

Newsletter 32

Mehr Nutzen > MehrWerte > MehrErträge in der FirmenkundenBank

September 2015

Ulli Zimmermann



BMS 
UNTERNEHMENSGRUPPE

Zurück in die Zukunft:

Was haben Coop Italien und GenoBanken gemeinsam?

Das Wirtschaftsmagazin *brand eins* berichtet, dass sich die Coop Italien plötzlich bewusst wurde, dass sie nur noch einer unter vielen Anbietern auf der Jagd nach immer neuen Kunden war. Eine erlebbare Differenzierung zu anderen Anbietern gab es nicht mehr. Die eigentlichen Wurzeln waren vergessen. Menschen waren nicht mehr die Mitglieder der Kooperative, die sich zusammengetan hatten, um voneinander zu profitieren und Dinge möglich zu machen, die ein einzelner nicht vermag. Dann haben sie begonnen, sich von den Wurzeln aus neu zu erfinden und sich auf den Nutzen für ihre Mitglieder neu auszurichten.

Na, kommt Ihnen da etwas bekannt vor?

Erinnern Sie sich zufällig noch an meinen Artikel im GenoGraph:
Von der VertriebsBank zur FörderBank - Vorwärts zu den Wurzeln

Strategielehre und Trainererfahrung zeigen ganz klar den Weg in die erlebbare Differenzierung. 08/15 gibt es schon zum Nulltarif an jeder Ecke. Grenzen Sie sich erlebbar ab. Schaffen Sie erlebbaren Nutzen für Ihre Mitglieder...und sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeitenden stolz darauf sind.

Wenn Sie mögen, machen wir gemeinsam Genossenschaftliche Beratung zum erlebbaren Beitrag für Mitglieder, Kunden und Mitarbeiter.

Herzlichst Ihr Ulli Zimmermann



Inhalte in diesem Newsletter

- Neulich im Coaching – 300.000 € weniger in einer 1,8 Mio.-Finanzierung. Was hat BAV denn mit Finanzierungen zu tun?
- Was passiert eigentlich im Coaching?
- Coop Italien: Was wir von Coop Italien lernen können?
- BuchTipp: Echte Gefühle – Kaufen Lassen statt verkaufen müssen
- Genossenschaftliche Beratung für Firmenkunden
- Warum oder Wozu?
- KooperationsAngebot: Club of Rome und GenoBanken
- InfoCoupon / Anmeldungen

Verantwortlich im Sinne der Presserechts:
Ulrich Zimmermann - Ulrich Zimmermann GmbH, Gutshof
Kaiserbacher Mühle, D-76889 Klingenstein, Telefon: +49 (6349)
990163, Telefax: +49 (6349) 990166, Email: Ulr.Zimmermann@t-
online.de

Neulich im Coaching

Für die 1.8 Mio.€ Villa 300.000€ weniger bezahlen oder was hat denn BAV mit Finanzierungen zu tun?

Eigentlich war es eine Standardanfrage: Erfolgreiche Unternehmerin fragt wegen der Finanzierung ihrer neuen Villa an. Und wo sie schon dabei ist, würde sie gerne für ihre Mutter noch ein Haus dazu bauen, damit sie sie in der Nähe hat. In Summe 1.8 Mio. €.

Die Ideen, die der Berater schon mitgebracht hat, hört sie sich interessiert an. Am Ende des Gesprächs betont sie noch mal ihre tolle Bonität und lässt den Berater wissen, dass sie sich natürlich noch zwei weitere Angebote anschauen und dann mit ihrem Mann zusammen entscheiden wird, wer den Zuschlag bekommt.

In weiser Voraussicht hatten wir das in der Vorbereitung des Gesprächs schon so kommen sehen und einen Joker vorbereitet. Auf die Frage, woran sie denn ihre Entscheidung fest machen würde, sagte sie natürlich an den Kosten. Das war die richtige Antwort für uns. Jetzt konnte der Berater sagen: „Nur mal angenommen, wir zeigen Ihnen einen Weg, wie Sie in Summe bis zu 300.000€ von den 1.8 Mio. weniger zahlen müssten - haben wir dann den Zuschlag?“

Sie lies sich natürlich nicht aus der Contenance bringen, aber sagte, mit Dollarzeichen in den Augen, das wäre natürlich hoch interessant. Aber wie das denn gehen sollte?

