

Es geht noch besser

Online-Vertrieb. Analysen zeigen Handlungsbedarf.

Thorsten Dubow, Finanz Informatik

Da der Weg, wie Kunden Kontakt zu ihrem Finanzinstitut suchen, vom Anlass abhängt, sind Sparkassen gefordert, ihren Kunden ein passendes Multikanal-Angebot bereitzustellen. Die Finanz Informatik (FI) hat mit der Internet-Filiale, der für mobile Endgeräte optimierten Internet-Filiale mobile und den Sparkassen-Apps der Star Finanz ein Multikanal-Angebot für Sparkassen realisiert.

Die Verzahnung von stationären und medialen Komponenten aus OSPlus bietet die IT-Basis zur systematischen Erschließung des Vertriebspotenzials. Die vorhandenen IT-Lösungen für den medialen Vertrieb werden noch nicht flächendeckend genutzt. Das Beratungsangebot „OSPlus-Update Medialer Vertrieb“ unterstützt Sparkassen bei der optimierten Nutzung für einen nachhaltigen Online-Vertrieb.

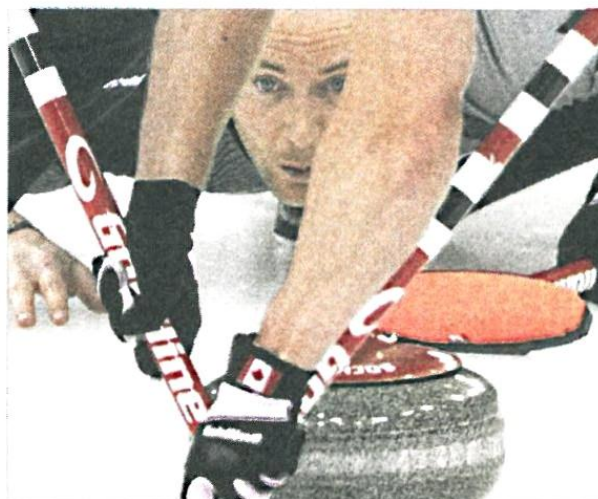
Am Anfang steht eine Analyse der Kernthemen im medialen Vertrieb. Hier werden Nutzungszahlen erhoben und Kennzahlen aufbereitet, um

den Handlungsbedarf aufzuzeigen. Institute erhalten auf Basis ihres bankfachlichen Zielbildes konkrete Vorschläge für individuelle Verbesserungen, die mit der FI auf Basis individueller Maßnahmen umgesetzt werden.

Seit 2012 haben mehr als 170 Sparkassen die Anwendung in Anspruch genommen. Die Erfahrungen lassen drei Handlungsfelder erkennen, in denen Institute vorrangig aktiv werden müssen, um in der Beratungspraxis den Multikanal-Vertrieb zu verzahnen: eine verstärkte Nutzung des Kampagnenmanagements für die mediale Endkundenansprache, eine intensivere Nutzung des elektronischen Postfachs für die Bereitstellung von Dokumenten wie etwa Kontoauszügen sowie der Ausbau des Online-Produktverkaufs mit fallabschließenden Prozessen.

Im Rahmen von Workshops stellen FI-Einsatzberater Maßnahmen vor und verdeutlichen mit Best-Practice-Beispielen das Optimierungspotenzial.

Ausführlicher Beitrag auf sparkassenzeitung.de/IT



Die richtige Analyse ist auch für Sportler vorentscheidend. Schließlich will das Ziel genau erkannt werden – beim Curling oder auch in der IT.

Foto: dpa

Es geht noch besser

Thorsten Dubowy, Finanz Informatik

Neue Technologien verändern nachhaltig das Kundenverhalten. So kaufen laut Branchenverband Bitkom bereits mehr als 90 Prozent Waren im Internet, und die Zahl der Online-Banking-Nutzer steigt kontinuierlich, auf aktuell 45 Prozent.



Die richtige Analyse ist auch für Sportler vorentscheidend. Schließlich will das Ziel genau erkannt werden – beim Curling oder auch in der IT.

(dpa)

Da der Weg, wie Kunden Kontakt zu ihrem Finanzinstitut suchen, vom Anlass abhängt, sind Sparkassen gefordert, ihren Kunden ein passendes Multikanal-Angebot bereitzustellen. Die Finanz Informatik (FI) hat mit der Internet-Filiale, der für mobile Endgeräte optimierten Internet-Filiale mobile und den Sparkassen-Apps der Star Finanz, ein Multikanal-Angebot für Sparkassen realisiert.

Die Verzahnung von stationären und medialen Komponenten aus OSPlus bietet eine ideale IT-Basis zur systematischen Erschließung des Vertriebspotenzials. Die vorhandenen IT-Lösungen für den Medialen Vertrieb werden noch nicht flächendeckend genutzt. Mit dem Beratungsangebot „OSPlus-Update Medialer Vertrieb“ unterstützt die FI Sparkassen bei der optimierten Nutzung für einen nachhaltigen Online-Vertrieb.

Am Anfang steht eine Analyse der Kernthemen im Medialen Vertrieb. Hier werden Nutzungszahlen erhoben und Kennzahlen aufbereitet, um den Handlungsbedarf mit einer medialen Landkarte aufzuzeigen. Institute erhalten auf Basis ihres bankfachlichen Zielbildes konkrete Vorschläge für individuelle Verbesserungen, die mit der FI auf Basis individueller Maßnahmen umgesetzt werden.

Seit 2012 haben über 170 Sparkassen „OSPlus Update Medialer Vertrieb“ in Anspruch genommen. Die Erfahrungen lassen drei Handlungsfelder erkennen, in denen Institute vorrangig aktiv werden müssen, um in der Beratungspraxis den Multikanal-Vertrieb zu verzahnen: eine verstärkte Nutzung des Kampagnenmanagements für die mediale Endkundenansprache, eine intensivere Nutzung des Elektronischen Postfachs (ePostfach) für die Bereitstellung

von Dokumenten wie etwa Kontoauszüge sowie der Ausbau des Online-Produktverkaufs mit fallabschließenden Prozessen.

Im Rahmen von Workshops stellen die Einsatzberater der FI Maßnahmen vor und verdeutlichen mit Best-Practice-Beispielen das Optimierungspotenzial. Dazu zählt etwa die verstärkte Nutzung der medialen Ansprachewege über die individuelle und anlassbezogene Kundenansprache. Zur Intensivierung der ePostfach-Nutzung erhalten Berater Hinweise, wie Kundenansprachen und Datenumstellungen die Nutzung steigern. Durch den Wegfall des postalischen Zwangsversands werden Kosten eingespart.

Die Lösungsansätze beim Online-Produktverkauf zielen auf ein prozessoptimiertes Angebot, das der Strategie der Sparkasse entspricht. Zur Reduzierung des Einführungsaufwandes bietet die FI umfangreiche Unterstützungsleistungen an.

Das Interesse an „OSPlus-Update Medialer Vertrieb“ ist groß. Denn Sparkassen profitieren durch die ganzheitliche Beratung von einer effizienten Ausnutzung der technischen Möglichkeiten im Multikanal. Auch im Jahr 2014 wird die Beratungsleistung angeboten, damit Institute ihren Multikanal-Vertrieb weiter auf die Kundenbedürfnisse ausrichten und sich als vertriebsstarker Finanzpartner positionieren können.