

(Noch) mehr Vertriebserfolg durch „Alternative Investments“

Zielsetzung

- Mit den aktuellen Angeboten stehen attraktive Produkte zur Verfügung, die die traditionelle Angebotspalette der Bank sinnvoll ergänzen (Alternative Investments).
- Wegen der Halbierung des Sparerfreibetrages („Staat und Steuern“) genießen diese Produkte wegen ihrer steuerlichen Behandlung zusätzlichen Reiz.
- Der Verkauf dieser Produkte steht in engem Zusammenhang mit der ganzheitlichen Beratung, da diese Anlageformen immer als Teil des Gesamtvermögens betrachtet werden (Vermögens-Struktur-Beratung).
- Durch eine zielgerichtete Kombination dieser Produkte im Rahmen der Finanzplanung ergibt sich eine messbare Steigerung der Qualität und Produktivität in der Kundenberatung.

Produktangebot

- Vor allem mit Beteiligungsmodellen wie z.B. Bioenergie, Schiff und Private Equity, aber auch mit den klassischen Immobilienfonds stehen zeitgemäße Angebote mit hoher Attraktivität für den Anleger zur Verfügung.
- Unter dem Gesichtspunkt „Alternative Investments“ runden diese Beteiligungen aus Anlegersicht die klassischen Anlageformen (Aktien, Renten und Immobilien) ab.
- Diese Anlageformen sind vor allem unter Rendite-Aspekten für eine breite Anlegerschicht interessant (Mindestanlagebetrag ab 10.000,-- Euro).
- Für die Akquisition kommen Privat- und Firmenkunden in Frage.
- Bei Bedarf: Präsentation der aktuellen Produkte für einen ausgewählten Berater- / Betreuerkreis mit dem zuständigen Produktmanager

Ganzheitlicher Beratungsansatz: Mehrwert für Berater und Kunden

- Beratungen werden wertvoller: neben der reinen Bestandsaufnahme (Analyse der Ziele und Wünsche sowie der vorhandenen Vermögenswerte) kann der Berater
 - diese Analyse zusätzlich begründen
 - dem Kunden eine konkrete Anlage-Alternative bieten.
- Mit der speziellen Kundenansprache über die Produkte („Ich hab da was sehr interessantes für Sie, ...“) lassen sich zusätzliche Beratungen generieren, da für die themenbezogene Bedarfsanalyse eine Bestandsaufnahme unerlässlich ist.
- Der Berater hat somit unter Verkaufsgesichtspunkten einen spürbaren Nutzen durch zusätzliche Verkaufschancen.
- Der Kunde erkennt in den Produkten seinen persönlichen Nutzen und erfährt in der Beratung einen zusätzlichen Vorteil.
- Praktische Erfahrungen zeigen, dass sich Kunden durch die Attraktivität der Produkte zusätzlich begeistern lassen.

Mehrwert für die Bank

- Erhöhung der Potenzialausschöpfung im Geschäftsfeld Beteiligungen
- Kundenbindung und zusätzliche Chancen zur Neukundengewinnung durch Exklusivität bzw. Alleinstellungsmerkmale in der Produktpalette
- Ausdehnung der Beraterkompetenz in der Breite: grundsätzlich können / sollen alle Berater im Privat- und Firmenkundengeschäft mit einbezogen werden
- Steigerung der Provisionserträge und Verbesserung der Zielerreichung Einzelner und der Bank