

Manifest der Kundenbegeisterung

Gemeinsam geht morgen besser!

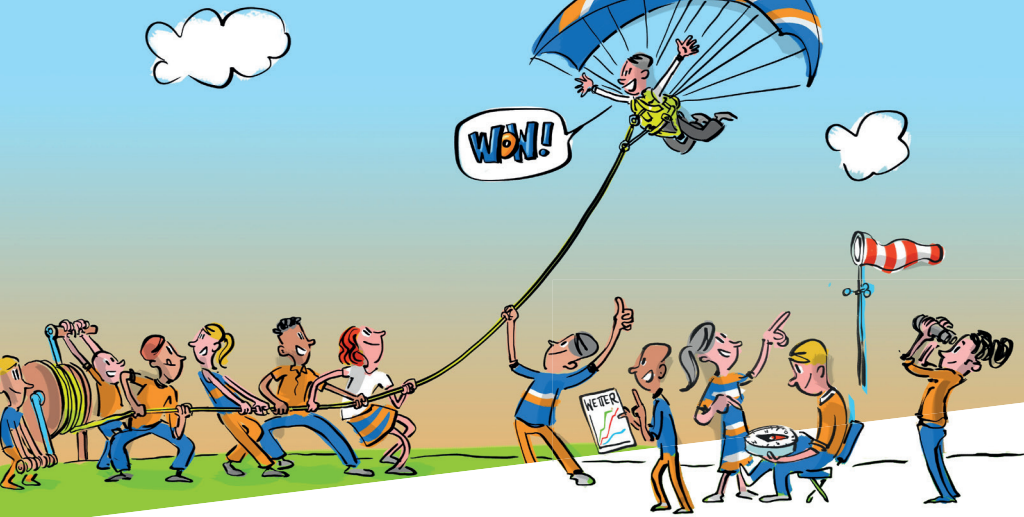


Kapitel 1: Situations- und Problembeschreibung

- 1 Wir, die VR-Bank Ludwigsburg, waren die letzten drei Jahre aufgrund der Fusion hauptsächlich mit uns selbst beschäftigt und an manchen Stellen zu wenig mit unseren Kundinnen und Kunden. Hier setzen wir an.
- 2 Unser Fokus lag so sehr auf der Vermeidung von Fehlern, dass wir zuweilen den Blickwinkel unserer Kunden und Kundinnen aus den Augen verloren haben. Wir schaffen Raum für mutige Schritte: Lieber durch einen kleinen Schritt ins Ungewisse einen Kunden begeistern, als in alten Prozessen feststecken! – Mehr Mut zur Kundenbegeisterung!
- 3 Wir haben eine Menge tolle Produkte, Services und Ideen, aber nicht immer kommen diese in der Kommunikation bei unseren Kundinnen und Kunden optimal an. Das werden wir ändern.

Kapitel 2: Ziele und Ideale

- 1 Wir wollen mit herausragendem Service und besten Leistungen nicht nur punkten, sondern echte Begeisterung bei unseren Kunden und Kundinnen entfachen – so stark, dass sie am liebsten VR-Bank-Fanartikel sammeln würden.
- 2 Wir, die VR-Bank Ludwigsburg, sind eine Bank fürs Leben – vom ersten Sparschwein bis zur Traumimmobilie, vom Kinderkonto bis zur Altersvorsorge: Mit unseren Kundinnen und Kunden feiern wir die großen Meilensteine, schätzen die kleinen Alltagsmomente und bleiben selbst in Krisenzeiten felsenfest an ihrer Seite.
- 3 Wir sind herzlich, sympathisch und lassen gerne auch mal unsere persönliche Seite durchblitzen – letztendlich wie unsere Kunden und Kundinnen: echt, bodenständig und mit dem Herz am richtigen Fleck.
- 4 Die geschriebenen als auch ungeschriebenen Gesetze einer Bank sind manchmal zum Haare raufen, aber wir geben jeden Tag unser Bestes sie in einfache Lösungen für unsere Kundinnen und Kunden zu übersetzen.
- 5 Wann das Manifest erfolgreich war? Wenn wir eine Unternehmenskultur geschaffen haben, bei der Kundenbegeisterung nicht nur ein Schlagwort ist, sondern so spürbar wie der erste Schluck Kaffee am Morgen.



Sie haben WOW-Ideen oder Lust noch aktiver an der Kundenbegeisterung mitzuarbeiten?

Dann freue ich mich sehr, wenn Sie sich bei mir ganz unkompliziert und formlos im Büro der unmöglichen Möglichkeiten melden.

BuM@VRBank-LB.de · Tel. 07141 248-1410
www.vrbank-lb.de/WOW



Nils Fischer

Kapitel 3: Forderungen und Arbeitsanweisungen

- 1** Jeder Mitarbeitende fühlt sich persönlich verantwortlich, unsere Kunden und Kundinnen mit exzellentem Service zu begeistern und mit großartigen Leistungen ständig WOW-Momente zu schaffen.
- 2** Wenn wir unseren Kundinnen und Kunden etwas versprechen und sagen: „Wir kümmern uns“, dann können sie sich darauf verlassen.
- 3** Wir stehen zu unseren Entscheidungen. Das heißt, auch in schweren Momenten unterstützen wir unsere Kunden und Kundinnen und lassen sie nicht im Stich.
- 4** Das Geld unserer Kundinnen und Kunden behandeln wir wie unser eigenes. Ihre Bedürfnisse stehen jederzeit im Vordergrund und wir begleiten sie bei all ihren Entscheidungen. Wir gehen aktiv auf sie zu, wenn sich Chancen bieten und wehren finanzielle Gefahren ab.
- 5** Wir sind lebensfroh und authentisch, lieben unsere Arbeit, unsere Kunden und Kundinnen und geben diese Lebensfreude großzügig weiter.

Kapitel 4: Appell an das Gemeinschaftsgefühl

- 1** Wir ziehen alle an einem Strang, um unseren Kundinnen und Kunden besondere Momente zu schaffen. Egal ob wir im direkten Kundenkontakt stehen oder unseren Kolleginnen und Kollegen als Möglichmacher im Hintergrund den Rücken freihalten.
- 2** Wir lieben es, unsere Kunden und Kundinnen zu begeistern, aber mehr noch, wenn sie uns und allen anderen erzählen, wie glücklich wir sie gemacht haben.
- 3** Wir lieben unsere Region und werden alles dafür tun, dass zukünftige Generationen den gleichen oder einen besseren Lebensstandard hier genießen können.
- 4** Unsere Wurzeln als Genossenschaft sind so aktuell wie nie: Wir glauben an ein einfaches Prinzip – gemeinsam geht morgen besser!

