



Mehr Ideen.  
Mehr Lösungen.  
MehrWert.

## Die Vorteile: MehrWert für alle Beteiligten

### Der Mehrwert für Ihr Institut

- Emotional besetzte Themen dienen als Türöffner im Verkaufsgespräch und bieten Cross-Selling-Ansätze
- Festigung und Ausbau der Kundenbeziehung durch Dauerdialog
- Kosteneinsparung durch Nutzung von Magazin und Mailing als Direktmarketing-Bausteine

### Der Mehrwert für Ihre Kunden

- Informationen zu aktuellen Trends und Finanzthemen
- Exklusive Vorteile und Mehrwerte

Nutzen auch Sie S-POOL zur Wertschätzung Ihrer Kunden und zur nachhaltigen Steigerung Ihrer Vertriebsfolge. Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne.

## Über uns: MehrWert-Leistungen in neuer Qualität

Als zentraler Anbieter von Mehrwert- und Loyalitätsprogrammen gestalten und betreuen wir innovative und zielgruppenspezifische Produktkonzepte für die Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe.

Mit mehr als 60 Mitarbeitern sind wir bundesweit an 6 Standorten tätig und betreuen 5 Mio. Endkunden für über 100 Auftraggeber aus dem Verbund.

Wir stärken die Geschäftsfähigkeit unserer Kunden mit innovativen Lösungen und dem Ziel, ihre vertrieblichen Aktivitäten sowohl qualitativ als auch quantitativ zu unterstützen. Unseren Auftraggebern gelingt es nachweislich, die Loyalität ihrer Kunden und damit ihren Ertrag zu steigern.

Emotionale Anlässe erleichtern den Einstieg in das Verkaufsgespräch.



MehrWert  
Servicegesellschaft

MehrWert Servicegesellschaft mbH  
Hansaallee 199  
40549 Düsseldorf  
Telefon +49 211 5065-40  
Telefax +49 211 5065-4199  
E-Mail [info@mwsq.de](mailto:info@mwsq.de)  
Internet [www.mwsq.de](http://www.mwsq.de)

MWSPOOL02/2011

## Zielgruppen!

## Einfach. Mehr. Verkaufen. Mit S-POOL.



Sparkassen verlieren kontinuierlich Marktanteile in der Zielgruppe Junge Erwachsene. Zahlreiche Konkurrenzangebote erschweren den Aufbau einer dauerhaften Kundenbeziehung.

Um erfolgreich zu sein, gilt es, sich vom Wettbewerb abzusetzen und den Jungen Erwachsenen echte Mehrwerte zu bieten. Denn sie sind die ertragsstarken Privatkunden von morgen.

## Die Herausforderung: Marktanteile sichern – Kunden zurückgewinnen

Sparkassen können vor allem im Jugendmarkt eine sehr hohe Marktausschöpfung vorweisen. Aber genau dann, wenn ihre Kunden ertragreich werden und sich gute Möglichkeiten bieten, weitere Produkte an den Mann oder die Frau zu bringen, wechseln viele zu anderen Finanzdienstleistern.



Die Zielgruppe Junge Erwachsene ist hart umkämpft.

## Die Lösung: Vertrieb durch intensiven Dialog mit den Kunden

Durch das Internet und die damit verbundene Möglichkeit des Produktvergleiches ist Marketing heute kein Wettbewerb mehr um Produktvorteile sondern deren Wahrnehmung. Als integrativer Bestandteil eines Girokontos

übernimmt S-POOL als Dachmarke die Dauerkommunikation zum Kunden und generiert monetäre Vorteile, die Ihre Berater in einer Vorteilsrechnung aufzeigen können. Diese Strategie eröffnet Ihrem Institut die Chance, Kunden den Übergang von einem kostenlosen in ein kostenpflichtiges Girokonto zu erleichtern.

### Dr. Volker Gärtner, Vorstandsmitglied der Sparkasse Neuss:

„Unser S-POOL-Konto überzeugt insbesondere durch attraktive und zielgruppengerechte Mehrwertleistungen. Durch dieses Leistungsplus waren wir allein in den ersten 4 Monaten in der Lage, das Konto für 8,00 € (bzw. 2,50 €) über 4.000 Mal zu verkaufen, darunter 390 Neueröffnungen. Hiermit führen wir die Kunden erfolgreich an unser Preis-/Leistungssystem heran.“

## Das Angebot: Sparkasse mit S-POOL erleben

Wir stellen für Sie zielgruppengerechte Kommunikationsmittel bereit und bieten Ihnen ein abgestimmtes Bündel an Maßnahmen. So können Sie zahlreiche Anspracheanlässe für die strukturierte Kundenberatung sowie für Verkaufsaktivitäten nutzen.

Begeistern Sie die anspruchsvolle Zielgruppe mit attraktiven Mehrwertangeboten.



### Breites Spektrum an Medien

S-POOL Kunden erhalten pro Jahr drei personalisierte Magazine sowie monatlich einen anlassbezogenen E-Mail-Newsletter und finden aktuelle Angebote unter [www.s-pool.info](http://www.s-pool.info).

### Zielgruppenadäquate Angebote

Exklusive Mehrwert-Angebote wie z. B. den Reisebuchungs-Service mit 5 % Rückvergütung, die Ticket-Hotline mit Vorteilen sowie redaktionelle Beiträge zu Finanzthemen erreichen regelmäßig Ihre Kunden.

### Institutsbezogene Kommunikation

Durch personalisierbare Elemente können Sie die S-POOL Kommunikationsmittel individualisieren.

### Schulung der Mitarbeiter

Wir informieren und begeistern Ihre Vertriebsmitarbeiter. Die von uns generierten „Gesprächsanlässe“ unterstützen Ihren Vertrieb bei der Kundenansprache.

### Betreuung der Mitglieder

Das S-POOL Team wickelt alle Leistungen im Full Service für Sie und Ihre Kunden ab.