

„Beratungsqualität entscheidet über die Zufriedenheit der Kunden“

Drei Treiber sind hauptverantwortlich für die Zufriedenheit von Bankkunden, erklärt Dr. Barbara Aigner, Geschäftsführerin von emotion banking. Dazu zählen die Qualität der Beratung, Mitarbeiter sowie Preise und Konditionen. Diese drei relevanten Faktoren können zur Zufriedenheit führen, sie sind im Umkehrschluss aber auch für die Unzufriedenheit von privaten Bankkunden hauptverantwortlich.



Dr. Barbara Aigner
Geschäftsführerin,
emotion banking

Die Top Treiber für Wiederkaufabsicht werden oft wenig genutzt, wo wird Potenzial verschenkt?

Aigner: Banken können sich Kundenzufriedenheit über exzellente Leistungen erarbeiten oder über günstige Konditionen teuer erkaufen. Der Grad der Zufriedenheit hat wesentlichen Einfluss auf die aktive Weiterempfehlung durch den Kunden. Zufriedene Kunden klagen zwar nicht, empfehlen aber auch nicht weiter. Ziel muss also sein, Kunden zu begeistern. Beratungsgespräch und Kundenbeziehung sind hier die Treiber. Man sollte deshalb sehr exakt wissen, wo man steht und an welchen Schrauben zu drehen ist. Die Beratung selbst besteht ja aus vielen verschiedenen, oft kleinen Elementen, die es zu planen, zu inszenieren und zu messen gilt.

Wie messen Sie die Beratungsqualität?

Aigner: Wir setzen den sogenannten Beratungsqualitätsmonitor dazu ein.

Der BQM ist ein Analyseinstrument zur Messung der erlebten Beratungsqualität aus Sicht des Kunden, auf Wunsch ergänzt durch eine anonymisierte oder offene Selbsteinschätzung der Berater. Die Ergänzung um die Beraterseite kann gerade in Change-Prozessen sehr hilfreich sein, um beispielsweise den Fortschritt von Qualifizierungsmaßnahmen messen zu können.

Wie kommen Sie zu den Kundenergebnissen?

Aigner: In regelmäßigen Abständen werden jene Kunden, die ein Beratungsgespräch hatten, unmittelbar danach internetbasiert oder auf Wunsch postlich anonym über ihre Eindrücke und Beobachtungen befragt. Von der Terminvereinbarung über die Atmosphäre in der Geschäftsstelle, den Beratungsprozess selbst bis hin zu Nachbetreuung werden die noch frischen Eindrücke erhoben. Die Bank oder Sparkasse erhält als Ergebnis eine detaillierte Auswertung über die Qualität in der Beratung. Sinn und Zweck ist es, die Qualität der Beratung regelmäßig zu erheben und damit die Veränderung der Beratungsqualität im Zeitablauf zu messen.

Wie erkennt die Bank, ob die eigenen Mitarbeiter besser oder schlechter beraten als der Mitbewerber?

Aigner: Das besonders Spannende ist, dass wir beim BQM mit Benchmarks arbeiten. Die eigenen Ergebnisse werden verglichen mit den Werten anderer Banken im deutschsprachigen Raum. Über ein Ampelsystem sieht man sofort, wo es Handlungsbedarf gibt. Bei einem Institut mit vielen Geschäftsstellen lohnt es sich, diese untereinander zu vergleichen. Zudem lassen sich die Ergebnisse mit Umsatzzahlen verknüpfen, was die Vertriebssteuerung erleichtert.

Gibt es Vorbehalte seitens der Berater?

Aigner: Sobald die Mitarbeiter erkennen, dass sie durch das Feedback die eigene Leistung erhöhen können, schwinden die Bedenken. Im Rahmen der Selbsteinschätzung haben die Mitarbeiter auch die Möglichkeit, ihr eigenes Arbeitsumfeld zu bewerten. Wenn der Berater in veralteten Räumlichkeiten ohne jegliche Privatsphäre sitzt oder wenig bis keine Produktschulungen erhält, wird sich das auf das Kundenerlebnis niederschlagen.

Warum ist exzellente Beratungsqualität so wichtig?

Aigner: Weil sich auf Dauer nur so Geld verdienen lässt. Die Beratungsqualität entscheidet über die Zufriedenheit – und damit maßgeblich über die Ertragslage.