



Einführung Videoberatung Strategien | Kommunikation | Prozesse





Einführung Videoberatung

Videoservices - Ein Spielzeug für technische Nerds* oder ein ernstzunehmender Vertriebsweg?

Seit einigen Jahren investieren Netzbetreiber, Telekommunikationsanbieter und Telefon- und Computerhersteller Milliarden € in den Ausbau der breitbandigen Netze, die Ausweitung der Mobilfunknetze und in die Entwicklung neuer Geräte und technischer Komponenten. Und hier geht es nicht nur um den Absatz von Online-Computerspielen und Video on Demand. Wer die Entwicklungen genau verfolgt, wird erkennen, dass bereits heute kein Smartphone, kein Notebook, kein Tablet und kein großformatiger TV-Schirm ohne fest verbaute Videokamera im Frontbereich auf den Markt gebracht werden.

Die Anbieter von Kommunikationstechnologien und die Netzbetreiber bereiten sich auf grundlegende und gravierende Veränderungen der Kommunikationswege vor. Kommunikationsexperten gehen davon aus, dass über kurz oder lang die Telefonie durch die Videofonie ersetzt wird. Warum? Die Erklärung ist relativ simpel: Alles was dazu dient, die Verständigung zwischen Menschen zu verbessern, wird sich durchsetzen. Und wenn wir in die Historie der Kommunikation schauen, dann kann man das sehr gut an der Entwicklung des Postsystems, der Telegraphie und der Telefonie nachvollziehen.

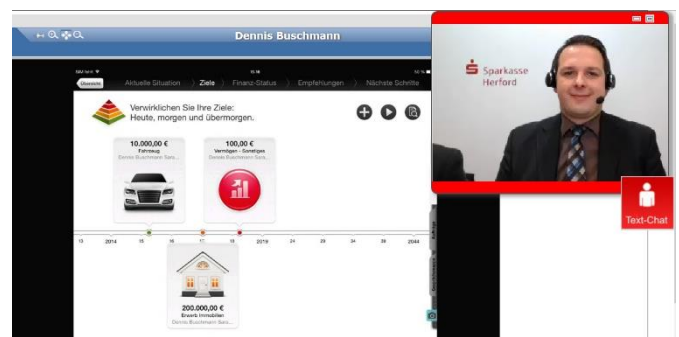


Videoservices - Die Unterschiede zum stationären Vertrieb

Nun ja... man könnte meinen, es gibt keine großen Unterschiede zwischen dem stationären Vertrieb und den damit verbundenen Kundenkontakten oder aber auch zwischen den Telefonservices und den Videoservices. Eine intensivere Beschäftigung mit dem Medium macht allerdings sehr schnell deutlich, wo die besonderen Herausforderungen liegen und wie Mitarbeiter auf diesen neuen Vertriebsweg vorbereitet werden müssen.

„Na gut... dann ersetzen wir eben die Telefonie durch die Videofonie. Da kommt dann halt nur das Bild dazu! Oder?“

Ja - könnte man meinen. Doch ein genauer Blick auf diese Technologie und die damit verbundenen Möglichkeiten macht sehr schnell klar, dass hier deutlich mehr Veränderung auf uns zukommt. Und diese Veränderung macht diese technische Innovation insbesondere aus vertrieblicher Sicht besonders spannend und interessant.



***Nerd** (engl. für Langweiler, Sonderling, Streber, Außenseiter, Schwachkopf, Fachidiot) ist ein gesellschaftliches Stereotyp, das besonders für in Computer oder andere Bereiche aus Wissenschaft und Technik vertiefte Menschen steht. Manchmal wird auch ein überdurchschnittlicher Intelligenzquotient (IQ) als begleitende Eigenschaft genannt. Am häufigsten sind Computerenthusiasten gemeint. Während der Begriff ursprünglich negativ, insbesondere im Sinne von sozialer Isolation, besetzt war, hat er sich in Internetcommunities und unter Computerspielern und -freaks zu einer selbstironischen Eigenbezeichnung gewandelt.



Einführung Videoberatung

Blick über den Tellerrand | Videoberatung ist mehr als nur „skypen“

Nur ein Videobild zusätzlich zum Telefonsignal dem Kunden zu übermitteln, bringt noch keinen Mehrwert für unsere Unternehmen und nur zusätzliche Kosten. Nein: Neben der Übermittlung des Videobildes ist es mit dieser Technik auch möglich, weitere Informationen auf den Bildschirm des Kunden zu übertragen.

- ▶ Das kann ein kurzes Video sein, das z.B. die Auswirkungen der Bevölkerungsentwicklung auf die Rentensituation zeigt.
- ▶ Das kann ein Chart sein, der die Zinsentwicklung für Baufinanzierungen mit zehnjähriger Festschreibung anschaulich dokumentiert.
- ▶ Das kann eine Skizze sein, die der Berater zeitgleich auf einem kleinen Grafik Tablet zur Veranschaulichung seiner Argumentation anfertigt.
- ▶ Und das kann auch der Vertragsvordruck sein, den der Kundenberater am Bildschirm online gemeinsam mit dem Kunden ausfüllt, um den Vertragsabschluss in Echtzeit zu machen.



Diese Beispiele zeigen, dass diese technische Innovation ein gewaltiges vertriebliches Potenzial birgt.

Warum sollen unsere Kunden das tun? Das wird doch noch Jahrzehnte dauern, bis das in unseren Alltag Einzug hält!

Natürlich wird die Zahl der Kunden, die diesen Vertriebsweg nutzen will, nicht von einem auf den anderen Tag sprunghaft steigen. Natürlich wird die Geschäftsstelle als stationäre Vertriebseinheit auch in 10 Jahren noch die zentrale Bedeutung für die Sparkasse haben. Doch wenn wir uns die technischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte anschauen, werden wir feststellen, dass die Markteinführungszyklen immer kürzer werden. Das Mobiltelefon hat ca. 10 Jahre gebraucht, um vom technischen Spielzeug für Geschäftsleute zum Standard für Jedermann zu werden. Die SMS hat sechs Jahre gebraucht, um sich weltweit durchzusetzen. Online Banking brauchte fünf Jahre für den Weg aus der Nische zum unverzichtbaren Werkzeug für den Kunden. Die sozialen Netzwerke gerade mal drei Jahre, um ein ernstzunehmender Kommunikationskanal zu werden.

