

KI im Vertrieb: weniger Anlässe, anspruchsvollere Gespräche

Impulsreferat für Geschäftsleitung und Führungskräfte im Vertrieb von Regional- und Kantonalbanken · David Rippmann, Present Value GmbH

Die Ausgangslage vieler Banken

- KI ist angekommen. Copilot oder ähnliche Werkzeuge sind verteilt, erste Anwendungen laufen, oft in Prozessen und Compliance. Die Nutzung ist unterschiedlich, die Wirkung im Vertrieb meist offen.
- Den Banken geht es gut, und das Vertrauen der Kunden ist hoch. Gerade deshalb bleibt eine Frage oft liegen: Was verändert KI an der Kundenschnittstelle, und wie verdient die Bank morgen ihr Geld?
- Der Vertrieb lebt stark von gewachsenen Kundenbeziehungen. Wachstum verlangt zusätzlich, aktiv auf Kunden und neue Kunden zuzugehen.

ZIEL DES IMPULSES

Die Geschäftsleitung und die Führungskräfte im Vertrieb verstehen, was KI an der Kundenschnittstelle tatsächlich verändert, und klären gemeinsam, was das für die Ziele ihrer Bank und für ihre eigene Rolle heisst.

Drei Kernaussagen

01 KI spart Zeit im Hintergrund und macht das Gespräch anspruchsvoller.

Gerichte erleben es bereits: KI-erstellte Eingaben kosten mehr Zeit, weil jemand das Wesentliche herausfiltern muss. In der Medizin führen vorbereitete Patienten längere Gespräche. In der Bank wird es nicht anders sein. Der Berater wird zum Filter, der einordnet und sagt, was sich lohnt und was nicht.

02 Die Kunden bleiben, aber sie machen immer weniger mit ihrer Bank.

70%

sind seit über sieben Jahren bei ihrer Hauptbank

63%

nutzen mehrere Bankverbindungen

45%

schlossen im letzten Jahr ein Produkt bei einem neuen Anbieter ab

Die Gefahr ist nicht der Verlust von Kunden, sondern dass die Beziehung leise an Wert verliert. Die erste Frage stellt der Kunde oft nicht mehr der Bank, sondern einer KI. Wer davon nichts erfährt, verpasst den Anlass. Wachstum entsteht dort, wo der Vertrieb Anlässe erkennt und aktiv nutzt, etwa Erbschaft, Pensionierung oder Nachfolge.

Quelle: Accenture, Schweizer Bankkunden 2025.

03 Die gewonnene Zeit entscheidet.

Rund die Hälfte der vermögenden Kunden wünscht eine ganzheitliche Beratung, aber nur etwa **5%** erhalten sie (Simon-Kucher). Wer die gewonnene Zeit nur einspart, senkt Kosten. Wer sie in Kundenbeziehungen investiert, wird zum Befähiger und schafft Ertrag. Effizienz sichert das Mitspielen, gewinnen tut man an der Kundenschnittstelle.



Ablauf (90 Minuten)

- 15 Min.** **Was KI heute wirklich kann.** Wo sie entlastet, wo sie Mehrarbeit schafft. Beispiele aus Gerichten, Medizin und Detailhandel.
- 15 Min.** **Kunde, Beratende, Bank: drei Seiten der KI.** Wie Kunden KI nutzen, wie Beratende sie nutzen und was die Bank an der digitalen Schnittstelle bietet. Die Bank muss nicht die erste Antwort geben, aber die verlässliche.
- 15 Min.** **Vom Verwalter zum Gestalter der Kundenbeziehung.** Welche Rolle der Vertrieb künftig spielt und was Führung dazu beiträgt.
- 35 Min.** **Die eigene Bank im Spiegel (interaktiv).** Wo stellt unser Kunde heute seine erste Frage, und was bieten wir ihm dort? Welche Anlässe nutzen wir, welche verpassen wir? Was lässt sich sofort umsetzen, was braucht einen Grundsatzentscheid?
- 10 Min.** **Drei Fragen für die nächsten Monate.** Welche Kunden wollen wir aktiv angehen? Was sollen unsere Beratenden können? Woran merken wir, dass es wirkt?

Der Ablauf lässt sich auf 60 Minuten verkürzen, zum Beispiel für eine Strategieklausur oder ein Gremium mit mehreren Banken. Der interaktive Teil bleibt dabei zentral.

Was die Teilnehmenden mitnehmen

- ✓ Ein gemeinsames Bild, wie KI die Kundenbeziehung verändert, aus Sicht von Kunde, Beratenden und Bank.
- ✓ Eine erste Liste von Anlässen, die der Vertrieb künftig aktiv nutzt.
- ✓ Eine Einschätzung, wie bestehende KI-Werkzeuge im Vertrieb mehr Wirkung entfalten.
- ✓ Eine einseitige Zusammenfassung mit den wichtigsten Erkenntnissen, innert einer Woche.

Rahmen

Teilnehmende	Geschäftsleitung und Führungskräfte Vertrieb
Dauer	90 Minuten, auf 60 Minuten anpassbar
Vorbereitung	Vorgespräch von 45 Minuten, um den Impuls auf die Bank zuzuschneiden
Konditionen	Pauschalpreis, nach einem ersten Gespräch

Auf Wunsch danach

Eine vertiefte Standortbestimmung zu Vertrieb und Kundenschnittstelle oder die Befähigung der Beratenden mit Fachleuten aus der Praxis, gemeinsam mit meinem Partner TransPerform.

David Rippmann, MSc

Managing Partner, Present Value GmbH · CCO à discrétion

KI macht Wissen billig. Ich mache Menschen in Vertrieb und Führung wirksam.

David Rippmann bringt Vertrieb und Führung wieder in Bewegung, weil er ausspricht, was intern niemand mehr sagt. Er kennt Banken seit Jahrzehnten von der Technologie-, der Beratungs- und der Kundenseite, unter anderem aus Tätigkeiten bei Avaloq, Crealogix und als Partner einer Beratungskanzlei. Er unterrichtet Verhandlung und Kommunikation an der ZHAW und führt im KLARTEXT-Podcast Gespräche mit Entscheidern aus Wirtschaft und Wissenschaft.

PRESENT VALUE GMBH

+41 76 560 06 51

rippmann@present-value.ch
present-value.ch

*Erfahrung im Kopf,
Leidenschaft im Herzen.*