





## Inhalt

Marktforschung in Ihrem Auftrag	S. 3
Kundenzufriedenheitsanalysen	S. 4
Bedarfsanalysen	S. 4
Zielgruppenanalysen	S. 5
Mysteryshopping	S. 5
Unsere Philosophie	S. 6
In 3 Schritten zu mehr Vertriebs Erfolg!	S. 7
Kontakt	S. 7

Erfolg in der Finanzberatung heißt:

*Wissen was den Kunden bewegt!*

Ihr Verkaufserfolg und der Bedarf Ihrer Kunden in der Finanzberatung stehen im Mittelpunkt unseres Seminar- und Dienstleistungsangebots. Um immer auf dem aktuellsten Stand zu sein, führen wir mit unserem renommierten Kooperationspartner - den Marktforschungsspezialisten der Universität Passau – Anforderungs- und Bedarfsanalysen sowie Auftragsmarktforschungen für Finanzdienstleistungsunternehmen durch.

Durch gezielte Kundenanalyse zum perfekten Dienstleistungsangebot in der Finanzberatung und Schulungsprogramm für Ihre Vertriebsmitarbeiter! Unsere Dienstleistungen und Seminare: Auf die Anforderungen des Marktes und der von Ihnen fokussierten Zielgruppe zugeschnitten.

*Einfach. Mehr. Wissen.*



*„Wenn es ein Geheimnis des Erfolgs gibt, so ist es das: Den Standpunkt des Anderen verstehen und die Dinge mit seinen Augen sehen.“*

Henry Ford

# Kundenzufriedenheitsanalysen

## Warum ist eine Kundenzufriedenheitsanalyse sinnvoll?

- Wie zufrieden sind Ihre Kunden insgesamt mit Ihrem Leistungsangebot?
- Wie zufrieden sind Ihre Kunden mit Ihrem Produktangebot?
- Wie zufrieden sind Ihre Kunden mit den Beratungsleistungen Ihrer Mitarbeiter?
- Wie zufrieden sind Ihre Kunden mit dem Service, der Erreichbarkeit sowie der Nähe zum Kunden?
- Welche Motivstrukturen in Bezug auf die Kundenbindung sehen Ihre Kunden?
- Wo sehen Ihre Kunden Verbesserungspotenziale?

Eine Kundenzufriedenheitsanalyse bietet Ihnen einen umfassenden Einblick in die Wünsche und Anforderungen Ihrer Kunden. Auf Basis der Ergebnisse können Verbesserungspotenziale für Ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot sowie für Ihre Marketingausrichtung abgeleitet werden. Durch Kenntnis der entscheidenden Faktoren legen Sie den Grundstein für die Zufriedenheit Ihrer Kunden sowie die langfristige Kundenbindung an Ihr Unternehmen und erhöhen damit Ihren langfristigen Vertriebs Erfolg!

## Optionale Leistungen bei einer Kundenzufriedenheitsanalyse

- Analyse der Zufriedenheit Ihrer Kunden mit Ihrem Unternehmen, Ihrem Produktangebot, den Beratungsleistungen Ihrer Mitarbeiter, dem Service sowie der Kundenwünsche und -anforderungen
- Ermittlung der Faktoren, die einen Einfluss auf die Zufriedenheit Ihrer Kunden nehmen, Identifikation der stärksten Einflussfaktoren
- Analyse der Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens
- Markt-Monitoring: Ihr Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb
- Ableitung von Verbesserungspotenzialen und einer maßgeschneiderten Vertriebsstrategie
- Individuelles, auf Ihren Bedarf zugeschnittenes Vertriebs-training zur Steigerung der Kundenzufriedenheit

# Bedarfsanalysen

## Warum ist eine Bedarfsanalyse sinnvoll?

- In welchen Themengebieten der Finanzberatung sehen Ihre bestehenden und potenziellen Kunden besonderen Handlungsbedarf?
- Welche finanziellen Maßnahmen planen Ihre Kunden in den nächsten Jahren?
- Welche Wünsche und Anforderungen stellen Ihre bestehenden und potenziellen Kunden an Ihre Beratungsleistungen und an Ihr Produktspektrum?
- Welche Motivstrukturen liegen hinter einer Kauf- und Nicht-Kaufentscheidung?