Vor dem Hintergrund der Milliardenbeträge, die von der Wirtschaft in diese Systeme gepumpt werden, bin ich mir darüber hinaus sicher, dass die jetzt folgenden Werbemaßnahmen den Verbrauchern klar machen werden, dass diese Technologie unbedingt benötigt wird.

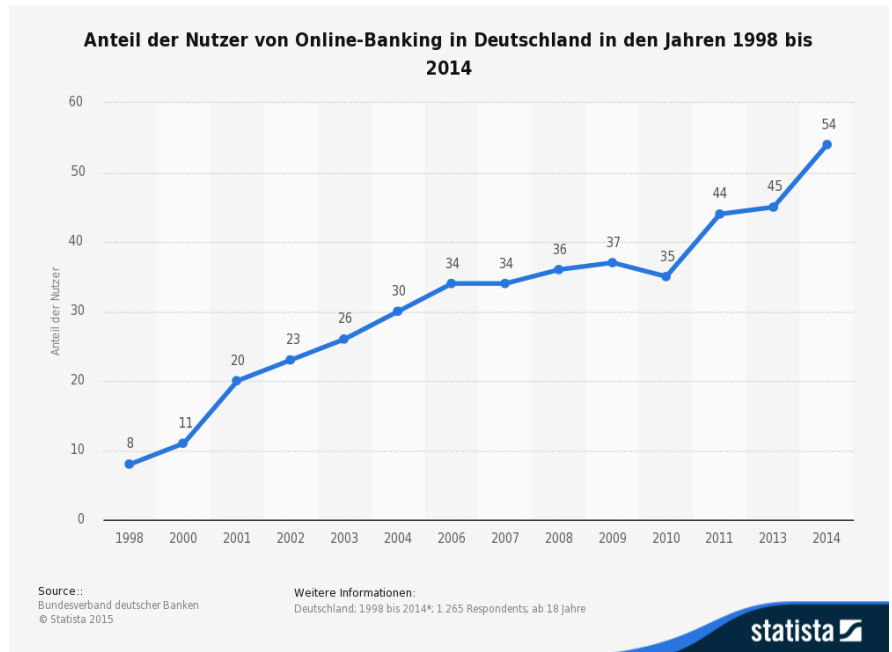


Einführung Videoberatung

In den nächsten Jahren wird diese Zielgruppe aber noch sehr klein sein. Lohnt sich da die Investition?

Wir gehen davon aus, dass der Anteil der technikaffinen Kunden, die einem solchen Kommunikationsweg aufgeschlossen gegenüber stehen, in den nächsten Jahren deutlich steigen wird. In erster Linie stehen hier die Kunden im Fokus, die ohnehin schon online den Service einer Sparkasse nutzen.

Schon heute nutzen 54 % der Bevölkerung den Computer, um Bankgeschäfte zu tätigen. Dieser Anteil wird in den nächsten Jahren durch die verstärkte Nutzung von Tablets und Smartphones weiter steigen.



Wenn wir an dieser Stelle voraussetzen, dass Kunden, die online banking nutzen, auch zu einem großen Teil affin für eine Onlineberatung sind, dann haben wir hier ein geschätztes Marktpotential von rund 20 Millionen Bundesbürgern deutschlandweit.

Selbst wenn nur die Hälfte Ihrer Onlinebanking-Kunden von Ihnen als lohnenswerte Zielgruppe betrachtet wird, ist das eine lohnende Investition und eine interessante Zielgruppengröße.

Die Situationsbeschreibung und die sich bereits heute abzeichnenden Entwicklungen machen deutlich, dass es zwingend notwendig ist, sich intensiv mit den Konsequenzen der Einführung dieser Technologie auseinander zu setzen.



