



# motivbasierte Kundendifferenzierung

Berater\*innen Workshops

# Team & Vorgehen

## konkret & adaptiv

In Teams mit max. 8 Personen arbeiten wir:

- begleitend zum daily business
- mit konkreten Kund\*innen
- innerhalb bestehender Rahmenbedingungen
- an expliziten Aufgabenstellungen



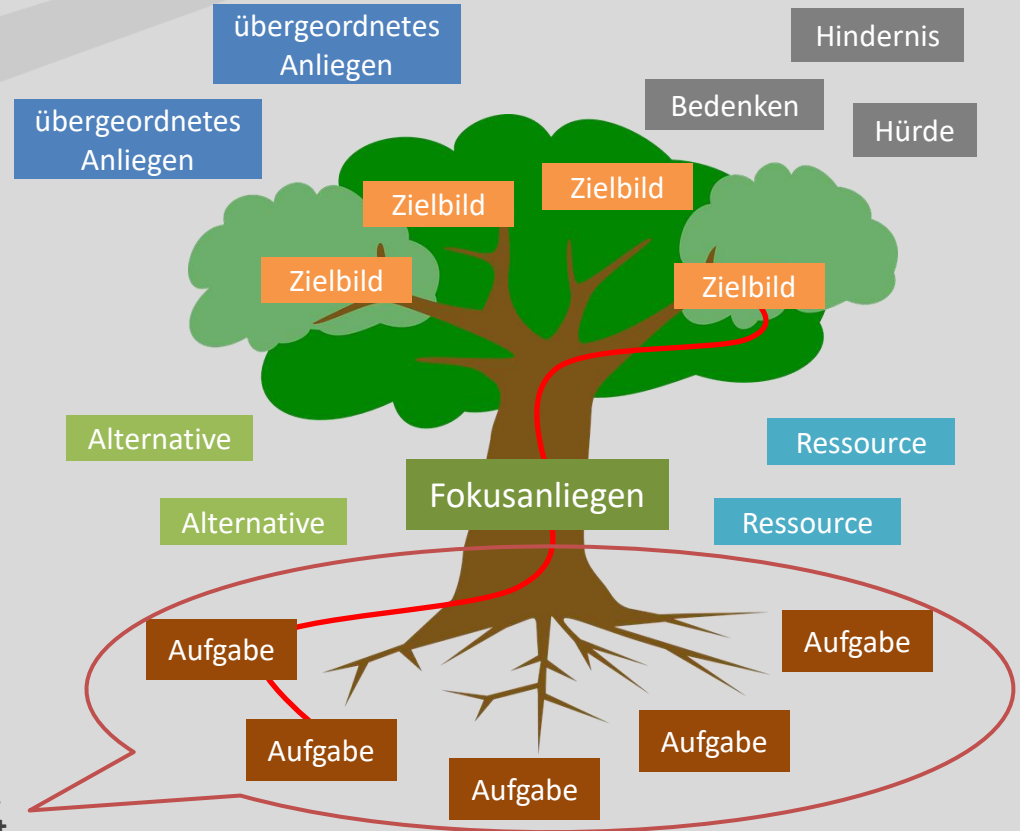
# Story Listening

## Geschichten von Kund\*innen

Mit Story-Listening werden auf Basis der „Heldenreisen“ von Kund\*innen **Anliegen-** und **Aufgaben-Landkarten** erstellt.