Eine Bedarfsanalyse bietet Ihnen einen umfassenden Einblick in die Motivstrukturen und den Beratungsbedarf Ihrer Kunden. Auf Basis der Ergebnisse können Sie Ihr Dienstleistungsangebot, Ihre Finanzberatungen sowie Ihre Marketingausrichtung zielgerichtet fokussieren.

## Optionale Leistungen bei einer Bedarfsanalyse

- Analyse des Beratungsbedarfs, der Wünsche und Anforderungen sowie der Motivstrukturen bei bestehenden und potenziellen Kunden nach Beratungsthemen
- Ableitung einer Strategie zur Ausrichtung der Beratung und Produktwelt an den Ergebnissen der Bedarfsanalyse
- Planung von Marketingaktivitäten zur Hebung der Marktpotenziale
- Individuelles, auf Ihren Bedarf zugeschnittenes Vertriebs-training zur Erhöhung von Umsatz und Cross-Selling!

*“Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.“*

Charles Lazarus, Gründer Toys'R'Us

# Zielgruppenanalysen

## Warum ist eine Zielgruppenanalyse sinnvoll?

- Welche Zielgruppen liefern das höchste Umsatzpotenzial?
- Wie erreichen Sie die identifizierten Zielgruppen am besten?
- Welche Angebote werden den fokussierten Zielgruppen unterbreitet?
- Welche Wünsche und Anforderungen stellen die verschiedenen Zielgruppen an Ihr Angebot?

Eine Zielgruppenanalyse zeigt Ihnen neue Marktpotenziale auf und bietet einen umfassenden Einblick in die Motive und Anforderungen der Zielgruppe. Auf Basis der Ergebnisse können Sie Ihr Dienstleistungsangebot sowie Ihre Marketingausrichtung zielgruppenspezifisch optimieren, die Zielgruppen effektiv mit Ihrem Produkt- und Beratungsangebot bedienen und so neue Marktpotenziale heben.

## Optionale Leistungen bei einer Zielgruppenanalyse

Wir unterstützen Sie bei der Festlegung der Schwerpunkte und Ziele der Zielgruppenanalyse.

- Ermittlung und Analyse möglicher neuer Zielgruppen für Ihr Dienstleistungsangebot (regional und überregional)
- Clusterung nach soziodemografischen, psychografischen und sozioökonomischen Merkmalen von Zielgruppen
- Analyse des Konsumverhaltens potenzieller Zielgruppen sowie der Wünsche, Erwartungen und Anforderungen an Ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot
- Analyse der Umsatzpotenziale der verschiedenen Zielgruppen
- Ableitung einer Vertriebsstrategie sowie eines Marketingkonzepts für Ihre Zielgruppen
- Optimierung Ihres Aus- und Weiterbildungsprogramms, den Ergebnissen der Zielgruppenanalyse entsprechend

# Mystery Shopping

## Warum ist Mystery Shopping sinnvoll?

- Sie möchten wissen, wie Ihre Mitarbeiter in Beratungs- und Verkaufsgesprächen vorgehen - zum Einen in Bezug auf die Beratungskompetenz, zum Anderen hinsichtlich der kommunikativen und verkäuferischen Fähigkeiten?
- Sie möchten eine unabhängige Einschätzung der Stärken und Schwächen Ihrer Mitarbeiter bei Beratung, Verkaufsabschluss und Kundenbetreuung?
- Sie möchten Verbesserungspotenziale hinsichtlich des Vorgehens Ihrer Mitarbeiter identifizieren?
- Sie möchten wissen, ob interne Vorgaben und rechtliche Rahmenbedingungen in Beratungs- und Verkaufsgesprächen eingehalten werden?

