

*„Es ist weder die stärkste Spezies, die überlebt,
noch die intelligenteste, sondern diejenige,
die sich am besten auf Veränderungen einstellt“*

Charles Darwin

■ WAS HABEN EIN BANKER
UND TANTE EMMA
GEMEINSAM?

Pole-Position

Eine Strategie für internes Wachstum in Banken

Wir freuen uns auf Ihren
Terminvorschlag für ein
interessantes Gespräch über
das, was Ihre Berater stark und
somit Ihr Unternehmen noch
zukunftsfähiger macht.



ESCOLA GmbH
Vor dem Peterstor 14
36037 Fulda
T 0661 – 90 199 931
F 0661 – 90 199 326
info@escola.biz
www.escola.biz

ESCOLA SICHERT INTERNES WACHSTUM

ESCOLA 
AKADEMIE | BERATUNG

Vorteil Persönlichkeit

Seit Jahren ist der Finanzmarkt im Umbruch. Vertrauen, Verantwortung und Verlässlichkeit sind mehr denn je gefordert. Einen guten Berater zeichnen aber vor allem seine Empathiefähigkeit und eine authentische Persönlichkeit aus – eben wie bei Tante Emma, wo man beim Einkauf stets gut beraten wurde.

Langfristiger Erfolg im Finanzvertrieb ist deshalb insbesondere dann erzielbar, wenn die Strategie des Unternehmens auf die individuelle Stärkung und Entwicklung seiner Führungskräfte und Mitarbeiter setzt. Denn letztlich haben die besten Banken auch die besten Berater.

Die Pole-Position-Strategie ist eine speziell für den Finanzvertrieb entwickelte Vorgehensweise, die das interne, nicht-fachliche Potenzial des gesamten Vertriebsteams fördert. In dessen Haupt-Entwicklungsfeldern fokussiert sie auf die Führungskräfte-Kompetenzen ebenso wie das Zusammenwirken und die individuellen Potenziale aller beteiligten Menschen.

Die ESCOLA-Managementberatung

fördert die strategische Unternehmensentwicklung mit einem neuen Beratungsverständnis, das die ökonomische Unternehmerzielsetzung mit dem ethischen Wertesystem einer wertschätzenden Entwicklungsstrategie für den Menschen verbindet. Zusammen ermöglicht dies kontinuierliches Wachstum und Erfolg für das Ganze – aber auch für alle beteiligten Menschen.



Jörg Göhringer
Senior Consultant mit 25 Jahren Bankerfahrung
Entwickler der Pole-Position-Strategie



Quelle: Deutsche Fotothek, Renate und Roger Rössing, 1953

Die Rückgewinnung des Kundenvertrauens ist zentrale Aufgabe im Finanzvertrieb. Sie erfordert Menschen, die sich weiter entwickeln – fachlich wie persönlich, intern wie extern

Was ist die Pole-Position-Strategie?

Sie vereint die Erfordernisse aktueller Kundenerwartungen mit den Notwendigkeiten für ein zukunftsfähiges Bankengeschäft. Dazu integriert sie in hohem Maße die Entwicklungspotenziale der beteiligten Mitarbeiter. All dies erfolgt höchst individuell und deshalb auch ebenso effizient.

Warum die Pole-Position-Strategie?

Gute Kundenbetreuung ist die Basis für den langfristigen Vertriebserfolg einer Bank. Patent- und Standardlösungen helfen hier nur bedingt weiter. Mit fallspezifischen Maßnahmen, die von der Leit- und Führungskultur im Unternehmen bis hin zum einzelnen Mitarbeiter reichen, nutzt die Pole-Position-Strategie die vorhandenen Besonderheiten. Das sorgt für mehr Effizienz und Erfolg für Mensch und Unternehmen.

Wie setzt die Pole-Position-Strategie an?

Eine zielorientierte Analyse beleuchtet zunächst signifikante Entwicklungsfelder des Unternehmens sowie seiner Vertriebsmitarbeiter. Auf Basis erprobter und innovativer Modelle (die u.a. auch an der Universität St. Gallen im Einsatz sind) werden dann gemeinsam Maßnahmen entwickelt, die – auf Basis fallspezifischer interner Stärken – in einen fortlaufenden Optimierungsprozess der Bereiche Vertrieb, Führung und Kundenbetreuung münden.

Wem nutzt die Pole-Position-Strategie?

Unternehmen und Mitarbeitern im Finanzvertrieb, für die der Branchenwandel auch Chance zu einer Weiterentwicklung individueller und menschlicher Potenziale ist. Denn nur diese sind Garanten für Erfolg und Wachstum.