

A photograph of three business professionals in an office setting. A man on the left is smiling and resting his chin on his hand. A woman in the center is smiling broadly. A third person is partially visible on the right, gesturing with their hand. In the foreground, there is a desk with a pen holder containing various colored pens and a stapler.

Analyse

Beratungsqualität messen Kundenerlebnis steuern.

PLAN

DO

CHECK

ACT

Gewinnen Sie Kontrolle zurück und stiften Sie spürbaren Kundennutzen

Mit dem Beratungsqualitätsmonitor können Sie Kundenerlebnisse messen und Ihre Beratungsqualität steuern und steigern.

Wissen, was Kunden in den Beratungsgesprächen erleben

Erkennen, was noch nicht rund läuft

Verbessern, wo es wirkt

Steuern, wie man vorankommt

In 84,2 Prozent der Gespräche wird der Kunde nach dem bevorzugten Kanal zur Kommunikation gefragt.

Jedes zweite Beratungsgespräch deckt lediglich ein Bedarfsfeld ab.

Der wichtigste Treiber für die Unterschrift des Kunden: bedarfsgerechte Produktempfehlung.

Nur 4 von 10 Beratern vereinbaren einen Folgetermin, wenn es zu keiner unmittelbaren Unterschrift kommt.

52% der Kunden werden zur Weiterempfehlung eingeladen. Schade, denn mehr als 91% wären dazu bereit!



Den "Opti-Channel" des Kunden kennen



Das richtige Thema finden



Passende Produkte verständlich erklärt



Folgetermine vereinbaren



Empfehlungsbereitschaft richtig nutzen

Zahlen aus der Bankberatung

Zahlen 2015/16 emotion banking

Sie wollen eine effiziente Marktforschung, die geringe Ressourcen bindet und handlungsanleitende Ergebnisse liefert? Sie haben sie gefunden.

Für wen?

Vorstände, Vertriebs- und Regionalleiter, Filial-/Geschäftsstellenleiter sowie Verantwortliche aus Customer Care, Marketing, Qualitätsmanagement und Personalentwicklung.

Für welches Bedürfnis?

- Messen der Customer Journey
- Einholen von Kundenfeedback auf konkrete TouchPoints
- Steuern und Optimieren der Beratungsqualität
- Regelmäßiges Monitoring des Qualitätserlebens aus Kundensicht
- Vertrieb optimieren

Mit welcher Wirkung?

- Schafft Transparenz über die Stärken und Schwächen des Beratungsprozesses
- Zeigt einfach lesbare Ergebnisse für das gesamte Haus, auf Filial- oder Teamebene
- Identifiziert Verbesserungspotenzial und bietet eine faktenbasierte Grundlage für Entscheidungen (z.B. Schulungsmaßnahmen und Festlegen von Qualitätsstandards)
- Zeigt die Entwicklung der Beratungsqualität im Zeitverlauf

Wie wird erhoben?

- Kunden, die ein Beratungsgespräch hatten, werden zeitnah eingeladen, das Gespräch und die Eindrücke zu bewerten.
- Messung ermöglicht das Abfragen konkreter Erlebnisse. Details werden greifbar.
- Die Befragung ist onlinebasiert
- Ergänzend kann das Bild der Mitarbeiter eingeholt werden und unmittelbare Gaps aufgezeigt werden (Selbstbild-Fremdbild-Abgleich).

Was wird gemessen?

- Terminvereinbarung, Atmosphäre Beratungsumfeld, Beratungsprozess, After Sales
- Für die Erhebung stehen 2 Fragebogenvarianten zur Verfügung (KPI Fragebogen mit 6 Fragen oder Standardfragebogen mit 35 Fragen)
- Vertiefungsmodule für spezielle Themenfelder/Beratungsanlässe

Was erhält man?

- Kompakten Bericht mit einer Beurteilung über die Gesprächsführung in allen Phasen der Beratung, der Umsetzung von Qualitätsstandards, Handlungsempfehlungen und ab der 2. Durchführung einen Vergleich mit dem vorigen Intervall.
- Auswertungen für einzelne Einheiten (Regionen, Filialen, Teams)

Kontaktieren Sie mich:



Dr. Christian Rauscher
Geschäftsführer

+43 (0)2252 25 48 45
christian.rauscher@emotion-banking.at