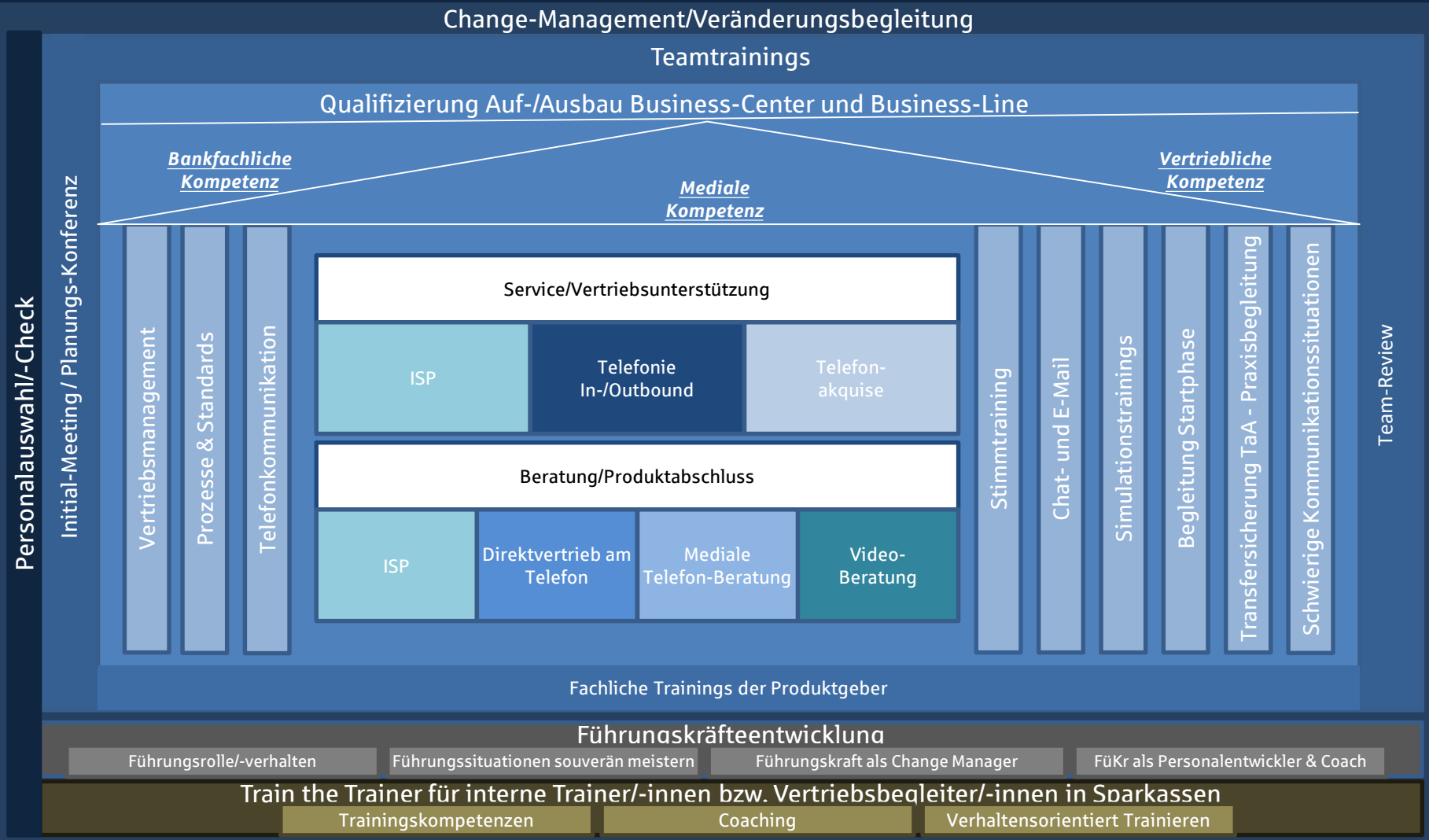


Personal-entwicklungskonzept

Business-Center & Business-Line

Sparkassenakademie Nordrhein-Westfalen


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	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	50

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	50


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 eingesetzt werden sollen

Ihr Nutzen:

- Die Teilnehmer/-innen erkennen, in welchem Maße sie für eine Tätigkeit in einer persönlich-medialen Einheit mit Fokus auf gewerbliche 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)

Relevanz für:

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).

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: ...

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 eingesetzt per Telefonie und/oder Videoberatung agieren 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:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: …

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
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 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 für das jeweilige Segment UK / FK / GK / GSK

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

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. einen Studiengängen 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)

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

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. einen Studiengängen ausgebaut.

