

Kundennah. Unverwechselbar. Verkaufsstark.

## Geno-FilialConcept®

### Praxislösungen aus einer Hand

Seit vielen Jahren steht der Name DG VERLAG für flexible und vertriebsorientierte Einrichtungslösungen für Volksbanken und Raiffeisenbanken. Kontinuierlich wurden Filialkonzepte weiterentwickelt. Heute steht den Volksbanken und Raiffeisenbanken mit Geno-FilialConcept® ein professionelles Gesamtangebot zur Verfügung. Martin Kunz

Mit „GenoMax® – Filiale der Zukunft“ legte der DG VERLAG den Grundstein für seine Filiallösungen. Zunächst als professionelle Planung für den Umbau bestehender Filialen gestartet, entwickelte sich schnell ein breiterer Lösungsansatz für die unterschiedlichsten Einrichtungsfragen und Filiallösungen.

#### Auf die Marke einzahlen

Das Image der Großbanken als vertrauenswürdige Finanzdienstleister hat in den letzten Jahren gelitten. Die Genossenschaftsbanken dagegen konnten in diesen Krisenjahren ihr Image verbessern. Die Genossenschaftliche FinanzGruppe steht für solides Wirtschaften und Vertrauen. Auf Basis der BVR-Kommunikationsstrategie, die die starke Marke in den



Vordergrund stellt und regionale und lokale Besonderheiten der einzelnen Bank integriert, konnten sich die Volksbanken und Raiffeisenbanken hervorragend am Markt positionieren. Die Marke Volksbanken Raiffeisenbanken steht für starke, unverwechselbare Werte. Die markenkonforme Lösung „Geno-FilialConcept®“ vereinfacht den Modernisierungsprozess für die Filialen der Genossenschaftsbanken. Die unter diesem Dach vereinten Einrichtungslösungen bieten alles, was eine vertriebsstarke Bankfiliale braucht. Von der CI-konformen

Professionalisierung der Werbe- und Dekorationselemente im Rahmen von „Geno-Filial-Design® – Kontaktpunkte optimieren“ über „GenoMax® – Filiale der Zukunft“ mit seinen intelligenten Wegeleitsystemen, Prozessoptimierungsansätzen und Kassensystemen bis hin zur Marktumfeldanalyse oder zur professionellen Begleitung mit „Geno-Market“ über eine Filialneueröffnung hinaus. Sämtliche Ausstattungsdetails gehören ebenso in das Gesamtportfolio wie das bestens etablierte Filial-TV „Geno-InfoMonitor®“ und qualitativ hochwertige Außenwerbung.

#### Der beste Weg zur verkaufsstarken Filiale

Am Anfang einer Modernisierung steht eine genaue Zielbestimmung. Was genau soll mit



einer Filiale oder mit den Filialen einer Regionalbank geschehen? Was erhoffen sich die Entscheider? Welches Investitionsvolumen steht zur Verfügung? Wie passt die Gestaltung in das vertriebliche Gesamtkonzept inklusive Online-Auftritt, PR-Veranstaltungen und Printwerbemedien? Hier zeigt sich eine der Stärken von Geno-FilialConcept: Das Expertenteam des DG VERLAGES steht den Entscheidern in der Bank zur Seite. Erst nach intensiven Gesprächen und umfangreichen Bestandsaufnahmen werden Pläne und Vorschläge gemeinsam erörtert, um die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Ob zunächst eine Marktumfeldanalyse ratsam ist, um die Anforderungen der Kunden an ihre Bank an einem ausgesuchten Standort zu bestimmen, oder ob eine Veränderung der baulichen Gegebenheiten erforderlich ist, zeigt sich in manchen Fällen erst in einem Konzeptworkshop.

**Auf Augenhöhe mit den Kunden**

Mit der Einführung des BVR-Projekts „Beratungsqualität“ haben BVR und Genossenschaftsbanken sich das Ziel gesetzt, die Nr. 1 in der Mitglieder- und Kundenzufriedenheit sowie in der Mitarbeiteridentifikation und -qualität zu werden. Beratungsqualität muss für den Kunden erlebbar sein.

Einen wichtigen Erfolgsfaktor bilden hier u.a. die räumlichen Gegebenheiten: Die Kunden- und Beraterplätze und die Beraterzimmer sollten dafür geeignet sein, gemeinsam mit den Kunden einen Bildschirm einzusehen.