Anhand des **roten Fadens** wird das Fokusanliegen erkannt und festgestellt welche **konkreten** Aufgaben Kund\*innen **aktuell** erledigen wollen.

persönliches Erfolgsrezept



# Aufbagenruppen persönlicher Erfolgsrezepte von Kund\*innen

## Kontext Anlegen

sich inspirieren  
lassen

Ideen  
sammeln

Alternativen  
entwickeln

Umsetzungen  
prüfen

Möglichkeiten  
priorisieren

Instrumente  
festlegen

Transaktions-  
kosten ermitteln

Strategien  
bestimmen

Transaktionen  
umsetzen

Umsetzung  
beobachten

Umsetzung  
prüfen

Bestände  
monitoren

Märkte  
beobachten

Positionen  
optimieren

Portfolios  
auflösen

## Kontext Finanzieren

sich inspirieren  
lassen

Ideen  
abwägen

Projektkosten  
konkretisieren

Projektkosten  
vergleichen

Finanzierung  
konkretisieren

Finanzierung  
vergleichen

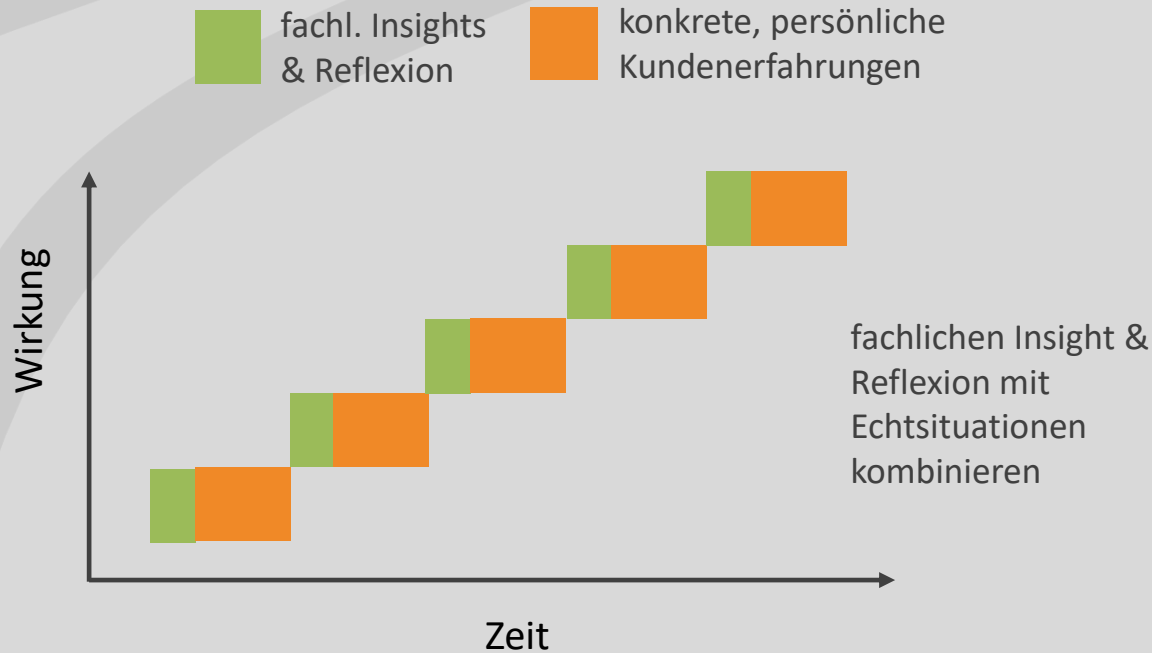
Finanzierung  
entscheiden

Finanzierung  
umsetzen

Finanzierung  
optimieren

Finanzierung  
beenden

# Team Coaching



## objektivieren

Die subjektiven Erfahrungen aus konkreten Kundensituationen werden durch die **Reflexion** im Team **objektiviert**.

## adaptieren

Gemeinsam werden Muster **erkannt**, neue Handlungsprinzipien **entwickelt** und diese an sich verändernde Bedingungen **angepasst**.

