



PRESSEMITTEILUNG

Bad Honnef/Wiesbaden, Juli 2008

Empfehlungsmarketing ist der effizienteste Weg der Neukundengewinnung in der Finanzdienstleistungsindustrie – Schulungen des Vertriebs bringen große Erfolge – jedoch oftmals noch Verzicht auf einen systematischen Prozess

**Dies sind einige der Kernergebnisse der großen Marktstudie zum
Empfehlungsmarketing in der Finanzdienstleistungs- und Versicherungs-
industrie der Unternehmensberatung MC4MS und Klaus-J. Fink. Dazu
wurden 239 Personen aus Kundenberatung sowie Marketing & Vertriebs-
steuerung im Rahmen der Studie im Juni/Juli 2008 umfangreich befragt.**

Mit der Empfehlungsmarketing-Studie ist es gelungen, empirisch eine detaillierte und branchenspezifische Analyse des Einsatzes und Nutzen von Empfehlungsmarketing, sowohl bei Finanzvertrieben als auch bei Banken und Versicherungen zu erheben. Die Studie erfolgte in Kooperation mit den Studienpartnern Portfolio International, dem Bankingclub sowie berater e.V. der Universität Mainz.

In die Analyse wurde dabei der gesamte Empfehlungsmanagementprozess bis hin zur Vertriebssteuerung und Schulung der Berater einbezogen - folgende Themenbereiche wurden in der Empfehlungsmarketing-Studie detailliert analysiert:

- Einstellung z.B. wie wird Empfehlungsmarketing bewertet?
- Einsatz z.B. wie wird Empfehlungsmarketing eingesetzt?
- Erfolg z.B. welche Erfolgchancen bietet Empfehlungs-
marketing?
- Steuerung z.B. welche Steuerungsinstrumente werden
eingesetzt?
- Kundensicht z.B. welches Kundenverhalten wird beobachtet?
- Schulung/Training z.B. was bringen Trainings & Schulungen?
- Markt/Wettbewerb z.B. welche Finanzdienstleister werden als führend
gesehen?



Neben den Gesamtergebnissen über alle Befragten konnten zudem auch Teilsegmentanalysen nach „**Art der Tätigkeit**“ (1), „**Institutstyp**“ (2) sowie „**Kundensegment**“ (3) durchgeführt werden mit folgenden Segmentvergleichen:

- (1) Berater vs. Zentralverantwortliche
- (2) Banken/Sparkassen vs. Versicherungen vs. Unabhängige Finanzdienstleister
- (3) Private Banking vs. Retail Banking

Die Empfehlungsmarketing-Studie ergab, daß als bedeutendster Lerneffekt aus Empfehlungsmarketingschulungen die Entwicklung eines stärkeren Bewußtseins für die Bedeutung von Empfehlungsmarketing resultiert. Knapp 40% der Befragten konnten nach Schulungen die Anzahl der Empfehlungen in ihrem Unternehmen schon im ersten Jahr um mehr als 20%-30% steigern.

Klaus-J. Fink: „Die Studienergebnisse bestätigen unsere langjährige Schulungserfahrung – denn gerade bei den Banken haben die meisten Institute erkannt, daß über die Motivation & Befähigung des Beraters für die Thematik Empfehlungsmarketing ein großes Neukundenpotential erschlossen werden kann.“

Darüberhinaus wurden mit der Studie auch viele weitere quantitative Erkenntnisse gewonnen, z.B. mit wievielen Empfehlungen kann man vom Kunden von sich aus bzw. mit Berateransprache auf Weiterempfehlung rechnen? Und wie hoch sind die Konvertierungsquoten von Empfehlungskontakten zu neuen Kunden?

Trotz des enormen Potentials werden jedoch überwiegend weder Empfehlungsansprachen von Kunden noch Empfehlungsbeziehungen zwischen Kunden und Empfehlungskontakten im CRM-System erfasst. Auch sind Zielvorgaben zur Generierung von Empfehlungen oder gar Entlohnungsbestandteile für den Vertrieb in Abhängigkeit vom Empfehlungserfolg noch die Ausnahme.