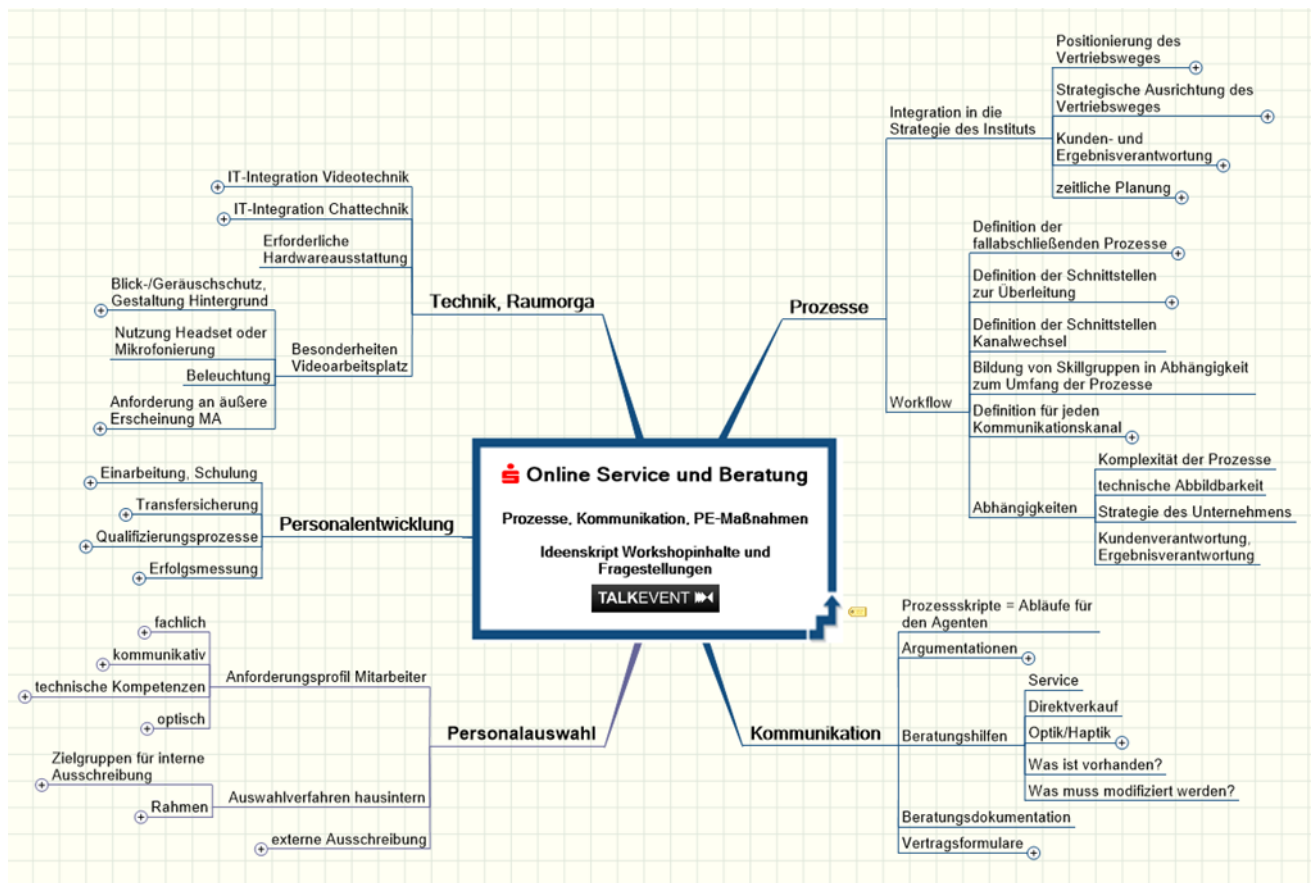
Einführung Videoberatung | Strategie

Projektworkshop „Einführung Videoberatung“

Ein erster Schritt ist dabei die Klärung der Frage, an welcher Stelle im Vertriebsmix und mit welcher Zielsetzung die Vertriebsseinheit positioniert wird. Dieser erste Schritt sollte frühzeitig, ca. ein halbes Jahr vor dem Praxisstart erfolgen.



In einem oder mehreren themenzentrierten Workshops werden dabei alle Aspekte der Einführung der Videoberatung in Kombination mit dem Textchatkanal beleuchtet. Die Komplexität des Themas und der Bereiche macht die MindMap deutlich:





Einführung Videoberatung | Strategie

Ziele der Workshops:

- ▶ **Transparenz für die Unternehmensleitung schaffen:**
 - Welche Möglichkeiten bietet das Medium?
 - S-Finanzkonzept in der Videoberatung | Ja, das funktioniert!
 - Tools in der Videoberatung | Kamera, Screensharing, Desktopsharing, Co-Browsing, Grafiktablet, Chatfenster
 - Marktüberblick: Welche Strategien verfolgen die Mitbewerber?
 - Welche Entwicklungen werden in den nächsten Jahren erwartet?
- ▶ **Festlegung der Optionen für die Umsetzung**
 - Videoserviceberatung
 - Videoberatung und -betreuung
 - Expertenzuschaltung
- ▶ **Definition der Unternehmensziele, die mit der Einführung erreicht werden sollen**
- ▶ **Abgrenzung/Schnittstellen zur Beratung im stationären Vertrieb und zu den Telefonservices**
- ▶ **Klarheit zur Positionierung des Vertriebsweges im Vertriebsmix des Institutes**
- ▶ **Klarheit für die Vertriebssteuerung bei der Zuordnung der Prozesse zu den einzelnen Vertriebswegen**
- ▶ **Definition der Schnittstellen zum Backoffice**
- ▶ **Grundlagen für die Prozessgestaltung in den Beratungs- und Servicesituationen**
 - Abschied vom Freestyle - Prozessorientierung als Maxime
 - Formaler und inhaltlicher Rahmen für ein Prozesshandbuch
 - Zeitplanung für die Bereitstellung der Prozesse und Medien
- ▶ **Erarbeitung erster Grundlagen für die Gestaltung der Hilfen und Medien im Kundenkontakt**
 - Verständlich im Videodialog - Anforderung an die Mediengestaltung
 - Welche Dokumente, Charts, Textbausteine und Medien müssen zur Verfügung gestellt werden? - Basis sind die definierten Prozess
 - Abschließende Definition der Anforderungen an die Mediengestaltung
- ▶ **Erarbeitung erster Ansätze für die innerbetriebliche Kommunikation: Transparenz für den Mitarbeiter - Was wird von mir erwartet?**
- ▶ **Vorbereitung der Einführungsphase vor dem Hintergrund der technischen, räumlichen, kommunikativen und methodischen Anforderungen**



Umfang:

Der zeitliche Umfang an Beratertagen richtet sich nach den im Haus vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen.

Ich empfehle Ihnen für den Start des Projektes einen halbtägigen Workshop mit der Unternehmensleitung und den Projektverantwortlichen (ca. ein halbes Jahr vor Markteinführung).

In diesem Workshop gebe ich Ihnen einen Überblick zu den Möglichkeiten des Mediums und zur Marktsituation (die ersten drei Punkte. In der sich anschließenden Diskussion werden die weitere Vorgehensweise und der Umfang der Beratungsdienstleistungen meines Unternehmens mit Ihnen festgelegt.



Einführung Videoberatung | Umsetzung

Motivation und Einstellung

Viele Mitarbeiter sind in den vergangenen Jahren aus den Vertrieb in den Telefonservice gewechselt, weil sie dem Vertriebsdruck in den Filialen ausgewichen sind. Die Motivation vieler dieser Mitarbeiter ist es, Kunden zu helfen und sie bei Problemen zu unterstützen. Eine aktive Ansprache des Kunden, verbunden mit individuellen Zielen für den Verkauf wird in vielen Fällen eher zurückhaltend begegnet.



Verkäuferisches Verhalten

Videoservices werden von Unternehmen in erster Linie eingeführt, damit das Unternehmen mehr von seinen Produkten und Dienstleistungen verkauft. Der aktive Verkauf und die Beratung stehen im Vordergrund. Dabei bieten die Videoservices in Verbindung mit dem Co-Browsing gerade hier viele Ansatzpunkte, einen Verkaufsprozess mit dem Kunden zu initiieren. Das Erkennen dieser Ansätze, die aktive Ansprache des Kunden und der zielorientierte und sichere Fallabschluss stehen dabei im Vordergrund.