# Beispiel – Vorgehensweise

Inhalt:

Ziele:

Session 1  
2 – 3 h

Pre-Work: Teilnehmer\*innen erhalten vorab Informationen über die motivbasierte Kundendifferenzierung, Beschreibung Kundentypen, Studienergebnisse ...

fachliche  
Vorbereitung

Workshop: Teilnehmer\*innen lernen ihre persönlichen Erfolgsrezepte kennen (Interviews), die Arbeit an den Aufgaben-Landkarten wird vorgestellt, eine ausgewählte Aufgabengruppe wird für alle Kundentypen erarbeitet und Produkte, Services und Beratungsleistungen gegenübergestellt, anstehende Kundengespräche vorbereitet

Kennenlernen  
Aufgaben aus  
Kundenperspektive

1-2 Wochen

Teilnehmer\*innen führen anhand einer Anleitung zum Story-Listening (Fragenkatalog) Kundengespräche mit 3 – 4 ausgewählten Kund\*innen und dokumentieren diese

Kundenperspektive  
wahrnehmen und  
verstehen

Session 2  
3 – 4 h

Workshop: Teilnehmer\*innen bringen Erfahrungen und Erkenntnisse aus den Kundengesprächen ein, gemeinsam werden die Aufgaben-Landkarten verfeinert, eine weitere Aufgabengruppe für alle Kundentypen wird erarbeitet und Produkte, Services und Beratungsleistungen gegenübergestellt

eigenes Angebot  
den Aufgaben der  
Kund\*innen  
gegenüberstellen

Explizite Aufgabenstellung an das Team z.B. Kontaktoffensive wird geschärft und anstehende Kundengespräche vorbereitet

Aufgabenstellung  
vorbereiten

# Beispiel – Vorgehensweise (Fortsetzung)

Inhalt:

Ziele:

1-2 Wochen

Teilnehmer\*innen setzen Story-Listening entlang der Aufgabenstellung in konkreten Kundengesprächen um

an Aufgabenstellung konkret arbeiten

Session 3  
3 – 4 h

Workshop: Teilnehmer\*innen reflektieren Erfahrungen und Erkenntnisse aus den Kundengesprächen, die Aufgaben-Landkarten werden verfeinert, eine weitere Aufgabengruppe für alle Kundentypen wird erarbeitet und Produkte, Services und Beratungsleistungen gegenübergestellt, weitere Kundengespräche werden vorbereitet

eigenes Angebot den Aufgaben der Kund\*innen gegenüberstellen

2-3 Wochen

Teilnehmer\*innen setzen Story-Listening entlang der Aufgabenstellung in konkreten Kundengesprächen um

an Aufgabenstellung konkret arbeiten

Session 4  
2 – 3 h

Workshop: Teilnehmer\*innen reflektieren Erfahrungen und Erkenntnisse aus den Kundengesprächen und verfeinern Aufgaben-Landkarten

Vorgehensweise verfestigen

Ziele aus der Aufgabenstellung werden überprüft und notwendige Adaptionen in der Vorgehensweise vorgenommen

anwenden, beobachten, adaptieren  
Teilnehmer\*innen setzen Erkenntnisse im daily business um

kontinuierliche Verbesserung

# Akkreditierung Austrian Financial Planners

## 11,5 CPD Credits

Für die Teilnahme an den Workshops können  
**11,5 CPD Credits für Sozialkompetenz** gem. §  
4.10. Weiterbildungsordnung für CFP, dipl.  
Finanzberater (EFA) und EIP bzw. auch  
**11,5 gewichtete MiFID II Punkte** vergeben.

Reg-Nr. 107-2021





# Ihre Ansprechpartner

motiv nutzt das Know-How aus jahrelanger Erfahrung in führenden Positionen in der Entwicklung und im Vertrieb von Treasury- und Asset-Management-Lösungen und kombiniert es mit der Kompetenz aus Psychologie & Motivforschung.

[www.motivy.at](http://www.motivy.at)

Friedrich Strobl, MBA

+43 664 527 8360

[friedrich.strobl@motivy.at](mailto:friedrich.strobl@motivy.at)



Alexandra Baldessarini, CIIA, CEFA

+43 680 331 8583

[alexandra.baldessarini@motivy.at](mailto:alexandra.baldessarini@motivy.at)