Wir erklärten ihr entgegenkommenderweise, dass sie bei 60 Mitarbeitern wahrscheinlich etwa 30.000€ pro Jahr an unnützen Lohnnebenkosten sparen kann. Selbst wenn sich dann nur die Hälfte der Mannschaft darauf einließe, wären das in 20 Jahren 300.000€ Einsparung in der Firma. Wenn wir den Deal gemeinsam machen, würden wir ihr dann auch sagen, wie sie das ersparte Geld netto privat in die Finanzierung einbringen kann.

So schnell kommt man an die Lohnzettel aller Mitarbeiter mit geschwärzten Namens- und Adressfeldern und ist somit schnell aus der Vergleichbarkeit heraus.

...und so schnell wissen Entscheider, warum BAV für Ihre Firma gut ist und warum sie besser unternehmerische und private Ziele aus einer Hand beraten lassen.

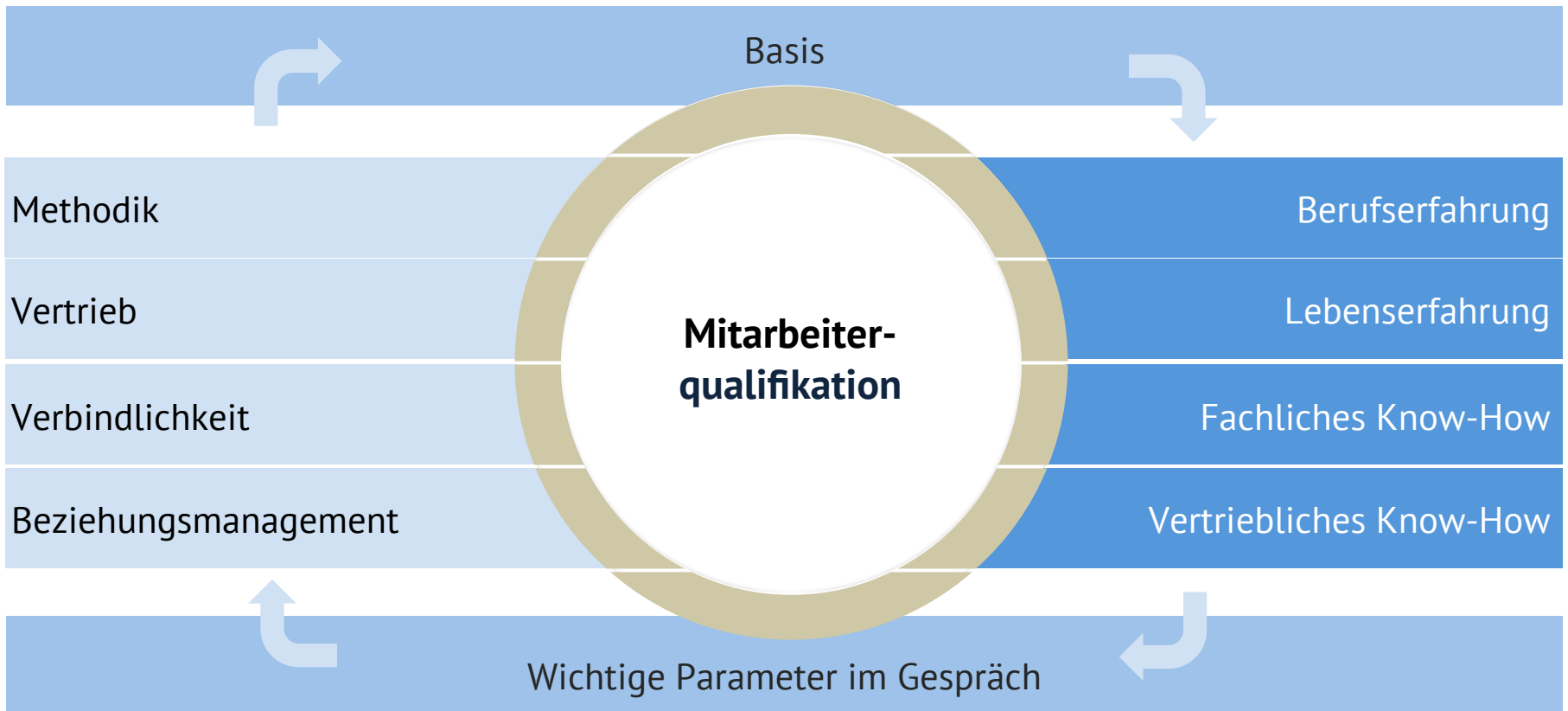


Coaching

Was passiert eigentlich im Coaching?

Individuelle Förderung der Beraterin/ des Beraters durch

- Begleitung und auf Wunsch Unterstützung im Kundengespräch
- Offenes Feedback
- Abstimmung der ins Coaching-Protokoll einzutragenden Inhalte



Ausgabe 04/2015 - Schwerpunkt Handel



Text: Mischa Täubner
Foto: Diambra Mariani

Coop Italien

Zurück in die Zukunft

Wenn das Geschäft stockt, locken Händler gern mit Rabatten. Die italienische Supermarktkette Coop hat sich für einen anderen Weg entschieden: die Besinnung auf die eigene Geschichte.

Die Parallelen sind bezeichnend: Vergleichbarkeit, Kampf um Kunden und Margen, Verlust erlebbarer Identität...
Der Lösungsweg naheliegend: Die ursprüngliche Idee mit aktuellen Themen nutzenorientiert wiederbeleben.

