



Erfolgsfaktor Vertriebscoaching: Die Trainer der SKP begleiten intensiv die Einführungsphase von S-Privatkredit und S-Autokredit.

S-Kreditpartner

S-PRIVATKREDIT

Mit Motivation zum Erfolg

Mit der S-Kreditpartner GmbH (SKP) hat die Sparkassen-Finanzgruppe seit 2011 einen bundesweiten Spezialisten für das Auto- und Konsumentenkreditgeschäft. Über 90 Sparkassen arbeiten bereits mit der SKP in einer „Vollkooperation“ zusammen, d. h., sie haben S-Privatkredit und S-Autokredit im Einsatz. Die SKP setzt auf eine enge persönliche Betreuung. Ein spezialisiertes Coachingteam unterstützt dort, wo es in der Sparkasse darauf ankommt: im Vertrieb.

Die S-Kreditpartner GmbH (SKP) ist angetreten, um die Marktposition der Sparkassen im Konsumentenkreditgeschäft zu stärken. Bei den Partnersparkassen, die mit der SKP in einer Vollkooperation zusammenarbeiten, gelingt dies schon nach kurzer Zeit: Im Schnitt verdoppeln sie ihr monatliches Neugeschäft. Ein wichtiger Teil des Volumens entfällt auf Fremdbablösungen bei Wettbewerbern. Im SKP-Antragssystem können die Sparkassenberater fremde Kredite bequem per Mausklick ablösen. Die Marktfolgearbeiten erledigt die SKP.

Aber selbst die besten technischen Systeme machen das Geschäft mit S-Privatkredit und S-Autokredit nicht zum Selbstläufer. Das A und O ist die Begeisterung der Vertriebsmitarbeiter in der Sparkasse vor Ort. Sie sind es, die den Kunden beraten und für den vertrieblchen Erfolg verantwortlich sind. Die SKP legt daher großen Wert auf eine sys-

tematische Vertriebsunterstützung. Sie wirkt wie ein Katalysator, gerade zu Beginn der Zusammenarbeit.

Ob der angestrebte Markterfolg erreicht wird, hängt entscheidend von den ersten Wochen der Umsetzung ab. Die SKP begleitet diese entscheidende Phase in jeder neuen Partnersparkasse mit einem spezialisierten „Anbindungsteam“. Seine zehn Mitglieder sind echte Profis: Sie reisen von Sparkasse zu Sparkasse und haben seit Gründung der SKP im Juni 2011 bereits über 50 neue Vollkooperationspartner erfolgreich angebunden. Diesen enormen Erfahrungsschatz bringen sie mit Enthusiasmus und voller Wucht zum Einsatz, wenn die gemeinsame Marktbearbeitung startet. Davon profitieren auch zukünftige Vollkooperationspartner.

Das Team leistet weit mehr als die reine Schulung der Mitarbeiter für den Umgang mit den technischen Systemen

und Prozessen. Im Zentrum des Vertriebscoachings steht der persönliche Vertriebserfolg der Sparkassen-Mitarbeiter. Das Coaching folgt einem zielgerichteten Konzept zur Unterstützung der Führungskräfte, Berater und Service-Mitarbeiter in der Filiale. So werden unter anderem mit den Führungskräften Vertriebsergebnisse ausgewertet und Entwicklungsfelder von Mitarbeitern besprochen.

S-Kreditpartner GmbH

Kundenkreditvolumen in TEuro	2855
davon Sparkassengeschäft	1837
davon Autohandelsgeschäft	613
davon Lagerfinanzierung Autohandel	405
Anzahl Partnersparkassen	271
davon S-Privatkredit u. S-Autokredit	91

Stand 31.03.2012

Die Arbeit mit den Beratern ist stark an der Praxis orientiert. Gemeinsam werden zum Beispiel Kreditpotenziale im Kundenteam analysiert, Anspracheideen entwickelt, Beratungsgespräche strukturiert, exemplarisch vorbereitet, begleitet und ausgewertet. Die SKP-Trainer geben dabei nicht nur wertvolle Tipps für das Kundengespräch. Sie vermitteln vor allem Selbstvertrauen und Freude am Vertrieb. Die wichtigsten Instrumente der Trainer sind Motivation und Lob.

Die Vertriebscoaches der SKP haben alle langjährige Erfahrung im Konsumentenkreditgeschäft gesammelt, ob bei spezialisierten Wettbewerbern, der readybank oder auch in Sparkassen. Führungserfahrung ist bei der Einstellung Voraussetzung, ebenso eine zertifizierte Weiterbildung zum Coach. Mittlerweile ist die Mannschaft ein eingespieltes Team und absolut routiniert. Nur so war es möglich, in Nordrhein-Westfalen die 40 Sparkassen, die sich nach dem Erwerb der readybank im Herbst 2011 für eine Fortsetzung der Zusammenarbeit mit der SKP entschieden hatten, innerhalb von gerade einmal vier Monaten anzubinden.

Der Einführungsprozess wird in enger Abstimmung mit den Verantwortlichen der Sparkasse vorbereitet. Parallel zu den Auftaktveranstaltungen startet eine „Roadshow“ durch die Filialen mit den ersten Coachingeinsätzen. Ein enger Kontakt mit den Führungskräften und regelmäßige Feedback-Runden sind Standard. So erkennen die Verantwortlichen schnell, wo im Vertrieb noch Stellschrauben sind, zum Beispiel Potenziale beim Thema Fremdbelastung oder der Restkreditversicherungsquote.

