



KKM

Kundenkontaktmanagement optimal gestalten - Lösung für VR-Banken und Sparkassen

Regionalbanken stehen mehr denn je vor der Herausforderung, die quantitative und qualitative Durchdringung des Kundenbestands mit Beratungskontakten sicherzustellen.

Ein Großteil der im Bestand geführten Kunden ist allerdings längst aus dem Fokus einer aktiven Beratung verschwunden. Im Zuge einer immer geringeren Loyalität zur Hausbank ein gefährlicher Zustand, der durch die Niedrigzinsphase, den daraus resultierenden Einsparungsmaßnahmen und Filialschließungen und nicht zuletzt die Digitalisierung noch weiter verschärft wird.

Echte Betreuung findet häufig (nur noch) mit den Kunden statt, die der Berater heute schon kennt und bei denen die Bedürfnisse mehr als offensichtlich sind.

Viele potenzialstarke Kunden werden dabei vernachlässigt - dabei setzen Banken oftmals noch darauf, dass der Berater diesen Zustand eigenständig ändern wird, sobald ihm umfangreiche Analysen, Reports, Ereignisse und Kampagnen bereitgestellt werden und die IT-Palette regelmäßig um noch mehr Funktionen erweitert wird.

Eine mögliche Lösung dieser Problemsituation besteht in der Errichtung eines zukunftsgerichteten Kundenkontaktmanagements im Sinne einer zentralen Steuerungssystematik zur Kundenansprache: Welcher Kunde soll Wann zu Welchem Thema von Wem aus der Bank heraus kontaktiert werden?

Zur erfolgreichen Umsetzung eines wirkungsvollen Kundenkontaktmanagements sind einige grundsätzliche Fragen zu beantworten:

- Welche Kundensegmente möchte ich intensiver beraten?
- Wie unterscheiden sich die Zielgruppen innerhalb der Kundensegmente?
- Mit welchen inhaltlichen Schwerpunkten sollen die Gespräche geführt werden?
- In welchen Abständen sollen die Gespräche geführt werden?
- Welche Affinitäten weist ein Kunde auf?
- Welche Anlässe liegen jetzt schon in der Zukunft vor?
- Wie transportieren wir diese Information von zentraler Stelle aggregiert und effizient an die Berater?
- Wie stellen wir die kanalübergreifende Ansprache über stationär, KSC, online und mobile sicher und lernen auch multi- bzw. omnikanale Beratung tatsächlich zu etablieren?
- Welche Auswirkungen hat dies auf Beratungs- und Führungsprozesse?
- Wie entschlacken wir unsere heutigen Informationssysteme zur Gesprächsvorbereitung für den Berater?
- Welche Kennzahlen benötige ich, um Erfolg oder Optimierungsbedarf meiner Maßnahmen zu erkennen?

Zu diesen und weiteren Fragestellungen bieten wir von innovent consult Banken und Sparkassen als Managementberatung maßgeschneiderte Lösungsansätze – getreu unserem Motto „einfach.wirksam.erlebbar“.

Lassen Sie uns gemeinsam ein Kundenkontaktmanagement definieren und es direkt in ihrer heute schon bestehenden IT-Landschaft abbilden.

Ihre innovent consult aus Münster!