Aus Sicht eines Trainers, der die unterschiedlichsten GenoBanken im Bereich Firmenkunden coacht, bin ich felsenfest davon überzeugt, dass es für jede GenoBank Sinn macht, einen ähnlichen Weg zu gehen und sich für ihre Mitglieder nutzenorientiert neu erlebbar zu machen, um auf Dauer im Markt ihre Existenzberechtigung zu haben.

Banken, die nur verkaufen wollen und niemandem wirklich nützen, gibt es schon an jeder Ecke. Das ist 1. ganz ehrlich und 2. sehr konstruktiv gemeint.

Grenzen Sie sich erlebbar ab. Schaffen Sie erlebbaren Nutzen für Ihre Mitglieder, sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeitenden stolz darauf sind, was sie für ihre betreuten Unternehmer leisten und schaffen Sie so die Ursache für nachhaltigen Ertrag.

Es braucht dazu erst einmal den Willen und dann einen langen Atem. Der Rest ist inhaltlich einfach. Zu einfach? Eigentlich bräuchte man als Führungskraft nur anders fragen.

Statt zu fragen: *Was haben Sie denn verkauft?* oder *Was haben Sie denn abgeschlossen?*

Bräuchte man nur fragen: *Welchen Nutzen hat denn der Unternehmer aus Ihrem Gespräch gezogen?* oder *Was genau hat denn dem Unternehmer Ihre Lösungen für seine Ziele und seinen Antrieb gebracht?*

Danach bietet es sich an, zu fragen, mit welchen Produkten, Vorgehensweisen und Tipps der geschaffene Nutzen zu Stande gekommen ist. Zu operativ? Zu einfach?

Ja. Dahinter liegt eine Änderung der Denkhaltung, die den Förderauftrag aktuell neu interpretiert und Mitglieder, Mitarbeiter und Führung konsequent mit einbezieht. Inklusiv der Aufsichtsräte.

Eine solche KulturVeränderung will gut durchdacht und sensibel umgesetzt sein. Wenn Sie mögen, machen wir gemeinsam Ihre Beratung zum erlebbaren Beitrag für Mitglieder, Kunden und Mitarbeiter.

