

Qualifizierte und individuelle Beratung der Kunden

Qualifizierte und individuelle Beratung der Kunden, die sich am tatsächlichen Bedarf orientiert sowie zu einer Steigerung der Umsätze führt, ist das A und O eines guten Beraters. Eine bedarfsorientierte Beratung setzt jedoch das Wissen über die Bedürfnisse, Wünsche und die aktuellen Lebensumstände des Kunden voraus. Je gezielter die Vorbereitung auf Kundengespräche ist, desto erfolgreicher sind die Gespräche in der Regel. Die Vorbereitung kann jedoch sehr zeitaufwändig und kompliziert sein, wenn keine einheitliche Datenbank zur Verfügung steht, in der alle relevanten Informationen zum Kunden abgelegt sind.

VON KRISTIN HOFER
FlowFact AG

Berater sind durch die Nutzung einer CRM (Customer Relationship Management)-Software in der Lage, am individuellen Kundenbedarf orientierte Angebote zu schnüren. Da die Kundendaten in dem CRM-System gespeichert sind, sehen Berater alle wichtigen Hintergrundinformationen, auch wenn sie vorher noch nie mit dem Kun-

den in Kontakt standen. Die CRM-Software ermöglicht ihnen, Geschäftsbahnungen vom ersten Kundenkontakt bis zum Vertragsabschluss durchgängig abzubilden. Berater sehen zum Beispiel auf einen Blick, welche Sparverträge wann abgeschlossen wurden oder ob der Kunde sein Geld in einer Immobilie anlegen möchte. In diesem Fall kommt die Immobilienabteilung ins Spiel. Denn eine bedarfsorientierte Beratung impliziert, dass diesem Kunden passende Immobilienobjekte angeboten werden können.

Berater glänzen mit großer Zahl an Kundenkontakten

Die Immobilienabteilung hat in der Regel nicht so viel Kundenkontakt wie Sparkassenberater. Dafür besitzt sie einen großen Pool an zu vermittelnden Immobilien. Die Sparkassenberater hingegen haben viel Kundenkontakt, aber weniger mit Immobilien zu tun. Die Immobilienberater möchten Objekte verkaufen, die Sparkassenberater Kredite. Da sie räumlich oft voneinander getrennt sind, haben sie nicht viel

Kontakt miteinander – und sind daher manchmal skeptisch, was die andere Abteilung so treibt. Mit der passenden CRM-Lösung ist eine abteilungsübergreifende Verzahnung bestehender Kundenbeziehungen einfach möglich, so dass den Kunden ein Rundum-Service zur Vermittlung von Finanzprodukten und Immobilienangeboten angeboten werden kann.

Sparkassenberater sind durch die Vernetzung der unterschiedlichen Abteilungen und einer einheitlichen (Immobilien-)Datenbank in der Lage, neben Finanzprodukten auch Immobilienangebote anzubieten. So profitieren beide Abteilungen davon. Der Immobilienberater erhält alle Interessenteninformationen und kann einfacher eine passende Immobilie verkaufen. Im Gegenzug hat der Sparkassenberater jederzeit die Möglichkeit, sich über den Vermarktungsstand der Objekte zu informieren und entsprechende Finanzierungsmöglichkeiten anzubieten.

Eine besondere Herausforderung besteht, wenn ein Kunde den Kredit seines Hauses oder seiner Wohnung nicht mehr abbezahlen kann. Auch dann hilft ein passendes CRM-System weiter. Die

Immobilie dient der Sparkasse als Sicherheit und geht über einen freihändigen Verkauf oder eine Zwangsversteigerung in die Vermarktung. Mit dem CRM-System werden die Informationen zum Kunden und dem Objekt strukturiert und verwaltet und das Objekt kann auf dem Immobilienmarkt schnell per Mausclick angeboten werden. So wird die Vermarktungsdauer so kurz wie möglich gehalten und Analysen und Reports sind zudem einfach möglich.

Immobilienangebote per Mausclick

Dr. Guido Stracke von der Kreissparkasse KölnFlow über die FlowFact CRM Software: „Durch den FlowFact Informationsbroker erlebt der Sparkassenkunde die ganze Bandbreite professioneller und maßgeschneiderter Betreuung. Jetzt können Kundenberater der Sparkasse neben Finanzprodukten auch Immobilienangebote per Mausclick offerieren. Durch die einfache Handhabung erhält der Immobilienberater sofort alle Interessenteninformationen und übernimmt die weitere Be-

ratung für die Immobilienvermittlung. Im Gegenzug kann der Sparkassenberater sich jederzeit informieren, wie der Stand der Verkaufsaktivitäten ist, so dass er eine Baufinanzierung oder andere Finanzprodukte kundenorientiert platzieren kann.

Die Immobilienabteilungen profitieren von qualifizierten Interessentenkontakten und von einer höheren Anzahl von Objektakquisitionen. Insgesamt haben wir noch mehr Kundentransparenz, um die Cross-Selling-Potenziale zwischen den Immobilienabteilungen und den anderen Fachabteilungen der Sparkasse systematisch zu nutzen“.

Manfred Wagner, Abteilungsleiter KreditConsult/Sonderaufgaben der Sparkasse Nürnberg: „Die Sparkasse Nürnberg nutzt FlowFact Immobilien CRM in erster Linie für die Vermarktung von Objekten aus notleidenden Kreditengagements. Für uns ist es ein optimales Tool, um Objekte zu verwalten und vermarkten. Durch die digitale Führung der Interessentendatei können wir uns Papierakten sparen. Somit erleichtert uns FlowFact das gesamte Vermarktungsmanagement sehr.“