Nach der Einführungsphase von etwa drei Monaten übernehmen die regionalen SKP-Vertriebseinheiten die laufende Betreuung der Partnersparkassen. Wichtig ist, dass die Vertriebsunterstützung konsequent fortgeführt wird. Je nach Größe des Hauses erhält die Sparkasse eine bestimmte Anzahl an Coachingtagen pro Jahr. Die Vertriebsunterstützung ist im Leistungspaket der SKP ohne Zusatzkosten enthalten.

Mehr noch: Je konsequenter die Sparkasse das Vertriebscoaching einfordert und Vertriebsstärke aufbaut, umso größer sind ihre Chancen auf einen monetären Bonus von der SKP. Seit Jahresbeginn gibt es – neben dem „Volumenbonus“ für größere Sparkassen – auch den „Potenzialbonus“ für besonders vertriebsstarke Häuser unabhängig von ihrer Größe. Ab einem jährlichen Neugeschäft von 60 Euro pro Einwohner im Geschäftsgebiet erhält die Sparkasse einen Bonus zwischen 0,1 und 0,2 Prozent des Bestandsvolumens.

Heinz-Günter Scheer, Jan Welsch
Geschäftsführer, S-Kreditpartner GmbH

Begeisterung im Vertrieb – Interview

Sparkassen-Markt hat mit Dr. Peter Lucke, Mitglied des Vorstands der Sparkasse Vest Recklinghausen, über seine Erfahrungen mit der Vertriebsunterstützung der S-Kreditpartner GmbH und die Ergebnisse gesprochen.

Sparkassen-Markt: Herr Dr. Lucke, Ihre Sparkasse war eine der ersten in Nordrhein-Westfalen, die die Verbundpartnerschaft nach dem Verkauf der readybank im Herbst 2011 mit der S-Kreditpartner GmbH fortgesetzt hat. Fiel Ihnen die Entscheidung leicht?

Dr. Lucke: Außerordentlich. Es stand für unser Haus nie infrage, dass wir mit den bewährten Partnern weitermachen wollen. Wir halten diesen Weg für richtig, um die Sparkassen-Finanzgruppe im Konsumentenkreditgeschäft angemessen im Wettbewerb zu positionieren. Die Leistungen unseres Partners waren schon vorher gut, haben sich jetzt aber noch einmal verbessert. Vor allem die intensive Vertriebsunterstützung bekommt von unseren Führungskräften und Mitarbeitern viel Lob.

Sparkassen-Markt: Wie wichtig waren die Vertriebstrainer in der Startphase der Kooperation mit der SKP?

Dr. Lucke: Ein Produkt ist nur dann erfolgreich, wenn es von Anfang an von den Beratern akzeptiert wird. Das gilt auch für den S-Privatkredit und den S-Autokredit der SKP. Schon bei den Auftaktveranstaltungen hatten die SKP-Trainer die Mitarbeiter „ins Boot geholt“. Die Trainer haben selbst jahrelang Kunden zu Ratenkrediten beraten. Das schafft Vertrauen und Sympathie bei unseren Sparkassenberatern. Die Roadshows durch die einzelnen Filialen boten Gelegenheit, in die Tiefe zu gehen und echte Kreditfälle gemeinsam zu besprechen. Nach meinem Eindruck liegt eine Stärke im Umgang mit unseren Mitarbeitern darin, dass die Trainer sich die Zeit nehmen, auf sie sehr individuell einzugehen.

Sparkassen-Markt: Wie schätzen Sie die Bedeutung der Vertriebsunterstützung für den Geschäftserfolg mit S-Privatkredit und S-Autokredit ein?

Dr. Lucke: Unsere Sparkasse setzt künftig verstärkt auf Coachingmaßnahmen, und zwar bis in die Führungsebenen hinein. Ich halte das Coaching vor Ort gerade auch im Konsumentenkreditgeschäft für einen wesentlichen Erfolgsfaktor. Die Trainer der SKP schaffen es, ihre Begeisterung an unsere Mitarbeiter weiterzugeben – davon profitieren auch unsere Kunden. Schließlich stehen ihre Wünsche und ihr Bedarf im Mittelpunkt jeder ganzheitlichen Be-

ratung. Ich glaube, dass wir als Sparkasse nur schwer ein Team mit so viel Know-how und Begeisterungsfähigkeit aus eigener Kraft auf die Beine hätten stellen können. Ein Spezialist wie die SKP hat da andere Möglichkeiten.

Sparkassen-Markt: Zufriedene Mitarbeiter, schön und gut – aber lässt sich das auch an den Ergebnissen messen?

Dr. Lucke: Das Konzept kommt bei Beratern und Kunden an, das merken wir auch an den Zahlen: Unser Neugeschäftsvolumen entwickelt sich sehr erfreulich und ist seit Einführung des SKP-Angebots um etwa 40 Prozent gestiegen. Potenziale sehen wir aber noch beim Thema Fremdbelastung. Das Antragssystem der SKP bietet hier eine sehr komfortable Lösung, um Kredite mit einem Mausklick ins eigene Haus zurückzuholen.

Insgesamt sind wir sehr zuversichtlich, dass wir auf der Basis der Leistungsfähigkeit und des Engagements unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, des guten Produktangebots, der tatkräftigen Unterstützung vonseiten der SKP und eines gemeinsamen Verständnisses von den Bedürfnissen unserer Kunden unsere Marktstellung noch weiter ausbauen können.

