

Projekt:
Direkt-Filiale

Projektdauer:
Januar 2015 bis Dezember 2015

Auftraggeber:
Sparkasse Goslar/Harz

Banking-Partner unterstützt Sie bei der Entwicklung der Medialen Kanäle zu gleichwertigen Vertriebskanälen und der optimalen Verzahnung mit dem stationären Vertrieb.

Wir begleiten Sie bei der Erarbeitung Ihrer Multikanalstrategie, der Ausarbeitung der Konzeptinhalte sowie der Umsetzung in den technischen Systemen (OSPlus, IBO, etc.).

Setzen Sie Ihre Multikanalstrategie um:

- Zukunftsfähige Aufbauorganisation inkl. notwendiger Ressourcen
- Konkurrenzfähiges Produkt- und Serviceangebot
- Effiziente, standardisierte Prozesse
- Zielgruppenorientierte Kommunikation und Vertriebsmaßnahmen
- Umfangreiches Controlling

Nutzen Sie das vollständige Leistungsspektrum der Vertriebskanäle Online und Telefon und vereinbaren Sie einen Termin mit unseren Beratern.

Projektbericht Direkt-Filiale

Ausgangssituation

Aufgrund der Situation der Harzgebiete, des geänderten Kundenverhaltens und der Auswirkungen der demografischen Entwicklung steht die Sparkasse Goslar/Harz vor strukturellen Herausforderungen.

Um den Kundenanforderungen zukünftig gerecht zu werden, müssen alle Vertriebskanäle geprüft und miteinander verzahnt werden. Aus Kostengründen wird perspektivisch die Reduzierung der stationären Vertriebseinheiten angestrebt, zeitgleich müssen die weiteren Vertriebskanäle ausgebaut werden.

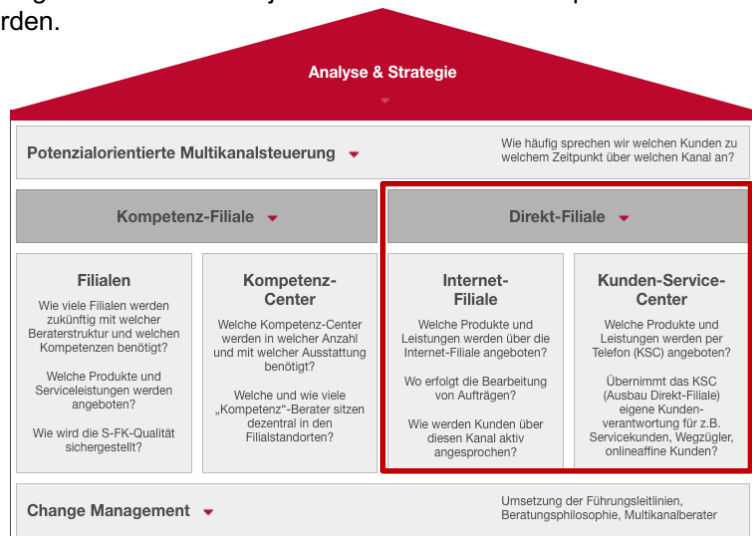
Zielsetzung

Im Fokus steht die Erarbeitung einer Multikanalstrategie in Abgleich mit dem Projekt „Filiale der Zukunft“ und einer potenzialorientierten Multikanalsteuerung.

Zur Verbesserung des Kundenerlebnisses soll die Kommunikation für Multikanalkunden auf den medialen Kanälen gestärkt werden → Die Direkt-Filiale verbindet Telefon und Online.

Für eine effiziente Bearbeitung werden Online- und Telefon-Prozesse für Produkte und Services im Abgleich mit vorhandenen Prozessen des stationären Vertriebs und zentralen Empfehlungen (Modell V, Modell M, etc.) definiert und zentral bearbeitet.

Um den „Beitrag“ der medialen Kanäle zu messen soll ein Controlling für Produktanträge und -abschlüsse je Kanal aktiviert und entsprechende Berichte erstellt werden.



Vorgehen

Zum Projektstart wurde gemeinsam die strategische Ausrichtung festgelegt und strategische Leitlinien für die Sparkasse erarbeitet. Als Grundlage dienten die Vertriebsoptionen des DSGVO.

Nach Abnahme durch den Vorstand wurden Konzeptionsworkshops zu den Themen

- Rolle und Verantwortung der Direkt-Filiale
- Ressourcenermittlung (MAUS 3.0)
- Produkte und Services
- Produktprozesse
- Serviceprozesse
- Vertriebsmaßnahmen und
- Controlling

mit unterschiedlichen Beteiligten durchgeführt. Zum Kernteam zählten die Abteilungen Vertriebsmanagement, Privatkundenvertrieb, Marketing und Telefon-Filiale.

Aufgrund der hohen Kundenerwartungen wurden die Prozesse besonders intensiv erarbeitet.



Neben der Prozessangleichung über alle Kanäle standen hier Einfachheit, Schnelligkeit und Qualität zum Kunden im Vordergrund.

Im Rahmen der Umsetzungsphase wurden in weiteren Projektsitzungen zusätzliche Themen besprochen (z.B. Einführung KKI und ePostfach). Daneben wurden IF-Aufträge optimiert, das Ereignissystem administriert, Anschreiben inkl. Textbausteinen erstellt, Controlling-Berichte gebaut, Arbeitsanweisungen überarbeitet, Mitarbeiter geschult etc..

Ergebnis

- Strategische Ausrichtung/Leitlinien sind verabschiedet.
- Die Aufgabenbereiche der Direkt-Filiale sind definiert und formuliert.
- Die bereichsübergreifende Steuerung ist in einem Bereich/einer Abteilung gebündelt.
- Die benötigten Ressourcen sind bekannt und perspektivisch vorhanden.
- Das Serviceangebot ist gem. einer Qualitäts- und Serviceführerschaft ausgestaltet.
- Für alle Services sind adäquate Service-Levels und Reaktionszeiten definiert.
- Das Produktportfolio ist zielgruppenorientiert abgestimmt und vertrieblich ausgerichtet.
- Effiziente und standardisierte Prozesse sind definiert und abgenommen.
- After-Sales/Care-Prozesse sind abgestimmt.
- Die vertriebsorientierte Kundenkommunikation ist etabliert.
- Vertriebsmaßnahmen sind ausgestaltet und für zumindest das folgende Tertial geplant.
- Standardisierte Controlling-Möglichkeiten sind eingeführt und können genutzt werden.
- Die Voraussetzungen für ein umfassendes Reporting wurden geschaffen.

Ihre Ansprechpartner:

Auftraggeber

Sparkasse Goslar/Harz

Michael Niehoff

Tel.: 05321 706-1439

Mail: michael.niehoff@sparkasse-goslar-harz.de

Banking Partner

Gunnar Wolter (Geschäftsführer)

Tel. : 05523 99 88 0-35

E-Mail: g.wolter@banking-partner.de