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	50

Qualifizierung
Mediale Kompetenz

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)

Relevanz für:

Inhalt:
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

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: …

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 (Verkaufspsychologische Hintergründe, Kundenerwartungen bei Reklamationen, Bewältigung von Reklamationssituationen)

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

Outbound-Direktvertrieb am Telefon

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die im Direktvertrieb telefonisch aktiv sind

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 eine Überleitung zur Videoberatung oder 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:

ServiceLine: Mitarbeiter	
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

Telefonakquise

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen im Inbound mit häufigem telefonischem Kundenkontakt insbesondere in der Telefonakquise

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind für Akquisitionssituationen bei telefonischen Kundenkontakten im Service sensibilisiert.
- kennen Ansätze sowie Formulierungshilfen für die aktive Ansprache.
- sind vertraut mit den Grundlagen der Terminvereinbarung am Telefon.

Dauer: 1 Tag

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

Inhalt:

- Service-/Vertriebsorientierung, Typische Schwachstellen, Kundenerwartungen, Lebensphasen-/ Bedarfs-orientierung, Verkaufsansätze erkennen und umsetzen (Cross-Selling, Überleitung zum Berater, Aktive Terminvereinbarung)
- Systematische Ansprache (Gezielte Kundenansprache, Vorbereitung, Formulierungshilfen)
- Aktives Verkaufen von Terminen, Verkauf von Standardprodukten am Telefon, Einwandbehandlung bei der Überleitung

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

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 überleiten.
- 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:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Termine: siehe Akademieportale

Mediale Beratung per Skype for business

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die per Skype for Business agieren

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- kennen den Mehrwert der Interaktionsformen und überzeugen mit ihrer Persönlichkeit.
- sind im Rahmen von Live-Beratungen in der Lage, die Optionen Screen-Sharing und Co-Browsing für Vertriebsprozesse effizient zu nutzen und entwickeln dabei Selbstsicherheit.
- wissen, wie Sie Medien in der Beratungssituation einbinden.

Dauer: 0,5-1 Tag

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

Relevanz für:

Inhalt:

- Besonderheiten der Onlineberatung (skype als Beratungsinstrument - Videotechnik als Beratungsmedium, Standortbestimmung, Was ist bei der Onlineberatung anders? Welche Chancen hat das Medium?, Wirkungsmittel in der Onlineberatung, persönlich-methodisch-technisch, Kundenerwartungen, Agieren in der Beratung, Prozessgestaltung und Abläufe , Visualisierungen und Einsatz von Medien, Körpersprache, Mimik und Gestik).
- Sicher in der Onlineberatung (Bildschirmteilung am Beispiel der Beratungssituationen Anlageberatung in Kombination mit der Vertriebskampagne „Soli ade“).

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Termine: siehe Akademieportale

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 Praxisphasen und Analyse der Videosequenzen, Abschlussorientierung in der Videoberatung, Komplexe Beratungssituationen vorbereiten, Umgang mit schwierigen Situation (z. B.: Technikausfall, Verbindungsprobleme, mangelnde technische Affinität auf Kundenseite)

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Termine: siehe Akademieportale

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:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Termine: siehe Akademieportale

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 komplexe Beratungssituationen (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:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Termine: siehe Akademieportale

Schwierige Situationen am Telefon

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:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Termine: siehe Akademieportale

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	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 sicher in der medialen Beratung im Business-Center vertrieblich einsetzen.

Dauer: 1 Tag

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

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

Inhalt:

- Drei Schritte einer ganzheitlichen 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

Termine: siehe Akademieportale

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)

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	

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)

Termine: siehe Akademieportale

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)

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	✓
ServiceLine: Führung	
BusinessLine: Inbound-MA	✓
BusinessLine: Outbound-MA	✓
BusinessLine: Führung	
Business-Center: Inbound-MA	✓
Business-Center: Outbound-MA	✓
Business-Center: Führung	

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

Termine: siehe Akademieportale

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	50

Führungskräfteentwicklung



Business-Center & Business-Line

Wirksame Führung – Führungsrolle/-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.
- erlangen mehr Sicherheit darin, klare und wertschätzende Mitarbeitergespräche zu unterschiedlichen Anlässen (Kritik, Feedback, Zielvereinbarung und Delegation) zu führen.
- wissen, was Sie dafür tun können, dass Ihre Mitarbeiter/-innen motiviert und leistungsfähig sind.

Dauer: 2 Tage ggf. zzgl. Praxiscoaching

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

Inhalt:

- Die eigene Führungsrolle und die Wirkung des Führungsverhaltens
- Störungen und Klärungen in der Kommunikation
- Unternehmerische und mitarbeiterorientierte Ziele erreichen
- Mit schwierigen Führungssituationen erfolgreich umgehen
- Mitarbeitergespräche
- Aktuelle Themen aus der eigenen Praxis
- Den eigenen persönlichen Aktionsplan entwickeln

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	
BusinessLine: Outbound-MA	
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

Führungssituationen souverän meistern

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.
- finden Handlungsalternativen für ein für Sie aktuelles Thema.
- erfahren Wissenswertes über Persönlichkeitseigenschaften und gleichen diese im Kontext Ihres Führungshandelns ab.

