

Zukunft braucht Vertrauen

Projektverantwortung für Azubis im Gewinnsparen



Zielsetzung

Mit einem Azubiprojekt zum Thema Gewinnsparen werden Ihre Auszubildenden dazu befähigt, sich im Vertrieb aktiv einzubringen und lernen am Beispiel des Gewinnsparens, die Kundenansprache weiter auszubauen. Darüber hinaus übernehmen die Azubis durch die Planung und Durchführung eines nachhaltigen Projekts im Einzugsgebiet der Bank soziale Verantwortung. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Nutzung neuer Medien, digitaler Vertriebswege, eigenverantwortlichem Arbeiten sowie der gezielten Ansprache der Generation Z als als Hauptkernzielgruppe. Ein Wettbewerb mit Prämie für ein Teamevent sorgt dabei für zusätzliche Motivation.

Wettbewerb

- Besprechen Sie Ziele und Ablauf mit Ihrem Regionalleiter
- **Melden Sie uns vor Projektstart die Anzahl und Namen der Teilnehmenden**
- Die Azubis tragen die verkauften Gewinnsparelose im Projektverlauf selbst in den Erlebnisbericht ein
- **Abhängig von der Anzahl der verkauften Lose erhält die gesamte Azubi-Gruppe eine Prämie in Form eines Teamevents.**
 - Bronze bei 40 Losen pro Woche & Azubi = 30ct je Los
 - Silber bei 44 Losen pro Woche & Azubi = 33ct je Los
 - Gold bei 50 Losen pro Woche & Azubi = 38ct je Los

Teambuilding stärken!



Soziale Verantwortung

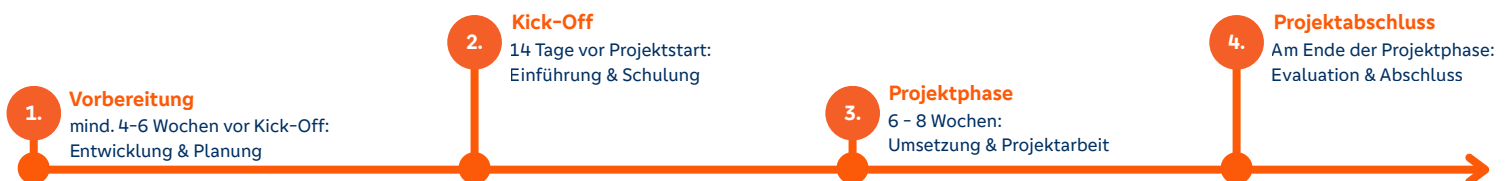
DDamit sich Ihre Azubis auch intensiv mit dem Aspekt des Helfens auseinandersetzen, empfehlen wir, dass die Teilnehmenden ein soziales Projekt auswählen, das am Ende des Projektzeitraums die erwirtschafteten Reinerträge erhält. Das Reinertragsbudget bemisst sich am Jahresreinertrag der im Aktionszeitraum verkauften Lose. Ziele, benötigte Ressourcen und den Zeitplan legen die Azubis dabei selbst fest. Darüber hinaus eignen sich die Helfen-Projekte besonders gut für spannendes Storytelling, das sich wirkungsvoll in die Social-Media-Strategie integrieren lässt.



Storytelling für Social Media



Helfen in der eigenen Region



1. Vorbereitung

Ziel: Entwicklung einer detaillierten Vertriebskampagne in einem ca. 60-minütigen Termin (digital)

- Definition von Zielen, Meilensteinen, begleitenden Maßnahmen, wie Mailings, Selektionen, Banner etc.
- Abstimmungen zum sozialen Projekt
- Teilnehmende: Bankenverantwortliche für Vertrieb, Vertriebssteuerung, Marketing, Personal, Azubi-Vertreter, Regionalleiter und Trainer

2. Einführung & Schulung

Ziel: Einführung in das Gewinnsparen und soziale Projekte in einem Kick-Off Tagesworkshop in Präsenz durch den GSV

- Schulung in den Grundkenntnissen zum Gewinnsparen, zum Vertrieb, zur Kundenansprache gemäß eines entwickelten Gesprächsleitfadens und zum Projektmanagement
- Einführung in die Nutzung neuer Medien (Social Media, Blogs, Podcasts, ...) gemäß Bankenvorgaben
- Start des Wettbewerbs

Zukunft braucht Vertrauen

Projektverantwortung für Azubis im Gewinnsparen

3. Umsetzung & Projektarbeit

Ziel: Start der Vertriebskampagne & des sozialen Projekts

- Launch der Social Media Kampagnen auf allen Kanälen
- Dokumentation der Projektfortschritte im Banken-Blog oder Podcast
- Organisation und Abstimmungen für das soziale Projekt
- Betreuung über digitalen Austausch mit dem GSV
- digitales Halbzeitgespräch mit dem GSV (60 Min.)

4. Evaluation & Abschluss

Ziel: Evaluierung des Projekts & Präsentation der Ergebnisse

- Abschlussbewertung der Kampagne, Zielerreichung & Kundenreaktionen
- Reinertragsübergabe für das soziale Projekt mit einem Event oder einer Präsentation verbinden
- Bankinterne Kommunikation & Feedback über das Projekt
- Interne Siegerehrung des Wettbewerbs
- digitaler Projektabschluss mit dem GSV (60 Min.)



Vollumfängliche Kommunikation

Um das Projekt in allen Bereichen sichtbar zu machen, empfiehlt es sich, neben den Social-Media-Kanälen auch die Bankfilialen zu nutzen, um das Thema Gewinnsparen stärker in den Fokus zu rücken. Neben unseren bestellbaren Promotion-Tools für größere Aktionen empfehlen wir außerdem den Einsatz von Plakaten und Flyern, um Gewinnsparen im gesamten Aktionszeitraum präsent zu machen. Nutzen Sie auch im Online-Banking Banner, um Ihre Kundinnen und Kunden auf die Möglichkeiten des Gewinnsparens aufmerksam zu machen.



Promotion - Tools

Tresor, Promotionfahrzeug und Glücksrad sind der perfekte Eyecatcher und ein besonders Highlight für Ihr Projekt. Unter www.gsv.de können unsere Tools bestellt werden.



QUICK TIPS

- Promotion-Tools, Plakate und Flyer, unsere Kochboxen und digitale Banner finden Sie im GSV Banken-Bereich
- Helfen-Projekte eignen sich perfekt, um emotionale Geschichten auf Social Media zu erzählen
- Nutzen Sie die Prämien als Motivationsschub während des laufenden Projekts und sprechen Sie über den aktuell erreichten Status in wöchentlichen Meetings



Zusammenfassung

Der Prozess ermöglicht es Azubis, praktische Verantwortung in Vertrieb und sozialen Projekten zu übernehmen. Der Fokus liegt auf der Nutzung moderner Medien sowie auf einer Umsetzung von der Generation Z für die Generation Z. Dabei werden sowohl der Vertriebs Erfolg als auch die soziale Wirkung messbar gemacht. Die attraktive Prämie für ein gemeinsames Teamevent sorgt für zusätzlichen Anreiz. Am Ende des Projekts wird der Gewinnsparen-Staffelstab symbolisch und physisch an den nächsten Jahrgang übergeben, der das Projekt fortführt. Somit wird die Projektverantwortung für das nächste Jahr übertragen.