

## Vertriebstraining mit Mehrwert

**Der Erfolg von Kundenbindungsprogrammen hängt maßgeblich vom Vertrieb ab. Das Trainingsangebot der MWSG setzt auf den Faktor „Emotion“ als Schlüssel für den erfolgreichen Verkauf.**

Noch haben Sparkassen im Vertrieb viel Entwicklungspotenzial. Angesichts des demografischen Wandels und offensiver Direktbanken ist mehr vertriebliche Schlagkraft gefragt. Daher bietet die Mehrwert Servicegesellschaft (MWSG) den Sparkassen und Verbundpartnern vertriebsunterstützende Schulungen als Teil ihres Komplettangebots. Langjährig vertriebserfahrene Trainer vermitteln das emotionale Verkaufen. Als Spezialisten für Mehrwertprogramme wie Giro X-tra oder S-POOL befähigen sie die Berater darin, die Programme gezielt einzusetzen und so Kunden nachhaltig zu binden, aber auch neue zu gewinnen.

### Mit Emotionen verkaufen

Die vermittelten Vertriebskompetenzen umfassen Wissen und Information (Produktkenntnis, Vorteilsargumente und Strategieverständnis), Zielstrebigkeit beim Vertragsabschluss, kommunikative Techniken (aktives Zuhören, anschauliches Reden mit Analogien und Kundenerfahrungsbeispielen) und Einfühlungsvermögen (die Welt aus Kundensicht; das Produkt als Lösung für die individuelle Lebenswelt des Kunden). Eine zentrale Frage der Schulung: Wie nutzt man die Schubkraft der Emotion? Denn

Kaufentscheidungen werden laut Hirnforschung überwiegend emotional getroffen. Am überzeugendsten verkauft, wer selbst vom Produkt überzeugt ist. „Deutlich wurde, wie man beim Kunden über die Produktvorteile positive Emotionen weckt und Anspracheanlässe konsequent nutzt“, so das Feedback von Teilnehmern eines erfolgreichen Trainings für S-POOL.

Die Erfolgserlebnisse in der Praxis: Berater treten selbstbewusster auf, vereinbaren mehr Beratungstermine, finden den passenden Gesprächseinstieg und nutzen verstärkt Cross-Selling-Ansätze. Das ist keine Vertriebskultur des Hardselling – vielmehr schafft der Berater schnell eine vertrauensvolle Beziehung zum Kunden. Haptische Verkaufshilfen bewähren sich besonders und erleichtern die Vorteilsargumentation. Alle Trainings lassen sich auf den speziellen Institutsbedarf anpassen. Ob als (Motivations-)Veranstaltung mit Gruppenarbeit und Rollenspiel, als Einzelcoaching oder Multiplikatoren-schulung: Die MWSG, ein Unternehmen des DSV und der ÖRAG Service, bringt als Spezialist für emotionales Verkaufen ihre Expertise stets in bedarfsgerechten Trainingsmaßnahmen ein.

**Jürgen Schrade,**  
Tel. 0211 5065-4242,  
E-Mail:  
juergen.schrade@  
mwsg.de

## Zwei neue Rezepte für den Medizinermarkt

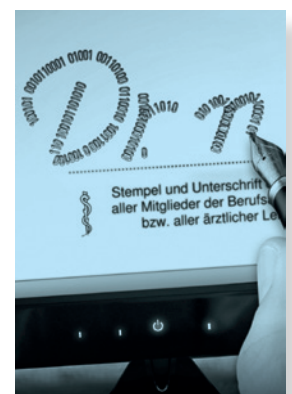
**Zwei gute Gründe für Sparkassen, die attraktive Zielgruppe verstärkt anzusprechen: Die Signaturkarte zur Online-Abrechnung und eine Ärzteveranstaltung bieten ihr echte Mehrwerte.**

Mit einer DSV-Lösung erfüllen Vertragsärzte und -psychotherapeuten die Forderung der Kassenärztlichen Vereinigungen (KVen) zur Online-Abrechnung. Statt Unterlagen in Papierform, auf CD-ROM oder postalisch zu versenden, sollen die Daten online fließen – abgesichert etwa mit einer Signaturkarte. Auch die begleitende sogenannte Sammelerklärung können Ärzte nun rechtsverbindlich mit der elektronischen Signatur unterschreiben. Das erspart ihnen viel Zeit und verringert den regelmäßig anfallenden Aufwand beträchtlich. Möglich ist die vollelektronische Abrechnung mit S-TRUST Signaturkarten etwa bei der KV Hamburg. Allerdings unterstützen noch nicht alle KVen den Online-Datenweg über die Mitgliederportale oder die digitale Signatur. Laut Kassenärztlicher Bundesvereinigung wird jedoch intensiv an den Schnittstellen gearbeitet. So dürfte die Nachfrage bald deutlich zunehmen. Die S-TRUST Signaturkarte liefert den Instituten zahlreiche weitere Vertriebsanlässe und -argumente, unterstützt sie doch einige nützliche Anwendungen, wie beispielsweise die digitale Archivierung, die Signatur von Arztbriefen oder sichere

E-Mail-Kommunikation mit anderen Ärzten. Derzeit entwickelt der DSV Werbemittel für den Signaturkartenvertrieb an die attraktive Zielgruppe, darunter Werbeflyer und Muster-Mailings.

### Fortbildungsveranstaltung als Magnet

Passend zum Betreuungskonzept „Freie Berufe/Heilberufe“ kommt vom DSV die Veranstaltung S-Forum-Medicum. Neben informativen Inhalten gibt es in der Regel als wertvollen Mehrwert die Fortbildungspunkte, mit denen jeder Arzt die Einhaltung seiner Fortbildungspflichten nachweisen muss. Von der Planung über die Referentenbuchung bis zur Durchführung können die Institute das stressige Veranstaltungsmanagement an den DSV delegieren. Die Sparkasse Südliche Weinstraße berichtet von einer positiven Resonanz der lokalen Ärzteschaft und einem gut besuchten S-Forum-Medicum. Die Ziele, nämlich Präsenz und Kompetenz zu zeigen sowie Geschäftsbeziehungen zu intensivieren, habe man erreicht.



**Holger Fröhlingdorf,**  
Tel. 0711 782-1767,  
E-Mail:  
holger.froehlingdorf@  
dsv-gruppe.de