Sicherheit im Umgang mit den Prozessen und der Technik

In einem persönlichen Gespräch in der Filiale habe ich vielfältige Möglichkeiten, dem Kunden etwas zu zeigen. Am Telefon bin ich als Servicemitarbeiter alleine reduziert auf meine Sprache und Kommunikationsfähigkeit. Im Videoservice mit der Option des Cobrowsings kommt eine technische, methodische und im starken Maße prozessorientierte Komponente hinzu. Ich muss als Berater nunmehr über ein weiteres und neues Medium mit dem Kunden kommunizieren. Ich kann ihm etwas zeigen und anhand von Medien erläutern. Ich kann gemeinsam mit ihm den Verkaufsprozess anhand eines auf beiden Seiten des Bildschirms angezeigten Vordrucks durchgehen. Kurzum, die Prozesse und die Technik müssen sicher beherrscht werden, damit mich der Kunden als professionellen Gesprächspartner akzeptiert.

Optional: Unterstützung beim Personalauswahlverfahren | Der Multitaskingfähige Videoberater

Die bisherigen Ausführungen machen deutlich, dass nicht jeder Mitarbeiter für die Videoserviceberatung, die Videoberatung und -betreuung oder die Expertenzuschaltung geeignet ist. Auf Basis meiner Erfahrungen bei Personalauswahlverfahren für Mitarbeiter im Servicecenter und für Privat- und Individualkundenbetreuer und der Anforderungsprofile für die Videoberater wird derzeit ein Personalentwicklungsseminar für den Bereich Videoservices erarbeitet.



Einführung Videoberatung | Umsetzung

Vorgehensweise bei den Prozess- und Kommunikationstrainings

Die Gestaltung und Ausrichtung der Inhalte des Kommunikationstrainings ist in erster Linie von den Prozessen abhängig. Darüber hinaus spielt die Vorerfahrung und bereits absolvierte Trainings der Teilnehmer bei der Zusammenstellung der Inhalte eine Rolle. Vor diesem Hintergrund können die Inhalte der Kommunikationstrainings erst nach den Workshops zu den Prozessen und nach einer Trainingsbedarfsermittlung abschließend festgelegt werden.



Methoden | Reduzierte Theorie | Fokus auf die Praxis

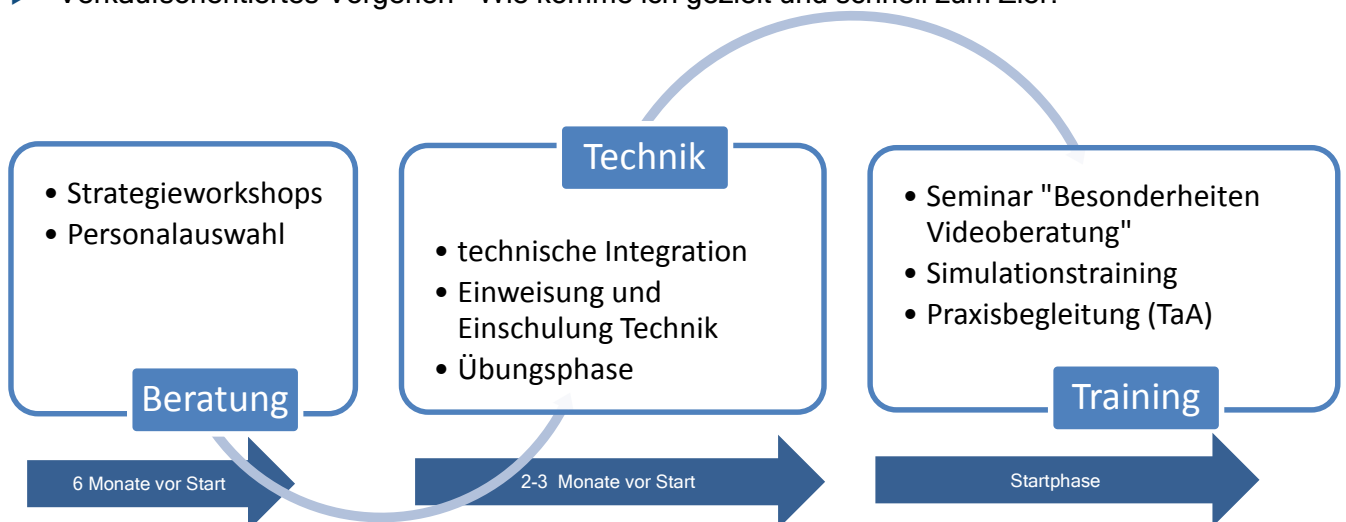


In der Regel werden die Mitarbeiter bereits Vorkenntnisse mitbringen. Darüber hinaus ist nur durch die Vermittlung von Wissen noch kein Mitarbeiter ins Handeln gekommen. Die besondere Herausforderung besteht in der sicheren Bewältigung der Situationen und Prozesse. Vor diesem Hintergrund wird bei den Kommunikationstrainings ein besonderer Schwerpunkt auf die Übung dieser Situationen gelegt. Rollenübungen, Fallstudien, Praxissimulationen und natürlich ein intensives Praxistraining sind dabei die Schwerpunkte.

Die Trainingsmaßnahmen zeichnen sich dabei durch deutlich reduzierte Theorieinhalte aus. In der Folge spielen die Simulationstrainings daher eine zentrale Rolle. Hier wird die Basis für einen kompetenten und überzeugenden Auftritt vor der Kamera gelegt. Der reine Theorieinput in Seminarform reduziert sich auf einen Seminartag. Hinzu kommt die rein technische Einschulung der Mitarbeiter am System.

Ziele der Kommunikationstrainings:

- ▶ Transparenz für den Agenten - Was wird von mir erwartet?
- ▶ Sicherheit im Umgang mit den Medien - Welche Hilfen kann ich wie einsetzen?
- ▶ Erste Sicherheit im Umgang mit den Prozessen - Schnittstellen zur Überleitung erkennen
- ▶ Verkaufsorientiertes Vorgehen - Wie komme ich gezielt und schnell zum Ziel?