**Umfassende Beratung**

Ergebnisworkshop  
 Kassenkonzept/ CAD-Grundriss/3D-Ansichten  
 Technikberechnung Vorher-Nachher-Visualisierung/  
**Vor-Ort-Besichtigung Ergebnispräsentation**

# Die optimale Filiale

**Kundennah. Unverwechselbar. Verkaufstark.**

Projektaufnahme/Fotos Zeitplan/Projektplan/Angebot  
**CI-konforme Produktempfehlung/Beratung**  
 Konzeptworkshop Marktumfeldbetrachtung  
 Modellplanung 1:25

Damit kann die vorschriftsmäßige Dokumentation der Beratung unterstützt werden. Das ist ausschlaggebend für den Eindruck, den Mitglieder und Kunden von der Professionalität ihrer Bank gewinnen.

Ein ungünstiger Eindruck entsteht beispielsweise, wenn sich Kunden am überfüllten Schreibtisch im Büro des Beraters einen Besucherstuhl heranziehen müssen, um dann – in ergonomisch schlechter Haltung – auf den PC-Bildschirm des Beraters zu schauen. Beeindruckender und geschäftsfördernder ist die Wertschätzung, die Kunden erfahren, wenn sie in ein exklusiv dafür vorgesehenes Berater-

zimmer eingeladen werden. Dort hängt ein Bildschirm von angemessener Größe für alle leicht einsehbar an der Wand oder ist am Kopf eines kleinen Konferenztisches installiert – und alle Beteiligten sitzen mit gutem Blick auf gleichwertigen, bequemen Stühlen. So kann ein partnerschaftliches Gespräch auf Augenhöhe beginnen.

Solche idealen Bedingungen im Sinne einer einheitlichen Beratungsqualität zu gestalten, ist mit Geno-FilialConcept und seinen Lösungen ein Leichtes. Optimale Beratungssituationen entstehen mit dem CI-konformen Mobiliar „VR-ConceptLine“. Exklusiv und in



**Geno-FilialDesign**<sup>®</sup>  
 Kontaktpunkte optimieren



**GenoMax**<sup>®</sup>  
 Filiale der Zukunft





Beamerprojektion mit Geno-InfoMonitor®: Die VR-Bank Rhein-Sieg eG nutzt die Dunkelheit für eine besonders eindrucksvolle Platzierung sich abwechselnder Werbeaussagen.



Geno-FilialConcept® umfasst im Bereich Außenwerbung z.B. auch professionelle, stromsparende LED-Leuchtwerbung: für einen starken Außenauftritt auch bei Nacht.



Symbiose: Geno-FilialDesign® und Geno-InfoMonitor® richten Beraterzimmer professionell markenkonform ein – und unterstützen bei der Umsetzung der im Projekt „Beratungsqualität“ definierten Anforderungen.

Abstimmung mit der CI-Agentur für die Volksbanken und Raiffeisenbanken entworfen, bestechen die Möbel durch speziell entwickelte Formen und Funktionalitäten sowie durch einen herausragenden Materialmix: Die Formsprache nimmt die wesentlichen Merkmale des Markenzeichens auf. Die Funktionalität steht im Dienst der professionellen, wertschätzenden Beratung und des erfolgreichen Abschlusses.

### Vertriebsstark in die Zukunft

Mit der Lösung Geno-FilialConcept können die Genossenschaftsbanken auf ein einzigartiges Angebot zurückgreifen, das ihren Auftritt in der realen und der digitalen Welt harmonisiert und gleichzeitig alle vertriebsunterstützenden Aspekte konzeptionell vorausgedacht hat. Die Lösungen sind ein hervorragendes Differenzierungsmerkmal zu den direkten Markt-

konkurrenten. Das Ziel ist, die Inhalte der Marke konsequent sowohl vor Ort als auch online umzusetzen bei einem durchgehend hohen Individualisierungspotenzial.

#### Martin Kunz

Geschäftsbereich MarktService  
DG VERLAG  
mkunz@dgverlag.de

## VR-ConceptLine

Sideboard mit seitlichen Schubladen für Büro- und Informationsmaterial, Vorbereitung für technische Anschlüsse. Der Tisch, der Form des Markenzeichens nachempfunden, bietet Platz für alle Beteiligten, der Bildschirm ist für alle gut einsehbar und vor störendem Lichteinfall geschützt.



„State of the Art“: das passende Ambiente auch für erfolgreiche Beratungsgespräche bei spontanen Anfragen in der Kundenhalle. Die Stehtischkombination bietet Diskretion durch eine innovative räumliche Abtrennung, Stauraum für Informationsmaterial, technische Anschlüsse und Platz für alle Gesprächsteilnehmer.