Marc Ahlers, Chef des Beratungsunternehmens MC4MS, : „Viele Finanzdienstleister stehen noch am Anfang einer evolutorischen Entwicklung hin zu einem systematischen Empfehlungsmarketing – zunächst werden die Vertriebsmitarbeiter geschult, dann wird sukzessive das CRM für ein professionelles Empfehlungsmarketing erweitert und am Ende wird die Vertriebssteuerung- und entlohnung stärker anhand der Empfehlungserfolge ausgerichtet.“

In der Studie wurden auch die erfolgreichsten Finanzdienstleister im Bereich Empfehlungsmarketing in ihrem jeweiligen Segment ermittelt. Dies ergab folgende Sieger:

SEGMENT	BESTES EMPFEHLUNGSMARKETING
Retail Banking	Deutsche Bank
Private Banking/Wealth Management	UBS Deutschland
Finanzvertrieb	Deutsche Vermögensberatung
Direktbanken	ING DiBa



Die vollständige Studie kann zu einem Preis von nur 799 EUR zzgl. MwSt. unter www.empfehlungsmarketing-studie.de bestellt werden. Kunden von MC4MS oder Klaus-J. Fink erhalten hierauf 50% Rabatt.

Informationen zu den Studienautoren:

MC4MS – Management Consultants for Market Strategy

MC4MS ist eine Managementberatung für marktorientierte Unternehmensstrategien. Fokus sind die klassischen Beratungsfelder Strategie, Organisation, Produkte, Marketing und Vertrieb - immer im Hinblick auf eine Verbesserung der Marktposition der Kunden. Wichtigste Kundengruppe sind Unternehmen der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsindustrie.

Die Managementberatung MC4MS wurde von Herrn Dipl.-Kfm. Marc Ahlers nach langjähriger Berufserfahrung in Großunternehmen im In- und Ausland sowie in einer Top-Managementberatung Anfang 2008 gegründet. Große Aufmerksamkeit im Finanzmarkt erzielte MC4MS bereits mit der Abgeltungssteuer-Studie im Frühjahr 2008 (www.abgeltungssteuer-studie.de).

Marc Ahlers gilt seit langen Jahren als Experte, wenn es um die Konzeptentwicklung und Implementierung von Empfehlungsmarketing in der Finanzdienstleistungsindustrie geht.

www.mc4ms.de

Klaus-J. Fink

Klaus-J. Fink ist der Erfolgstrainer im Finanzdienstleistungsmarkt für

- Professionelle Neukundengewinnung per Telefon
- Empfehlungsmarketing - Königsweg der Neukundengewinnung
- Gewinnung neuer Vertriebspartner

Klaus-J. Fink gilt als der Experte im deutschsprachigen Raum, wenn es darum geht, Berater in Banken und Finanzvertrieben professionell zum Thema Empfehlungsmarketing als Instrument der Neukundengewinnung zu schulen.

Seit mittlerweile mehr als 10 Jahren gilt er als deutschlandweit anerkannter Erfolgstrainer für Telefon- und Empfehlungsmarketing.

In der Finanzdienstleistungs- und Immobilienbranche wird er von vielen als die Nr. 1 in Sachen Neukundengewinnung angesehen!

www.fink-training.de



Studienkontakt:

<p>MC4MS Dipl.-Kfm. Marc Ahlers Kreidelstraße 2a D-65193 Wiesbaden</p> <p>Tel.: +49 611-9757500 Fax: +49 611-17444-83</p> <p>E-Mail: info@mc4ms.de</p> <p>www.mc4ms.de</p>	<p>KLAUS-J. FINK</p> <p>Im Musfeld 7 53604 Bad Honnef</p> <p>Tel.: +49 22 24 / 8 94 31 Fax: +49 22 24 / 8 95 20</p> <p>Email: info@fink-training.de</p> <p>www.fink-training.de</p>
--	---

Pressekontakt:

Sie möchten über die Studienergebnisse redaktionell berichten? Wir unterstützen Sie gerne. Kontaktieren Sie bitte Herr Marc Ahlers unter

Tel.: 0611-9757500
Email: presse@mc4ms.de