Einführung Videoberatung | Umsetzung

Seminar „Besonderheiten der Videoberatung“

Mögliche Themen und Inhalte:

- ▶ Erfahrungen mit dem Telefon als Beratungsinstrument - Erfahrungen mit der Videotechnik als Beratungsmedium
- ▶ Visualisierte Diskussion und Einstieg: Was ist bei der Videoberatung eigentlich anders? - Unterschiede zur Beratungssituation in der Geschäftsstelle und am Telefon
- ▶ Meine Wirkungsmittel in der Videoberatung? Persönlich-Methodisch-Technisch
- ▶ Kundenerwartungen an mein Auftreten, die technische Kompetenz, die fachliche Kompetenz
- ▶ Was geht in der Videoberatung und welche Grenzen hat das Medium?
- ▶ Blick über den Zaun: Was wird in unserer Branche bereits praktiziert? Welche Entwicklungstendenzen gibt es?
- ▶ Agieren in der Beratung: Möglichkeiten und Grenzen des Multitaskings im Prozess
- ▶ Prozessgestaltung und Abläufe - Das Gespräch lenken und führen
- ▶ Visualisierungen und Einsatz von Medien - Wie zeige ich's meinem Kunden - Visualisierungen gekonnt einsetzen
- ▶ Körpersprache, Mimik und Gestik
- ▶ Gezielt zum Ende kommen - Abschluss Orientierung
- ▶ Umgang mit schwierigen Situation (hier nur: Technikausfall, Verbindungsprobleme, mangelnde technische Affinität auf Kundenseite)
- ▶ ...

Dauer: 1 Tag

Termin: Sobald die Techniks Schulungen durchgeführt wurden und erste Erfahrungen im Umgang gesammelt wurden

Termin ist abhängig von der technischen Umsetzung





Einführung Videoberatung | Umsetzung

Simulationstraining

Über Rollenübungen werden die Teilnehmer im Simulationstraining an die sichere Beherrschung der Prozesse heran geführt. Darüber hinaus erhalten sie die Gelegenheit, ihre Wirkung am Bildschirm anhand von Videomitschnitten zu reflektieren.



Vorgehensweise:

Eine Trainingsgruppe besteht aus 2 Mitarbeitern und dem Trainer. Zur Vorbereitung auf das Simulationstraining bereiten die Teilnehmer die Kundenrollen ca. 1 Woche vor dem Training schriftlich vor. Hierzu werden ein Vordruck und eine Musterbeschreibung zur Verfügung gestellt. Basis sind die im Vorfeld mit Priorität festgelegten Geschäftsvorfälle (siehe Projektworkshop Einführung Videoberatung).

Im Simulationstraining übernehmen die Teilnehmer wechselweise die Rollen des Kunden, des Beraters und des Beobachters. So besteht die Möglichkeit, Beraterverhalten aus unterschiedlichen Blickwinkeln wahrzunehmen und zu bewerten. Basis für die Rückmeldung zur Rollenübung ist ein strukturierter Beobachtungsbogen als Checkliste und das mündliche und schriftliche Feedback der Beteiligten und des Trainers. Die Rollenübungen werden mit dem Medium aufgezeichnet und z.T. fraktioniert besprochen.

Zwischen den einzelnen Intervallen des Simulationstrainings verschaffen sich die Mitarbeiter durch selbstverantwortlich durchgeführte weitere Übungen die notwendige Sicherheit. Hier sollen dann die Rückmeldungen und Hinweise aus den Feedbacks bis zum zweiten Intervall umgesetzt werden.

Dauer: für jede Trainingsgruppe: mindestens 2 x 0,5 Tage als Intervalltraining
Abstand zwischen den Intervallen ca. 2-4 Wochen

Termin: Unmittelbar nach dem Seminar „Besonderheiten der Videoberatung“

„family&friends“-Phase als Option

In dieser Trainingsphase zwischen den Intervallen ist es zielführend, die Vertriebsmitarbeiter des Hauses in einer „family&friends“-Phase in den Trainingsprozess einzubeziehen. Hierzu werden Terminvereinbarungen für simulierte Beratungssituationen mit den Mitarbeitern initiiert. Dadurch werden die Mitarbeiter des Hauses zu Sparringspartner gemacht.

Mit dieser Variante sind mindestens zwei gewichtige Vorteile verknüpft:

- ▶ Die hauseigenen Mitarbeiter lernen selber die neuen Beratungsmöglichkeiten kennen und können positive Erfahrungen an die eigene Kundschaft transportieren
- ▶ Die Übungs-/Trainingsphase für die Videoberater wird abwechslungsreicher und i.d.R. auch praxishäher gestaltet.



Einführung Videoberatung | Umsetzung

Praxisbegleitung zur Transfersicherung | TaA

Zielsetzung ist es, die Inhalte des Seminars, die Erfahrungen aus in der Vergangenheit absolvierten Kommunikations- und Verkaufstrainings und die Erkenntnisse des Simulationstrainings in die Praxis zu transferieren. Hierzu werden die Agenten/Berater in zwei Intervallen in der Praxis nach dem Start der Videoberatung vom Trainer über ein Training am Arbeitsplatz (TaA) begleitet. Die Dauer einer Sitzung beträgt ca. 2 Stunden, so dass an einem Trainingstag 4 Mitarbeiter in dem jeweiligen Intervall begleitet werden können.



Training

Wichtig: Zur Durchführung eines TaA's ist eine entsprechende Taktfrequenz mit Live-Videoberatungsgesprächen zwingend erforderlich. In der Regel kann ein TaA demnach nur durchgeführt werden, wenn gezielt Termine für Videoberatungen mit Kunden vereinbart werden. Aufgrund der bisherigen Erfahrungen kann ein TaA nicht effizient durchgeführt werden, wenn die Videoberatungen nur auf Initiative des Kunden und spontan zustande kommen.

Auch bei diesem Setting hat es sich bewährt, zwei Mitarbeiter zu jeweils einer Trainings-Kleingruppe zusammenzufassen. Dabei wechseln die Agenten/Berater während der dann halbtägigen Trainingssequenz zwischen der Rolle als Trainee und Beobachter.

Die Führungskraft wird über die Protokolle der Trainingsgespräche in den Prozess einbezogen. Darüber hinaus ist eine Teilnahme an dem Blitzlicht zum Abschluss der Trainingssequenz für die Kleingruppe hilfreich, da die FK im Anschluss an die Praxisbegleitungen die Fortführung der Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz übernehmen soll.



Dauer: für jeden Mitarbeiter ca. 2 (3) x 2 Stunden

Termine: 1. Intervall ca. 2 Wochen nach dem Simulationstraining,
2. Intervall ca. 2 Monate nach dem 1. Intervall



Einführung Videoberatung | Umsetzung

Trainerqualifizierung für die Führungskraft des Teams

Für die Führungskraft des Teams empfehle ich Ihnen eine Qualifizierung über die Ausbildung zum zertifizierten Vertriebsbegleiter an der Sparkassenakademie Nordrhein-Westfalen, die von meinem Unternehmen durchgeführt wird.

