

SPITZENLEISTUNGEN FÖRDERN

Motivierende Wertschätzung

Seit 2007 setzt die Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien auf den S-Klasse VertriebsClub Gold, um die besten Vertriebsmitarbeiter des Hauses zu motivieren und langfristig zu binden.

Wo es gilt, vertriebliche Mitarbeiterleistungen zu messen und zu fördern, gewinnen auch Incentivierungsmaßnahmen für Leistungsträger immer mehr an Bedeutung. Neben der gezielten Förderung geht es außerdem um eine langfristige Bindung der Top-Kräfte ans Institut.

Anreizsystem S-Klasse VertriebsClub Gold

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Sparkassen das nicht-monetäre Anreizsystem S-Klasse VertriebsClub Gold für die Besten im Vertrieb bewerten. Von rundum guten Erfahrungen sprechen sowohl Vorstand und Führungskräfte als auch das Personalmanagement der Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien. So hat die Sparkasse in den vergangenen drei Jahren alljährlich aus den Bereichen Individualkunden, Firmenkunden und Filialvertrieb bis zu 23 Top-Vertriebsmitarbeiter ausgewählt. Ein ganzes Jahr lang erfreut der S-Klasse VertriebsClub die Mitglieder mit kleinen und großen Überraschungen zu besonderen Anlässen. Die „Auserwählten“ erfahren Förderung durch Weiterbildung und exklusive Vorteile wie den ExtraService. Im Rahmen einer Mitarbeiterversammlung zeichnet der Vorstand die Besten aus, die neben einem Blumenstrauß einen Mitgliedsausweis im hochwertigen Lederetui erhalten – Aufmerksamkeiten, die den mit positiven Emotionen besetzten Sonderstatus der Mitglieder unterstreichen. Schon die wertigen Attribute „S-Klasse“ und „Gold“ im Clubnamen bringen laut Frank Hensel, Vorstandsmitglied Bereich Markt, die umfassende Wertschätzung zum Ausdruck, die den Mitgliedern für ihre herausragenden Leistungen zuteil wird.

Loyalitätsprogramm bietet Motivationsschub

Das Loyalisierungsprogramm für Mitarbeiter bietet die Mehrwert Service-

gesellschaft (MWSG), ein Unternehmen des Deutschen Sparkassenverbands und der ÖRAG Service, im Full-Service an: von der Konzeption über die Clubausstattung und Kommunikation bis zum Eventmanagement und zur Mitgliederbetreuung aus dem eigenen Servicecenter.

Welchen Stellenwert die mit dem Loyalisierungsprogramm verbundene Wertschätzung für die Mitglieder hat, schildert Kathrin Piela, Individualkundenberaterin bei der Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien: „Ich bin stolz auf das von mir Erreichte, und dass ich zum S-Klasse VertriebsClub Gold gehöre, motiviert mich, meine Leistung noch weiter zu steigern. Denn auch im kommenden Jahr will ich wieder zu den Besten gehören.“ Dass Kathrin Piela bereits zum dritten Mal Mitglied ist, spricht für die Attraktivität des VertriebsClub.

Aktuelle Studien bestätigen, dass die durch Auszeichnungen ausgedrückte Wertschätzung und der Wunsch, diese auch durch gute Leistung zu rechtfertigen, für einen Leistungsschub bei Mitarbeitern sorgen. „Die Vorteile der Clubmitgliedschaft sprechen sich herum. Und dies ist ein Ansporn für alle Mitarbeiter, ebenfalls Mitglied zu werden“, meint Anett Meißner, Bereich Personal der Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien. Auch die Führungskräfte der Sparkasse berichten von wertvollen Impulsen, die vom VertriebsClub ausgehen: „Sowohl die positive Grundeinstellung der Kollegen zu den Vertriebszielen als auch neue aus den Seminaren gewonnene Erkenntnisse wirken über den VertriebsClub hinaus“, weiß Anett Meißner, „denn davon profitieren die Mitglieder beruflich wie persönlich.“

Seminare sind Highlight

Die Seminare gehören zu den Highlights im Jahresprogramm, wobei die Themen von der Farb- und Stilberatung über „Kommunikation und Körpersprache“ bis hin zum „Verkaufen mit Humor“ reichen. Das kommt erfahrungsgemäß bei



Goldene Vorteile:
Mitgliedsausweis des
S-Klasse VertriebsClub Gold

den Mitgliedern sehr gut an, wird dabei doch die eigene Authentizität und Überzeugungskraft gestärkt, was sich im Kontakt mit den Kunden auszahlt. Bei der Auswahl und Organisation der Seminare wird die Sparkasse aktiv vom Clubmanagement der MWSG unterstützt: Sie koordiniert die Veranstaltung und bietet alljährlich spannende Themen mit versierten Referenten.

Umfassender Service der MWSG

Für Kathrin Piela zählt vor allem der ExtraService, den die MWSG über das eigene Servicecenter bereitstellt: „Eine tolle Sache, denn die Servicemitarbeiter kümmern sich um alles, ohne Zeitaufwand für mich. Neben ausgefallenen Geschenken organisieren sie auch persönliche Highlights.“ Auf diese Weise konnten die Mitarbeiter im Servicecenter der MWSG schon viele Wünsche der Clubmitglieder erfüllen: Ob Tickets für begehrte Sport- und Musikveranstaltungen, Reise- und Veranstaltungstipps, Restaurantbuchungen oder die Organisation eines ungewöhnlichen Geburtstags – ein Anruf genügt.

Die Sparkasse ist sowohl vom Clubprogramm mit den ständig wechselnden Sachleistungen als auch von der Betreuung durch die MWSG überzeugt. Grund genug also, das Programm auch 2011 fortzuführen, um Mitarbeitermotivation und Leistungsförderung auf hohem Niveau zu betreiben.

Übrigens setzt auch der Ostdeutsche Sparkassenverband auf diese Form der Mitarbeitermotivation: Die 130 besten Vertriebsmitarbeiter aller ostdeutschen Sparkassen werden in den verbands-eigenen S-Klasse VertriebsClub Platin aufgenommen, ebenfalls betreut von der MWSG als dem zentralen Anbieter von Mehrwertleistungen in der Sparkassen-Finanzgruppe.

Carsten Giebe
Consultant
Mehrwert Servicegesellschaft