Einen möglichen Weg habe ich vor einiger Zeit im GenoGraph beschrieben:

Von der VertriebsBank zur FörderBank - vorwärts zu den Wurzeln. Kommen Sie einfach zu einem der EntscheiderWorkshops und schaffen Sie sich Ihre Entscheidungsgrundlage.

brand eins-Artikel *Zurück in die Zukunft*:
<http://www.brandeins.de/archiv/2015/handel/coop-italien-zurueck-in-die-zukunft/>

GenoGraph-Artikel *Von der VertriebsBank zur FörderBank* im Download-Bereich
<http://www.genossenschaftliche-beratung-fuer-firmenkunden.de>

Aktueller Buchtipp

Echte Gefühle – Kaufen lassen statt verkaufen müssen

6



Manchmal staunen Trainer nicht schlecht. Dieses nette Buch fiel mir vor einigen Wochen in die Hände. Der Untertitel kam mir doch irgendwie sehr vertraut vor.

Natürlich habe ich es gleich gelesen. Es bestätigt auf mehr theoretischer Ebene, was wir seit Jahren ganz praktisch trainieren.

Es beginnt mit dem bekannten Zitat von Steve Jobs:

„The only way to do great work is to love what you do. If you haven't found it yet, keep looking. Don't settle. As with all matters of the heart, you'll know when you find it.“

Frei übersetzt:

„Der einzige Weg um großartige Arbeit zu leisten, ist zu lieben, was man macht. Wenn ihr es bis jetzt noch nicht gefunden habt, sucht weiter danach. Gebt nicht auf. Denn wie bei allen Herzensangelegenheiten werdet ihr es wissen, sobald ihr es findet.“

Das passt wieder genau zur notwendigen Kultur- und WerteWelt, die wir mit Leben erfüllen sollten, um uns erlebbar vom Wettbewerb zu differenzieren.

1. Auflage. 2014. 178 Seiten. Broschur.

978-3864686412 Preis 29,90€

Bestellbar unter: <http://www.amazon.de/Echte-Gefuehle-Kaufen-lassen-verkaufen/dp/3864686415>

Gut beraten. Besser beraten. Genossenschaftlich beraten.

Modular, einfach und ertragsoptimiert für Unternehmer, Bank und Verbund

Die Idee, auch Firmenkunden im Sinne der Genossenschaftlichen Beratung auf Basis der heutigen (technischen) Möglichkeiten zu beraten, habe ich pilotiert, in der BankenPraxis getestet, in ExpertenZirkeln mit Entscheidern aus Banken und Verbund diskutiert, weiter optimiert und nach und nach serienreif gemacht.

Dabei waren einige Kriterien wichtig:

Nummer 1 in der MitarbeiterIdentifikation / für Berater:

es musste einfach und leicht zu handhaben sein, maximal 2 Seiten Papier, strukturiert, aber gleichzeitig frei gestaltbar, im Gespräch ein freier Dialog, in der Technik sauber abbildbar. Spickzettel, die helfen aber nicht einschränken. Die Berater müssen es für sich (mit-)gestalten können, um es zu ihrem System zu machen.

Nummer 1 in der Kundenzufriedenheit / für Unternehmer:

es muss nutzenorientiert an Ihren Zielen, an Ihrem Antrieb und den aktuellen und späteren Vorhaben ausgerichtet sein und sich deutlich erlebbar von den Verhören im „Haben Sie sich schon Gedanken gemacht...“, und wenn ja welche...“-Stil unterscheiden. In normaler UnternehmerSprache.

Ausrichtung auf nachhaltigen Ertrag / für Bank und Verbund:

ErtragsPotentiale aus mehr Volumen, stabilen Margen, weniger Risiken, Cross-Selling und Zahlungsverkehr müssen gezielt hebbbar sein. Beginnend mit der Ausweitung des Bringgeschäfts sind alle Gesprächsanlässe systematisch als Einstieg in eine modulare, ganzheitliche Beratung nutzbar. Jedes BeratungsThema ist einzeln beratbar. Es gibt nutzen- und ertragsoptimierte Lösungen für alle relevanten FinanzierungsAnlässe und für jedes BeratungsThema.

Die BeratungsThemen des neuen VR-Finanzhauses sind systematisch aus 1. KundenNutzensicht und 2. Ertragsicht aufbereitet.

