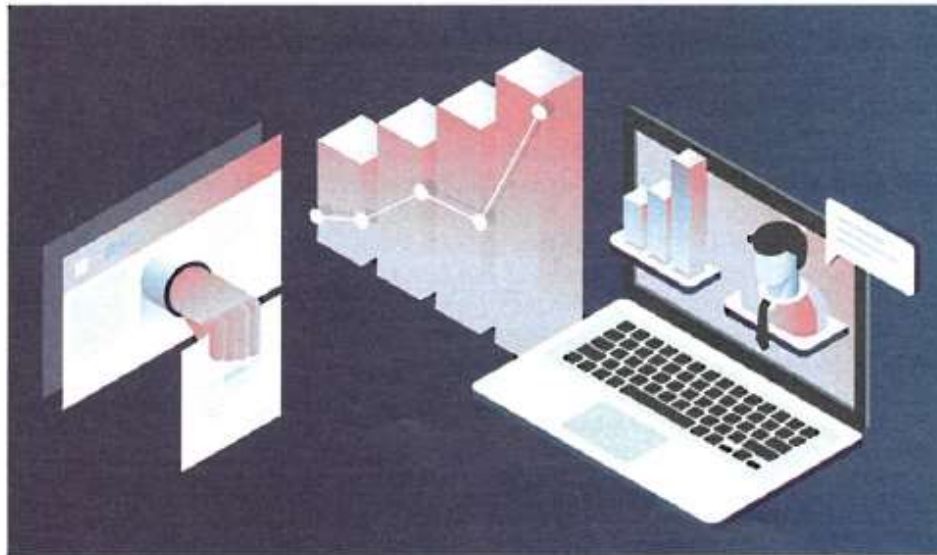


DATA ANALYTICS

Kunden gezielt ansprechen

DEM KUNDEN ZUR RICHTIGEN ZEIT ÜBER DEN BEVORZUGTEN KANAL DAS IDEALE PRODUKT ANBIETEN – DAFÜR STEHT SPARKASSEN-DATA-ANALYTICS. DIE DATEN SIND BEREITS VORHANDEN, SIE MÜSSEN NUR EFFIZIENT GENUTZT WERDEN.

Jörg Rüsche, Geschäftsbereichsleiter Datenhaushalte und Vorsysteme Banksteuerung, Finanz Informatik



Um den Datenschatz für die Sparkassen-Finanzgruppe zu heben, arbeiten die Verbundunternehmen Sparkassen Rating und Risikosysteme (SR), DSV-Gruppe und Finanz Informatik (FI) seit 2018 eng zusammen. Für das Produkt Sparkassen-Data-Analytics entwickeln die Partner auf der Grundlage von Algorithmen vertriebliche Lösungen in den Anwendungen der FI.

PRAKTISCHE EMPFEHLUNGEN

Um künftige Entwicklungen positiv zu beeinflussen, geht es beispielsweise darum, Produkaffinitäten von Kunden zu ermitteln. Ein System wird künftig auch in der Lage sein, frühzeitig zu erkennen, ob die Gefahr besteht, dass ein Kunde zu einem Mitbewerber abwandert. Daraus ergeben sich Handlungsempfehlungen, um diese Prognoseergebnisse beeinflussen zu können. Dazu werden große Datenmengen beschafft, aufbereitet und analysiert.

HÖHERE ZUFRIEDENHEIT AUF BEIDEN SEITEN

Die Sparkassen erhalten aufeinander abgestimmte Leistungen, die im Steuerungssystem OSPlus bereitgestellt werden. Diese Leistungen reichen von der Kundenkommunikation bis zur operativen Steuerung der Kundenansprache. Ziel ist es, höhere Abschlussquoten zu erreichen und die Zufriedenheit bei Beratern und Sparkassenkunden in gleicher Weise zu erhöhen.

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Künftig wollen die Partner gemeinsam mit den Sparkassen datenbasierte Lösungen realisieren, die die komplette Customer Journey umfassen. Sparkassen-Data-Analytics wird somit ein wesentliches Element im Vertriebsprozess, das den Häusern von der Planung über die Umsetzung bis zum Erfolgscontrolling Möglichkeiten bietet, den Vertrieb praxisnah und effektiv zu steuern.