Im Rahmen dieser Ausbildung bieten wir auch nach Abschluss des Ausbildungsganges halbtägige Updates für den Trainer/Vertriebsbegleiter in Form einer Praxisbegleitung an. Diese Praxisbegleitung empfehlen wir mindestens einmal jährlich vorzunehmen, um einen nachhaltigen Trainingserfolg sicher zu stellen. Dieser Baustein ist nicht Bestandteil eines individuellen Angebotes und wird bei Buchung mit der Sparkassenakademie Nordrhein-Westfalen abgerechnet.

Ausblick

Das Thema „Videoberatung“ ist ein junges Thema, das seit ca. 6 Jahren von mir methodisch und didaktisch betreut und entwickelt wurde. Die Erfahrungen zeigen, dass die Inhalte der Seminare und auch die Vorgehensweisen im Simulationstraining und Praxisbegleitung sich permanent verändern. Und so wird das auch künftig sein.

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Sparkassenverlag in Stuttgart und den Gremien des DSGV werde ich in naher Zukunft einen Trainerleitfaden AV-Medien und ein WBT Videoberatung erarbeiten. Ergänzend werden einzelne Inhalte der Seminare und auch der Beratungsleistungen künftig als Webinar angeboten. Darüber hinaus bin ich bei der Weiterentwicklung der Medien, Vordrucke und der technischen Plattform eingebunden.



Einführung Videoberatung | Zusammenfassung

Schulungsangebot und Projektbegleitung durch GESSER.biz
 Angebotsskizze auf Basis von 4 zu schulenden Agenten

BS	Thema	Teilnehmer	TT	Termin
1	Beratungsworkshops "Einführung Videoberatung Strategie"	Vorstand Bereichsleiter Teamleiter	0,5 - 1,0	Erster WS 6 Monate vor Start
	Beratungsworkshops „Einführung Videoberatung Prozesse“	Im weiteren Verlauf 1-2 Videoberater 1-2 KB Vertrieb	?	
2	Seminar „Besonderheiten der Videoberatung“	4 Agenten 1 FK	1,0	Ca. 2-3 Wochen vor Start
3	Simulationstraining Rollenübungen, Transfersicherung	2 TN je Gruppe	1,0	1. Intervall unmittelbar nach BS 2
	2 Intervalle, 4 Agenten + FK = 2 Gruppen in zwei Intervallen mit jeweils halbtägiger Durchführung		1,0	2. Intervall nach 1 Woche
4	Praxisbegleitung zur Transfersicherung	4 Agenten 1 FK	1,0	1. Intervall 2 Wochen nach BS 3
	2 Intervalle, 4 Agenten + FK, je TN = 2 Stunden, 4 TN pro Trainingstag, 2 Intervalle		1,0	2. Intervall nach 2 Monaten
	Summe		6,0	

Beratungs- und Schulungstage für die technische Integration sind hier nicht berücksichtigt



Einführung Videoberatung | Zusammenfassung

Angebotsskizze auf Basis von 6 zu schulenden Agenten

BS	Thema	Teilnehmer	TT	Termin
1	Beratungsworkshops "Einführung Videoberatung Strategie"	Vorstand Bereichsleiter Teamleiter	0,5 - 1,0	Erster WS 6 Monate vor Start
	Beratungsworkshops „Einführung Videoberatung Prozesse“	Im weiteren Verlauf 1-2 Videoberater 1-2 KB Vertrieb	?	
2	Seminar „Besonderheiten der Videoberatung“	6 Agenten 1 FK	1,0	Ca. 2-3 Wochen vor Start
3	Simulationstraining Rollenübungen, Transfersicherung 2 Intervalle, 6 Agenten + FK = 3 Gruppen in zwei Intervallen mit jeweils halbtägiger Durchführung	2 TN je Gruppe	1,5	1. Intervall unmittelbar nach BS 2
			1,5	2. Intervall nach 1 Woche
4	Praxisbegleitung zur Transfersicherung 2 Intervalle, 6 Agenten + FK, je TN = 2 Stunden, 4 TN pro Trainingstag, 2 Intervalle	6 Agenten 1 FK	1,5	1. Intervall 2 Wochen nach BS 3
			1,5	2. Intervall nach 2 Monaten
	Summe		8,0	

Beratungs- und Schulungstage für die technische Integration sind hier nicht berücksichtigt



P reise

Tagessätze GESSER (Analysetage, Trainings, Workshops, Seminare)

1.-2. Tag	1.450 €/Tag
3.-5. Tag	1.400 €/Tag
6.-15. Tag	1.350 €/Tag
16.-30. Tag	1.300 €/Tag

Abendveranstaltungen, Halbtagesworkshops, halbtägige Begleitungen am Arbeitsplatz	730 €
Telefontraining, Analysegespräche, Praxisbegleitungen am Telefon	190 € pro Stunde

Nebenkosten GESSER.biz

Materialkosten/ergänzende Teilnehmerunterlagen Seminare - ohne Berechnung	
Konzeption des Trainings - ohne Berechnung	
Fotoprotokolle Workshop, 30 €/Veranstaltung - hier ohne Berechnung	
Broschüre „Ganz einfach erfolgreich telefonieren“, je TN	19,90 €

▶ Fahrtkosten PKW je km	0,58 €
▶ Bahn 1. Klasse	Bahntarif
▶ Flug Economy	Nach Beleg
▶ Andere Verkehrsmittel wie Bus/Taxi	Nach Beleg
▶ Erforderliche Übernachtungen für Trainer	Nach Beleg
▶ Ab 500 km Entfernung Vergütung Reisetag (nur wenn eine Anreise am Vortag erforderlich ist und keine Flugverbindung besteht)	300 €

Die aufgeführten Preise gelten zzgl. 19 % bzw. 7% Mehrwertsteuer



Ausbildungsgang Sparkassenakademie

Das Alternativangebot für die Qualifizierung einzelner Mitarbeiter Trainingsprogramm Videoberater/in (Videoberatung/Expertenzuschaltung)

In Zusammenarbeit mit der Sparkassenakademie NRW biete ich im Rahmen der Seminarreihe Callcenter den Ausbildungsgang zum Videoberater (Videoberatung/Expertenzuschaltung) an. Das Seminarangebot finden Sie auch im Fortbildungsprogramm der Sparkassenakademie NRW unter der Seminar-Nr. 06.90.