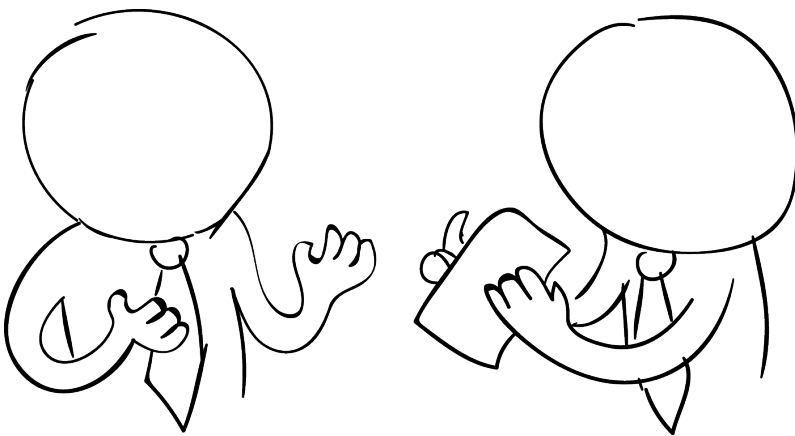
Die Durchführung eines Mystery Shopping Projektes bietet Ihnen eine umfassende Stärken- und Schwächenanalyse Ihrer Mitarbeiter. Spezialisierte Testkäufer treten als Kunden in Ihrem Unternehmen auf und nehmen die Beratungsleistungen Ihrer Mitarbeiter in Anspruch. Auf Basis der Ergebnisse kann die Beratungsqualität Ihrer Mitarbeiter noch weiter gesteigert werden.

## Ihre Vorteile

- Mystery Shopping Projekte ermöglichen eine objektive und unabhängige Beurteilung der Beratungsleistungen Ihrer Mitarbeiter.
- Durchführung des Mystery Shopping: Wir stellen Ihnen spezialisierte, unabhängige Testkäufer zur Verfügung, die als Kunden auftreten.
- Vertrauliche Analyse der Stärken und Schwächen Ihrer Mitarbeiter bei Beratung, Verkaufsabschluss und Kundenbetreuung

- ✓ Klare Orientierung an Ihrem Bedarf
- ✓ Individuelle, auf Ihre Anforderungen zugeschnittene Marktforschungskonzepte
- ✓ Jederzeit höchste Professionalität und Diskretion
- ✓ Meßbare, aussagekräftige Ergebnisse

*Wissen was den Kunden bewegt!*



## Methoden & Erhebungsformen

Die Auswahl der optimalen Erhebungsmethode hängt von den individuellen Anforderungen und Vorgaben Ihres Unternehmens ab. In Kooperation mit dem **Centrum für Marktforschung der Universität Passau** bieten wir folgende Erhebungsformen an:

- ▶ **Onlinebefragung**  
Bei Onlinebefragungen wird ein interaktiv gestalteter Fragebogen im Internet veröffentlicht und dort direkt von den Befragten ausgefüllt.
- ▶ **Persönliche Befragung (CAPI Computer Aided Personal Interviewing)**  
Darunter versteht man eine Interviewtechnik, bei der eine Interviewerin/ein Interviewer die zu befragende Person persönlich aufsucht und mit ihr zusammen den Fragebogen bearbeitet.
- ▶ **Telefonbefragung (CATI Computer Assisted Telephone Interviewing)**  
Hierbei handelt es sich um eine computergestützte, telefonische Befragung. Die Interviewer lesen die Fragen vom Bildschirm ab und geben die Antworten ihrer Interviewpartner direkt in den Computer ein. Die eingegebenen Antworten werden auf dem zentralen Server gespeichert und stehen sofort für die Auswertung zur Verfügung.
- ▶ **Schriftliche Befragung (PAPI Paper and Pencil Interview)**  
Bei dieser Methode werden standardisierte Papierfragebögen eingesetzt, die vom Befragten selbst ohne Anwesenheit eines Interviewers ausgefüllt werden. Nach Abschluss der Befragung werden die Daten manuell in die Auswertungssoftware eingegeben.

## In 3 Schritten zu mehr Vertriebs Erfolg!



### Individuelles Training

Maßgeschneidertes Training zur Umsetzung der Vertriebsstrategie

### Consulting

Ableitung einer Vertriebs- und Marketingstrategie

### Marktforschung

Kenntnis von Kundenwünschen und Kundenzufriedenheit, Erforschung neuer Marktpotenziale etc.

## Kontakt



## Deutsches Institut für Finanzberatung Dr. Grommisch GmbH

Software, Marktforschung, Consulting und Training für Finanzdienstleister

in Kooperation mit



*Wir freuen uns auf Ihren Anruf und beraten Sie gerne zu unserem Marktforschungsangebot:*



+49 (0) 8841 672 357 8



[marktforschung@institut-finanzberatung.de](mailto:marktforschung@institut-finanzberatung.de)



+49 (0) 8841 672 357 9



[www.institut-finanzberatung.de](http://www.institut-finanzberatung.de)