Dauer: 1-2 Tage

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

Inhalt:

- Persönlichkeitseigenschaften und ihre Bedeutung für die Führungsrolle in außergewöhnlichen Situationen
- Umgang mit Low-Performern und Normalabweichlern
- Umgang mit Konflikten zwischen Mitarbeitern
- Mobbing
- Umgang mit Überforderung, Stress und Burnout
- Umgang mit Alkohol am Arbeitsplatz bzw. auf dienstlichen Veranstaltungen

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	
BusinessLine: Outbound-MA	
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

Die Führungskraft als Change-Manager/-in

Zielgruppe:
Führungskräfte und Teamleiter/-innen, die Veränderungsprozesse in der verantworteten medial-persönlichen Einheit begleiten und steuern

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- sind vertraut mit praxiswirksamen Change-Management-Methoden und –Tools und können diese zielgerichtet einsetzen.
- erhalten wertvolle Impulse aus der Praxis und üben die "Learnings" direkt in einer Praxis-Session.
- sind in der Lage, Veränderungsprozesse strukturiert zu initiieren und zu planen und können eine zukunftsfähige "Change-Organisation" aufbauen.

Dauer: 1-2 Tage

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

Relevanz für:

ServiceLine: Mitarbeiter	
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	
BusinessLine: Outbound-MA	
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Inhalt:

- Change Management (Begriffsdefinition und Perspektiven auf das Thema „Change", Arten von Veränderung, Erfolgsfaktoren für einen gelungenen Veränderungsprozess),
- Change Management als Prozess und Steuerungsansatz
- Initiierung (die „Change Story" – Kernbotschaften formulieren, „Change Assessment" – Veränderungsausmaß und -wirkungen bewerten) inkl. Praxis-Session
- Veränderungsprozesse planen und gestalten (Stakeholdermanagement & Akzeptanz-entwicklung, Aufsetzen von Change Maßnahmen & Kommunikationsstrukturen, „Change Architektur")
- Change Organisation: (Rollen & Aufgaben, Organisatorische Aufstellung & interne Kommunikation)

Termine: siehe Akademieportale

Die Führungskraft als Personalentwickler & Coach

Zielgruppe:
Mitarbeiter/-innen, die Führungspotenzial besitzen, jedoch noch über keine oder geringe Erfahrung auf dem Gebiet Mitarbeitercoaching verfügen sowie Mitarbeiter/-innen, die ihre Führungskompetenz auffrischen wollen

Ihr Nutzen: Die Teilnehmer/-innen

- kennen die Phasen eines Coachinggesprächs und können diese voneinander abgrenzen und gestalten.
- setzen sich mit der besonderen Rolle als Coach auseinander.
- führen erfolgreich Einzel-Coachinggespräche mit Mitarbeitern und wenden dabei erlerntes Handwerkszeug zielgerichtet an.

Dauer: 1-2 Tage

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

Relevanz für:

Inhalt:

- Strategische Mitarbeiterentwicklung durch die Führungskraft, Positives Menschenbild, Handwerkzeug für einen Coach, Phasen im Coaching, Übungen zu allen Coachingphasen, Coachingfallen
- Führungskraft als Vermittler vertrieblicher Skills, Attraktiv und Innovativ die individuellen Potenziale heben, Empowerment durch vertriebliches Coaching
- Training on the Job - wirkungsorientiertes Feedback geben, Erfolgreich im "Side-by-Side" - gemeinsames Lernen als Merkmal von Hochleistungsteams

ServiceLine: Mitarbeiter	
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	
BusinessLine: Outbound-MA	
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
2.1	Personalauswahl/-Check	7
2.2	Schulungen zu bankfachlichen Kompetenzen	11
2.3	Schulungen zu medialen Kompetenzen	15
2.4	Schulungen zu vertrieblichen Kompetenzen	28
2.5	Entwicklung von Führungskräften	41
2.6	Train the Trainer	47
3	Ansprechpartner	50

Ausbildung Trainer/in 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

Relevanz für:

Inhalt:

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

ServiceLine: Mitarbeiter	
ServiceLine: Führung	✓
BusinessLine: Inbound-MA	
BusinessLine: Outbound-MA	
BusinessLine: Führung	✓
Business-Center: Inbound-MA	
Business-Center: Outbound-MA	
Business-Center: Führung	✓

Termine: siehe Akademieportale

Agenda

1	Personalentwicklungskonzept	3
2	Schulungsangebote	6
3	Ansprechpartner	50

Haben Sie weitere Fragen?

Wir beraten Sie gern!

Ansprechpartner

Edmund Honermann,

Sparkassenakademie NRW

Produktentwicklung & Qualitätssicherung sowie Produktmanager u. a. im Bereich Business-Center / Kunden-Service-Center/ Digitales Beratungs-Center

Telefon: 0231 22240-739
E-Mail: edmund.honermann@ska.nrw