

Vertriebskommunikation
für Banken und Versicherungen

touchmore

„Die will ich!“ – Über Design & Inszenierung Kreditkarten verkaufen

Kunde: Berliner Sparkasse
Bereich: Girokonto / Kreditkarte



Die Ausgangssituation

Die Berliner Sparkasse hat mit ihrem „Reisepaket Gold“, dem „Reisepaket“ und ihrer „Prepaid Card“ drei Kreditkarten-Produkte, die das Girokonto ergänzen.

Doch nur jeder fünfte Kunde entscheidet sich bei Konto-Neueröffnung für die Vorteile einer Kreditkarte.



Die Aufgabe

Es soll eine neue Verkaufslogik entwickelt werden, die es Beratern leicht macht, mit Kunden bei der Kontoeröffnung auch einen Kreditkartenvertrag abzuschließen.



Die Lösung

- Neuordnung der Farbhierarchie der Karten
- Inszenierung der Karten am PoS durch eine Kartenbox, Lenticular-Wechselbildkarten und eine Logoloop-Endloskarte als Verkaufshilfen.
- Eine motivierende Kurzanleitung für die Implementierung der Verkaufslogik ohne zusätzliches Training
- Impulsvortrag zur Vermittlung des Konzepts an die Führungskräfte

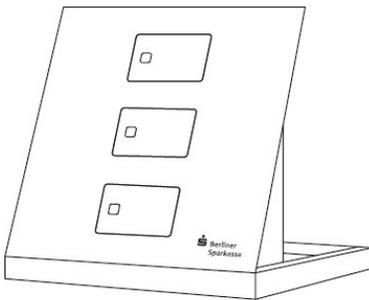




Kurzanleitung (Auszug)

 **Berliner Sparkasse**

Argumentierst Du noch, oder begeisterst Du schon?
Die Anwendung der Kartenbox



Inhalt: 1 x Box
9 x Infokarten
12 x Wackelkarten



Du brauchst:



Einen Kunden Gute Laune Freude an der Begegnung ca. 15 Minuten Zeit

Bevor Du beginnst:



1



Regie:

- Box liegt sauber und offen auf dem Tisch - Deckel mit Karten ist dem Kunden zugewandt
- Ggf. Deckel leicht vor- und zurückklappen, um Kreditkarten für den Kunden „lebendig“ werden zu lassen

Text / Aktion - Kartenbox:

„Ich möchte Ihnen in 15 Minuten kurz unsere neuen Kartenpakete vorstellen, in denen verschiedene Leistungen stecken.“

Sie dürfen entscheiden, womit wir beginnen.“

- Kunde Karte auswählen lassen, die ihm dann als erste vorgestellt wird
- Wenn Kunde keine Karte wählt, mit der GOLD-Karte beginnen

Das Ergebnis

- Mehr als 50% Zuwachs der bei Kontoeröffnung verkauften Kreditkarten in den ersten drei Monaten nach Einführung der neuen Verkaufslogik
- 17% durchschnittlicher Zuwachs pro Jahr in den fünf Folgejahren



Feedback

"Netto haben wir in drei Monaten so viele Kreditkarten verkauft wie im gesamten letzten Jahr."



Birgit Kornatz

Marketingleiterin, Berliner Sparkasse
Berliner Sparkasse

Fühlbar mehr Wirkung



02191 - 98370



intouch@touchmore.de



www.touchmore.de



Link zu dieser [Case Study](#)