Die Ausbildung zum Videoberater qualifiziert für den anspruchsvollen Umgang mit der technischen Umgebung und bereitet auf die Veränderungen der Kundenkommunikation und der Verkaufsabläufe vor. Da sowohl die technischen Lösungen als auch die vertriebliche Integration und Zielsetzung in den einzelnen Sparkassen unterschiedlich ist, haben wir die Inhalte des Ausbildungsgangs in Bausteine aufgeteilt, die eine effiziente Umsetzung in den Unternehmen ermöglichen. So werden die Standards, die für alle Bereiche Relevanz haben in der Gruppe in Seminarform bearbeitet. Die individuellen Besonderheiten und die praktische Umsetzung erfolgt anschließend in den Instituten in der technischen Beratungsumgebung und vor dem Hintergrund der definierten Prozesse des Hauses.

- Zielgruppe:** Mitarbeiter/-innen, die für den Videochat, die Videoberatung oder die Expertenzuschaltung qualifiziert werden sollen.
- Ihr Nutzen:**
- Sie kennen die Unterschiede zu Beratungssituationen im stationären Vertrieb und können die Grenzen des Mediums einschätzen.
 - Sie entwickeln eine Sicherheit im Umgang mit der Technik, um eine professionelle Wirkung im Kundendialog zu erzeugen.
 - Sie können Ihre Wirkung vor der Kamera einschätzen und Ihre körpersprachlichen und rhetorischen Fähigkeiten dem Medium angemessen einsetzen.
 - Sie können mit schwierigen Situationen souverän umgehen.
 - Durch die Intervallform haben Sie Gelegenheit, die erworbenen Fähigkeiten in der Praxis zu erproben und damit den Transfer in die eigene Praxis sicherzustellen.
- Hinweis:** Die Module können aus methodischen Gründen nur zusammenhängend belegt werden. Teilnehmerzahl: 12
- Anmeldung:** Sandra Steil, Tel.: 0251 2104-728
Inhalte: Edmund Honermann, Tel.: 0251 2104-739
- Referent:** Peter Gesser, Die Trainings- und Coaching-Manufaktur; Geschäftsführer, Sparkassenbetriebswirt, zertifizierter DISG- und PERSOLOG-Verkaufstrainer sowie systemischer Business Coach mit langjährigen Vertriebs- und Trainingserfahrungen im Callcenter und in der Videoberatung.
- Termine:** 3.3.2016 - Trainingsmodul in Münster
 Simulationstraining vor Ort nach Absprache (ganztägig)
 4.7.2016 - Transfermodul in Münster
 Simulationstraining vor Ort nach Absprache (halbtägig)
- Dauer:** 3,5 Tage in Intervallform:
 - je 1 Tag Seminar/Workshop (Module 1 und 3),
 - 1,5 Tage Begleitung in der Praxis (Module 2 und 4)



Ausbildungsgang Sparkassenakademie

Modul 1: 3.3.2016 - Besonderheiten der Videoberatung

- Erfahrungen mit dem Telefon als Beratungsinstrument - Erfahrungen mit der Videotechnik als Beratungsmedium
- Blick über den Tellerrand:
 - Blick über den Zaun: Was wird bei Banken und Versicherungen bereits praktiziert? Welche Entwicklungstendenzen gibt es?
 - Lösungen in der Sparkassenorganisation → Informationsquellen
 - Einsatzszenarien: Videochat, Videoberatung, Expertenzuschaltung
 - Liveschaltung in eine Sparkasse mit Videoberatung - Demonstration
- Visualisierte Diskussion und Einstieg: Was ist bei der Videoberatung eigentlich anders? - Unterschiede zur Beratungssituation in der Geschäftsstelle und am Telefon
- Meine Wirkungsmittel in der Videoberatung? Persönlich-Methodisch-Technisch
- Kundenerwartungen an mein Auftreten, die technische Kompetenz, die fachliche Kompetenz
- Was geht in der Videoberatung und welche Grenzen hat das Medium?
- Agieren in der Beratung: Möglichkeiten und Grenzen des Multitaskings im Prozess
- Prozessgestaltung und Abläufe - Das Gespräch lenken und führen
- Visualisierungen und Einsatz von Medien - Wie zeige ich's meinem Kunden - Visualisierungen gekonnt einsetzen
- Körpersprache, Mimik und Gestik
- Arbeitsaufträge für das Modul 2 (z.B. Mediengestaltung, Prozessdefinitionen, technisches Grundwissen und Handling, Rollenbeschreibungen für Modul 2, organisatorische Vorbereitungen)

Modul 2: Termin nach Absprache - Simulationstraining (1 Tag je Teilnehmer)

Hinweis: Für die Durchführung der Simulationstrainings ist ein Sparringspartner erforderlich, der die Kundenrolle übernimmt (bei der Expertenzuschaltung sind zwei Partner notwendig). Nehmen zwei Teilnehmer aus einem Team an der Maßnahme teil, so werden die Rollen permanent gewechselt.

- Auftaktgespräch zum Umsetzungsstand im Haus unter Einbindung der Führungskraft
- Simulierung der Prozesse in der Videoberatungsumgebung auf Basis der in Ihrem Haus definierten Prozesse
- Videomitschnitt des Kundenbildschirms für das Feedbackgespräch
- Strukturiertes Feedback zum Videoberatungs-Prozess
- Klärung offener Fragen zum Umsetzungsprozess im Institut
- Vorbereitung Modul 3: Arbeitsaufträge für Videomitschnitte



Ausbildungsgang Sparkassenakademie

Modul 3: 4.7.2016 - Sicher in der Videoberatung

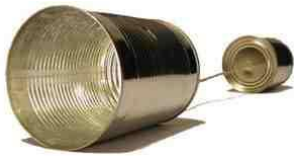
- Erfahrungsaustausch zu Prozessen und Medieneinsatz
- Blick auf die erste Praxisphase
- Analyse der Videosequenzen
- Gezielt zum Ende kommen - Abschluss Orientierung in der Videoberatung
- Komplexe Beratungssituationen vorbereiten
- Umgang mit schwierigen Situation (z.B.: Technikausfall, Verbindungsprobleme, mangelnde technische Affinität auf Kundenseite)
- Klärung persönlicher Fragestellungen
- Vorbereitung Modul 4

Modul 4: : Termin nach Absprache - Simulationstraining (1/2 Tag je Teilnehmer)

- Simulierung der Prozesse in der Videoberatungsumgebung auf Basis der in Ihrem Haus definierten Prozesse
- Videomitschnitt des Kundenbildschirms für das Feedbackgespräch
- Strukturiertes Feedback zum Videoberatungs-Prozess
- Schlussgespräch zum Umsetzungsstand und zum eigenen Entwicklungsprozess unter Einbindung der Führungskraft

Wir empfehlen eine Praxisbegleitung als Training am Arbeitsplatz bei Livegesprächen zur Transfersicherung.