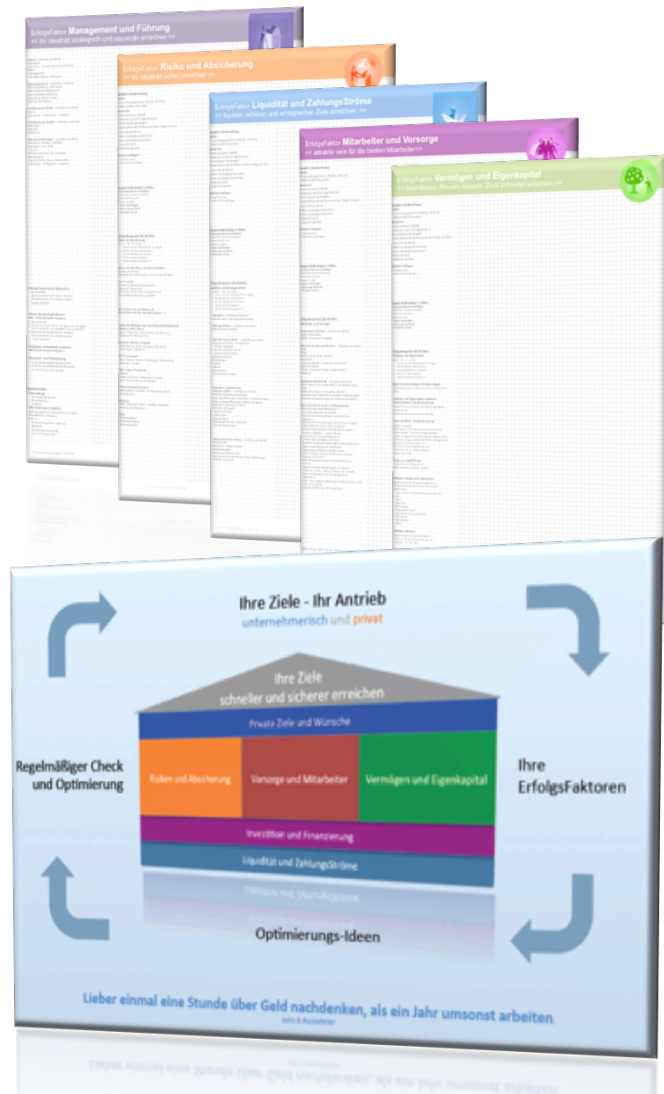
Erlebbarer Förderauftrag, einfache, modulare Vorgehensweise, umsetzbar in Papier, *agree* und *MinD.banker*.

Wie das genau funktioniert?

Kommen Sie zu einem der EntscheiderWorkshops oder laden Sie uns zu einem Workshop zu sich in die Bank ein. Die Zeit ist reif. Der Markt wartet nicht.

Erste Ideen bekommen Sie hier:

<https://www.genossenschaftliche-beratung-fuer-Firmenkunden.de>



Warum oder Wozu?

Kleines Detail mit großer Wirkung

Die Frage nach WARUM fragt nach einer Begründung in der Vergangenheit. Die Frage nach WOZU schaut nach dem Zweck in der Zukunft. Das macht auch immer in den Unternehmergesprächen Sinn. Gerade die Frage nach dem Antrieb bekommt mit WOZU deutlich mehr Drive.

In der aktuellen Wechselsituation von der SHT zu BMS fragen mich viele WARUM und manche WOZU?

Meine ganz persönliche Antwort zum Warum:

Dinge entwickeln sich über Zeit manchmal auseinander. Da hatte ich die berühmte Wahl: Love it, change it or leave it.

Meine ganz persönliche Antwort zum Wozu:

Es sind 10-15 Jahre, die ich als Trainer gut noch aktiv sein kann. Mein Steckenpferd ist schon immer das Firmenkundengeschäft. Die Frage ist: Wo würde meine Spezialisierung auf Dauer am wirksamsten sein? Die Antwort: Dort wo andere sich auch auf das FirmenkundenGeschäft konzentriert haben. Bei der BMS Gruppe.

