führungsrolle und -verhalten

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die Führungsverantwortung übernehmen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit den Grundlagen der Führungsarbeit und der Wirkung ihres Führungs- und Kommunikationsverhaltens in einer persönlich-medialen Einheit.
- erlangen mehr Sicherheit darin, klare und wertschätzende Mitarbeitergespräche zu unterschiedlichen Anlässen (Kritik, Feedback, Zielvereinbarung und Delegation) zu führen.
- kennen Stellhebel, um die Leistungsfähigkeit und Motivation ihrer Mitarbeiter/-innen aufzubauen und zu fördern

Dauer: 2 Tage (ggf. zzgl. Führungscoaching)

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training) mit Praxisbegleitung/Coaching

Inhalt:

- Sensibilisierung für die eigene Führungsrolle und Wirkung als Führungskraft
- Führen heißt „Gespräche führen“ – die Wichtigkeit der Kommunikation in der Führung
- Mitarbeitergespräche führen
- Störungen und Klärungen in der Kommunikation
- Mit schwierigen Gesprächs- und Führungssituationen sicher umgehen
- Unternehmerische und mitarbeiterorientierte Ziele erreichen
- Den eigenen persönlichen Aktionsplan entwickeln

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	
Business-Line: Outbound-MA	
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Handlungsstark auch in herausfordernden Führungssituationen

Zielgruppe:
Führungskräfte sowie Mitarbeiter/-innen mit Teamverantwortung

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- erörtern mögliche Ursachen für die Entstehung schwieriger Führungssituationen und entwickeln darauf aufbauend geeignete Lösungsszenarien.
- erfahren Wissenswertes über Persönlichkeitseigenschaften und gleichen diese im Kontext ihres Führungshandelns ab.
- entwickeln Handlungsalternativen für ein für sie aktuelles Thema.

Dauer: 1 Tag

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Persönlichkeitseigenschaften und ihre Auswirkung auf die Führungsrolle in außergewöhnlichen Situationen
- Umgang mit Low-Performern und Normalabweichlern
- Weitere mögliche kritische Situationen im Team:
  - Mobbing
  - Umgang mit Überforderung / Stress / Burnout
  - Umgang mit Alkohol am Arbeitsplatz
  - Umgang mit Konflikten
  - …

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	
Business-Line: Outbound-MA	
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Die Führungskraft im Change

Zielgruppe:
Führungskräfte und Teamleiter/-innen, in deren medial-persönlichen Einheiten Veränderungsprozesse anstehen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- setzen sich mit der Rolle als Führungskraft im Change auseinander – vom Vorbild-Sein bis zum Umgang mit eigener Betroffenheit
- lernen ausgewählte, praxiswirksamen Change-Management-Methoden und –Tools kennen und können diese zielgerichtet einsetzen.
- erhalten wertvolle Impulse aus der Praxis und üben und vertiefen diese "Learnings" direkt in einer Praxis-Session.

Dauer: 1 - 2 Tage

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Change Management (Begriffsdefinition und Perspektiven auf das Thema „Change", Arten von Veränderung, generelle Erfolgsfaktoren für einen gelungenen Veränderungsprozess)
- Die Rolle der Führungskraft im Change-Prozesse
- Selbstreflexion zum eigenen Umgang mit Change / der aktuellen Situation zwischen eigener Betroffenheit und Vorbild
- Das eigene Team gut durch Veränderung bringen
- Umgang mit unterschiedlichen Reaktionen im Team:
  - Emotionalität
  - Widerstände
  - unterschiedliche „Veränderungstypen“ bzgl. Offenheit für / Tempo in der Bewältigung von Veränderungen

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	
Business-Line: Outbound-MA	
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Potenziale im Fokus: Die Führungskraft als Personalentwickler

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die Führungspotenzial besitzen und sich mit den Prinzipien einer potenzialorientierten Führung vertraut machen möchten sowie Mitarbeiter/-innen, die ihre Führungskompetenz hierzu auffrischen wollen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- fokussieren sich die Grundidee einer potenzial- und coaching-orientierten Führung im Vertrieb
- lernen die Möglichkeiten und das Vorgehen für „Training on the Job“ und „Coaching“ sowie deren Abgrenzung kennen
- führen potenzial-orientierte Gespräche mit Mitarbeitern durch und wenden dabei erlerntes Handwerkszeug zielgerichtet an.

Dauer: 2 Tage (ggf. zzgl. Praxiscoaching)

Ort: Inhouse-Maßnahme (Präsenz- oder Online-Training)

Inhalt:

- Das Selbstverständnis der Führungskraft als „Erster PE-ler vor Ort“ / Strategische Mitarbeiterentwicklung leben
- Die individuellen Potenziale wahrnehmen und diese „attraktiv und innovativ“ heben
- Handwerkszeug für eine coaching-orientierte Führung
- Die Führungskraft als Vermittler vertrieblicher Skills
- Empowerment durch Training on the Job (inkl. wirkungsorientiertem Feedback)
- Erfolgreich agieren im "Side-by-Side"
- Gemeinsames Lernen als Merkmal von Hochleistungsteams

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	
Business-Line: Outbound-MA	
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	10
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	14
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	27
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpersonen	50

Ausbildung zum/zur Trainer/in im
Business-Center/Business-Line
Train-the-Trainer für interne
Trainer/innen der Sparkassen

Train the Trainer – für interne Trainer/-innen bzw. Vertriebsbegleiter/-innen in Sparkassen

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die sich als Trainer/-in qualifizieren möchten, Vertriebstrainer/-innen, Vertriebsbegleiter/-in

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- können Trainings erfolgreich durchführen und kennen die Schritte zur Umsetzung eines Qualifizierungskonzeptes im Business-Center.
- sind vertraut mit Ansätzen für eine Praxisbegleitung (Inbound, Outbound, medialer Beratung, Videoberatung).
- erweitern ihren Handlungsspielraum als Trainer/-in und setzen situativ unterschiedliche Instrumente ein.

Dauer: 5 Tage (4 Seminartage zzgl. 2x ½ Tag Praxisbegleitung)

Ort: … mit Praxisbegleitung

Inhalt:

- Modul 1: Trainings-Kompetenzen
- Modul 2: Coaching am Arbeitsplatz
- Modul 3: Verhaltensstilorientiertes Trainieren
- Modul 4: Coaching am Arbeitsplatz

Relevanz für:

Service-Line: Mitarbeiter	
Service-Line: Führung	✓
Business-Line: Inbound-MA	
Business-Line: Outbound-MA	
Business-Line: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Agenda

1	**Personalentwicklungskonzept**	3
2	**Schulungsangebote**	6
3	**Ansprechpartner**	50

Ihre Ansprechpartnerin

Claudia Geißendörfer

Telefonnummer: 0711 127-82115
E-Mail-Adresse: claudia.geissendoerfer@sv-bw.de

Sparkassenverband Baden-Württemberg