Wichtig: Zur Durchführung eines TaA's ist eine entsprechende Taktfrequenz mit Live-Videoberatungsgesprächen zwingend erforderlich. In der Regel kann ein TaA demnach nur durchgeführt werden, wenn gezielt Termine für Videoberatungen mit Kunden vereinbart werden. Aufgrund der bisherigen Erfahrungen kann ein TaA nicht effizient durchgeführt werden, wenn die Videoberatungen nur auf Initiative des Kunden und spontan zustande kommen.



Kontakt

GESSER.biz -
Die Trainings- und Coaching-Manufaktur

Peter Gesser
Lucas-Cranach-Straße 29
45768 Marl

fon +49 2365 518104
fax +49 2365 518105
mobil +49 172 28 13368

peter.gesser@gesser.biz

www.gesser.biz
www.ganz-einfach.info
www.xing.com/profile/Peter_Gesser





Unternehmen GESSER.biz

Seit 1995 bin ich für nahezu 120 Unternehmen tätig gewesen. Viele dieser Unternehmen sind zwischenzeitlich durch Fusionen oder Umfirmierungen nicht mehr unter den "alten" Bezeichnungen am Markt aktiv. Ich habe daher den Überblick mit meinen Referenzen aus Gründen der Übersichtlichkeit gestrafft. An dieser Stelle sind die Unternehmen, für die ich in den letzten 10 Jahren tätig war, aufgeführt. Ich habe die Übersicht nach meinen Kernkompetenzen und weiteren Themenfeldern gegliedert. Einzelne Erfahrungsberichte zu durchgeführten Maßnahmen sind auch auf unseren Seiten im Internet unter www.gesser.biz unter der Rubrik "Unternehmen"/"Referenzen" zu finden.

Telefon-/Videoservices - Call-/Servicecenter

Sparkasse Berlin
 Sparkasse Celle
 Sparkasse Dortmund
 Sparkasse Essen
 Sparkasse Erwitte-Anröchte
 Sparkasse Emsland
 Sparkasse Freising
 Sparkasse Fürstfeldbruck
 Sparkasse Germersheim-Kandel
 Kreissparkasse Halle (Westf.)
 Sparkasse Hann. Münden
 Sparkasse Hannover
 Sparkasse Harburg-Buxtehude
 Sparkasse Herford
 Sparkasse Hilden-Ratingen-Velbert
 Sparkasse Höxter
 Sparkasse der Homburgischen Gemeinden
 Sparkasse Krefeld
 Sparkasse Landshut
 Sparkasse Lemgo
 Sparkasse Lippstadt
 Sparkasse Lüdenscheid
 Vereinigte Sparkassen im Märkischen Kreis
 Sparkasse Minden-Lübbecke
 Sparkasse Mittelthüringen
 Sparkasse Münsterland-Ost
 Sparkasse Neu-Ulm -Illertissen
 Sparkasse Schwerte
 Kreissparkasse Bitburg-Prüm
 Kreissparkasse Steinfurt
 Sparkasse Südholstein
 Sparkasse Trier
 Sparkasse Unna Kamen
 Sparkasse Vest Recklinghausen
 Sparkasse Waldeck-Frankenberg
 Verbandssparkasse Wesel
 Sparkasse Westmünsterland
 Sparkasse Wermelskirchen
 Sparkasse Wolfach
 Sparkasse Worms
 Sparkasse Zollernalb
 Mittelbrandenburgische Sparkasse
 1822direkt
 S International Rhein-Ruhr
 Finanz Informatik Münster
 LBS Saar
 LBS Nord Berlin-Hannover
 Weberbank Berlin
 Communigate
 Bayerncard Services; München BCS
 Tectum Neu: Aमेvida

Weitere Themengebiete wurden für folgende Unternehmen bearbeitet:

Sparkasse Arnsberg-Sundern
 Sparkasse Dinslaken-Voerde-Hünxe
 Sparkasse Zollernalbkreis
 LBS Saar
 Sparkasse Aschersleben-Staßfurt
 Sparkasse Chemnitz
 Förde Sparkasse
 Sparkasse Gladbeck
 Stadtsparkasse Gronau
 Sparkasse Göppingen
 Sparkasse Höxter
 Sparkasse Holstein
 Sparkassen im Märkischen Kreis
 Sparkasse Kreis Plön, ab 2008 Fördesparkasse
 Kreissparkasse Steinfurt
 Sparkasse Unna Kamen
 Sparkasse Werl
 Kreissparkasse Sangerhausen
 Vereinigte Sparkasse im Märkischen Kreis
 SaarLB
 Westfälische Provinzial Versicherungen
 Ostdeutsche Landesbausparkasse AG
 Bayerncard Services, München BCS

Albis Capital AG
 ABC-Privatkundenbank ab 2008 ready bank
 Autobank Österreich
 Berliner Bank
 Weberbank Berlin
 Bürgschaftsbank Schleswig Holstein
 Berner & Mattner Systemtechnik GmbH
 Bremen - Wach-und Ordnungsdienste GmbH
 Kreishandwerkerschaft Gelsenkirchen
 MindBusiness GmbH
 MindJet GmbH
 Randstad
 Johnson Control JCI
 Toyota Deutschland/Lexus Deutschland

Sparkassenakademie Münster
 Sparkassenverband Bayern
 Rheinische Sparkassenakademie
 Ostdeutsche Sparkassenakademie Potsdam
 Sparkassenakademie Kiel
 Deutscher Sparkassenverlag Stuttgart