- Kooperativ habe ich schon seit 2005 mit der BMS Consulting zusammengearbeitet. Es gab schon immer eine MinD.banker Version, die die „Kaufen lassen statt verkaufen müssen“-Vorgehensweise umgesetzt hat.
- Die Gründung der BMS Training-und Coaching war ein konsequenter Schritt, um den Nutzen für die dauerhafte Umsetzung von Betreuungs-Systemen zu erhöhen.
- Die BMS Gruppe ist deutschlandweit der größte Beratungsspezialist für die genossenschaftliche Firmenkundenbank.
- Die BMS Gruppe hat z.B. auch das aktuelle Marktbearbeitungskonzept Firmenkunden für den BVR oder ProFi-ZV für die Zentralbanken entwickelt . Da ist es auf Dauer gut, bei den aktiven Gestaltern dabei zu sein.
- Technik und Training in Synergie und doch inhaltlich getrennt macht Sinn. Die Consulter machen die Strukturen. Die Trainer füllen sie gemeinsam mit den Beratern mit Leben.
So kann sich jeder auf seine Stärken konzentrieren.
Meine Stärke als Trainer und Coach ist die Umsetzung in der Praxis.
- In Summe kann ich in der neuen Konstellation bei der BMS Training und Coaching mehr Nutzen stiften. Mehr Nutzen für Unternehmer, Banken und Verbund ... Und mich selbst.
- Die Prozesskette ist viel stringenter:
Von der Strategie zur Struktur - Von der Struktur zur Kultur - Von der Kultur zur Umsetzung.



BMS Unternehmensgruppe

Das KompetenzCenter Firmenkunden für Volksbanken und Raiffeisenbanken.



...der zentralen Projekte zum Firmenkundengeschäft in der genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Volksbanken hat die BMS Unternehmensgruppe in den letzten Jahren begleitet.

über **200**



...Volks- und Volksbanken unterschiedlicher Größe vertrauen auf die Leistungsfähigkeit der BMS Unternehmensgruppe.

mehr als **100**



...Mitarbeiter überlegen täglich, wie das Firmenkundengeschäft erfolgreicher werden kann.

Einladung zur Kooperation:

Club of Rome und regionale GenoBank

Aus einem Gespräch mit Max Schön ergab sich diese Kooperations-Einladung.

Hintergrund:

Max Schön war jahrelang Vorsitzender der Umweltkommission des BJU (Bundesverband Junger Unternehmer) – seit 1985 kennen wir uns von dort – nach dem Vorsitz des BJU dann Vorsitzender Verbands der Familienunternehmer (ASU). Seit vielen Jahren ist er Präsident des Deutschen *Club of Rome* und immer engagiert für eine nachhaltige ökologische Wirtschaft.

Idee:

„Global denken, lokal handeln“ – Die Idee der *Club of Rome* Schulen ist es, Kindern frühzeitig verantwortungsvolles, nachhaltiges Denken und Handeln zu vermitteln, globales Verantwortungsbewusstsein und die individuellen Talente jedes Kindes zu fördern.

Der *Club of Rome* wurde 1968 als internationale „Denkfabrik“ gegründet. Unter seiner zukunftsweisenden Botschaft: „Grenzen des Wachstums, aber keine Grenzen für das Lernen!“ haben sich seit 2004 16 Schulen mit ca. 12 000 Schülern in unterschiedlichen Schulformen in ganz Deutschland zum *Club of Rome* Schulnetzwerk zusammengeschlossen.

Seit 2012 besteht eine Netzwerkpartnerschaft mit der deutschen Genossenschafts-Hypothekenbank DG HYP. Diese Partnerschaft ermöglicht es, das Netzwerk auf weitere Genossenschaften ausweiten.

„Global denken, lokal handeln“. In der Partnerschaft können sich Genossenschaftsbanken noch deutlicher verantwortlich positionieren und so wertvolle Impulse für Ihre Mitglieder und Kunden setzen. Vor allem bei Jugendlichen und ihren Eltern.

Zahlreiche Projekte zu Themen der Nachhaltigkeit, zu Fragen zum Leben in der Zukunft, zur Weltwirtschaft, zu erneuerbaren Energien, zur sozialen Gerechtigkeit oder zu globalen Zusammenhängen und deren Hintergründen werden in den *Club of Rome* Schulen gemeinsam mit den regionalen GenoBanken umgesetzt.

