

## Ihr Kunde weiß was er will - nutzen Sie das genug?

Die hbc-Zukunftswerkstatt bringt mehr Klarheit zu den Erwartungen Ihrer Kunden und fördert die Kundenbindung

**Unzweifelhaft ist: Sparkassen brauchen ein Geschäftsmodell der Zukunft, um sich weiter aktiv im Markt zu behaupten. Ihre Verbände leisten dabei gute Hilfestellung mit Konzepten wie dem Vertrieb der Zukunft. Doch ist das ausreichend? Braucht es nicht gerade jetzt, wo Altes und Verdientes radikal in Frage gestellt werden muss, eine deutlich aktivere Einbindung von Kunden wie Mitarbeitern? Kann ein offener Dialog miteinander nicht eine Brücke schlagen?**

Unsere hbc-Zukunftswerkstatt greift diesen Gedanken auf und lässt ihn lebendig werden. Sie befördert den direkten Austausch und Dialog zwischen Ihren Kunden und Mitarbeitern.

Sie lässt Kunden direkt zu Wort kommen und - für diese erkennbar - Einfluss nehmen. Sie bindet gleichzeitig Mitarbeiter ein und sorgt für mehr Akzeptanz in der Umsetzung weiterer Schritte.

### Wie sieht das konkret aus?

#### Neue Wege erkennen - kreative Lösungen entwickeln

Wie sehen Finanzdienstleitungen der Zukunft aus? Was erwarten Kunden schon heute und wie sehen die Wünsche für die Zukunft aus? Welche Ideen und Lösungen haben Ihre Mitarbeiter?

Kunden wie Mitarbeiter werden sich Ihrer Probleme, Erwartungen und Wünsche bewusster. Inspiriert von eigenen Visionen entwickeln sie überraschende Perspektiven für die Zukunft - und dieses in einem gemeinsamen offenen Dialog.

Es geht darum, andere Perspektiven einzunehmen und neue Sichtweisen

zu gewinnen. Die Zukunft rückt in den Fokus und so das Gefühl, sie selbst aktiv mitgestalten zu können.



#### Strukturiert arbeiten

Die Zukunftswerkstatt hat eine klare methodische Struktur und chronologische Abfolge. Eine gute Vorbereitung ist für den Erfolg unerlässlich.

Die Methode ist besonders für größere Gruppen geeignet, die von mindestens 2 erfahrenen Moderatoren begleitet wird. Die Gruppe der Kunden wie der Mitarbeiter sollte jeweils zwischen 15-20 Personen umfassen. Diese arbeiten in Teilen parallel, um sich dann wieder zum Austausch im Plenum zu treffen.

Wir empfehlen für die Durchführung einen Tag anzusetzen.

Der Ablauf besteht aus drei Phasen:

- In der Kritikphase wird aus der jeweiligen Sicht mit Blick auf den Kunden gesammelt, was diesen ärgert, nervt oder belastet. Sie hat oft eine reinigende Wirkung, da „Dampf“ abgelassen werden darf.
- In der Visionsphase werden Wünsche des Kunden offen formuliert – man darf und soll auch Utopisches denken“.
- In der Realisierungsphase geht es darum, wie man Alltag und Vision verbinden kann. Erste konkrete Handlungsschritte werden gemeinsam angedacht

### Welchen konkreten Nutzen haben Sie?

Kunden und Mitarbeiter kommen frühzeitig in den direkten Dialog. Sie richten einen gemeinsamen Blick auf Lösungen für die Zukunft. Sie entwickeln Verständnis für die Situation und die Wünsche des anderen Seite.

### Was sind die ersten Schritte?

In einem Vorbereitungsgespräch stellen wir Ihnen gern persönlich unser Konzept vor. Wir klären mit Ihnen die Rahmenbedingungen und passen unser Konzept auf Ihre Situation und Ihre Wünsche an.



Hamburger BeraterContor GmbH  
März 2017

[www.hbcontor.de](http://www.hbcontor.de)