Auf den jährlichen Netzwerkkonferenzen und bei kleineren Projektgruppentreffen werden Praxiserfahrungen ausgetauscht und neue Lehrformate und Themenschwerpunkte entwickelt.

Bildungspartnerschaften mit dem *Club of Rome* Schulnetzwerk. Das *Club of Rome* Schulnetzwerk ist zunehmend eng verbunden mit der genossenschaftlichen Idee, eine Herausforderung gemeinschaftlich praktisch anzupacken und zu lösen. Genossenschaftliches Denken ist eine nachhaltige Alternative zum klassischen Denken und herkömmlichen Handeln. Zum Beispiel Schülern die Maxime „gemeinsam Ziele zu erreichen“ aufzuzeigen, ohne unbedingte Profitmaximierung und anhaltenden Leistungsdruck, ist eine wertvolle Option.

Man kann nicht in die Zukunft schauen, aber man kann den Grund für etwas Zukünftiges legen - denn Zukunft kann man bauen. (Antoine de Saint-Exupéry, frz. Flieger u. Schriftsteller)

Wenn Sie die Einladung, Bildungspartner zu werden annehmen und sich informieren möchten, wenden Sie sich einfach direkt an:

Eiken Prinz, Projektkoordinatorin, *Club of Rome* Schulen

Rosenstraße 2, 20095 Hamburg, E-Mail: prinz@clubofrome.de, Phone: +49 40 81 96 07 15



InfoCoupon / Anmeldung

per Telefax an (0211) 30 21 27 – 09

Entscheider Workshop - Von der VertriebsBank zur FörderBank

- ✓ §1 mit NutzenOrientierter Führungskultur neu belebt
- ✓ erlebbare und rechenbare Differenzierung im Markt

Teilnehmer: Vorstände, Leiter und Teamleiter der FirmenkundenBank
Trainer: Ulrich Zimmermann und Martin Behrens

Termine und Orte: Raum Hannover 14. Oktober 2015
 Raum Stuttgart 16. Oktober 2015

Zeiten: 09.00-17.00 Uhr
Kostenbeitrag: 300€ + MwSt. für 1-2 Teilnehmer aus einer Bank

Anmeldung von: Vorname _____ Name _____ Funktion _____

Informationsgespräch in unserer Bank mit: _____



Entscheider Workshop - Genossenschaftliche Beratung für Firmenkunden

- ✓ Modulare Beratung – einfach, pragmatisch, sofort umsetzbar – mit Papier, agree, MinD.banker
- ✓ Bringgeschäft erweitern
- ✓ Holgeschäft aktivieren
- ✓ erlebbare und rechenbare Differenzierung im Markt

Teilnehmer: Vorstände, Leiter und Teamleiter der FirmenkundenBank
Trainer: Ulrich Zimmermann und Markus Lange/Martin Behrens

Termine und Orte: Raum Hannover 5. Oktober 2015
 Raum Stuttgart 12. Oktober 2015

Zeiten: 09.00-17.00 Uhr
Kostenbeitrag: 300€ + MwSt. für 1-2 Teilnehmer aus einer Bank

Anmeldung von: Vorname _____ Name _____ Funktion _____

Informationsgespräch in unserer Bank mit: _____



Stempel / Unterschrift

Meine Trainings-Philosophie:

***Um dauerhaft den Ertrag zu steigern,
muss man „nur“ konsequent SINNVOLL
den Nutzen für seine Kunden erhöhen***

Ulrich Zimmermann



Ulrich Zimmermann

Trainer und Coach

Kaiserbacher Mühle
76889 Klingenstein

Telefon 06349 99 01 63

Telefax 06349 99 01 66

Mobil 0160 475 33 96

u.zimmermann@bms-tc.de

BMS Training & Coaching GmbH

Bahnstraße 16
40212 Düsseldorf

Telefon 0211 30 21 27 – 00

Telefax 0211 30 21 27 – 09

www.bms-tc.de

info@bms-tc.de