

Projekt:
Aufbau einer Direkt-Filiale

Projektdauer:
02.2019 – 02.2020

Auftraggeber:
Sparkasse Mittelsachsen

Banking-Partner unterstützt Sie bei der Implementierung einer Direkt-Filiale inkl. der Einrichtung eines Digitalen-Beratungs-Centers sowie eines Business-Centers

Wir begleiten Sie bei der Konzeption, Personalgewinnung und -qualifizierung, bei der Konzeption von Produkt- und Serviceprozesse inkl. deren Administration in OSPlus.

Mögliche Workshopinhalte:

- Konzeption der Direkt-Filiale (vom Betreuungsansatz und den Zugangswegen über das Leistungsportfolio, die Personal-konzeption bis hin zur Aufbau-organisation sowie der internen und externen Kommunikation)
- Konzeption der Produkt- und Serviceprozesse (IF, Service-auftrag, OSPlus_neo, ISP) inkl. deren Administration
- Einbindung der Direkt-Filiale in die multikanale Kunden-ansprache

Nutzen Sie das vollständige Leistungsspektrum und vereinbaren Sie einen Termin mit unseren Beratern.

Projektbericht

Neuer Vertriebskanal in der Sparkasse Mittelsachsen

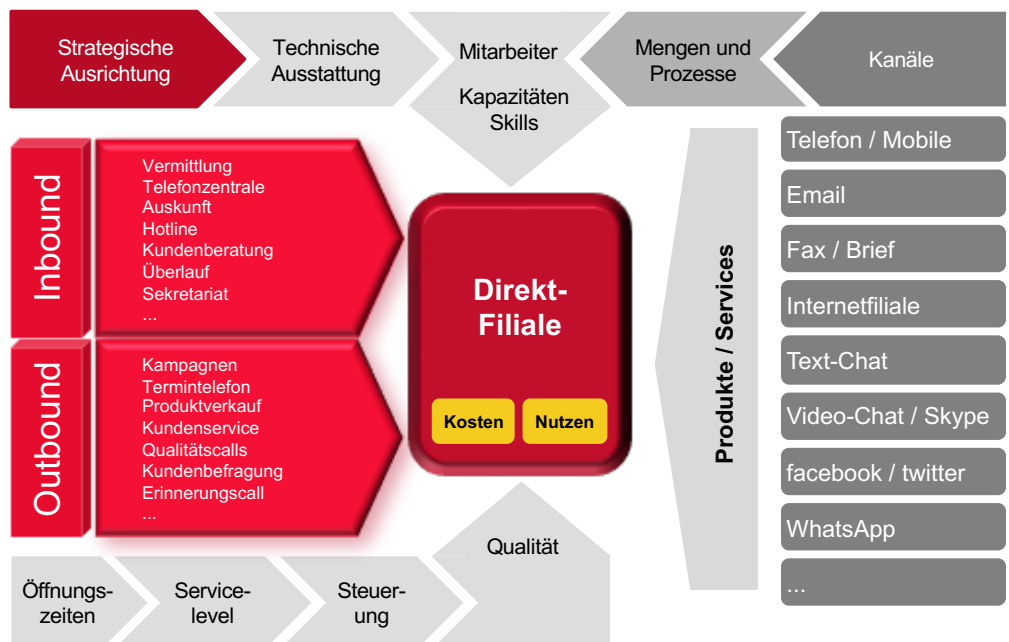
Ausgangssituation

Die Sparkasse Mittelsachsen hatte bisher eine Telefonzentrale, deren Hauptaufgabe die Annahme und Weiterleitung von Anrufen war. Die Mitarbeiter konzentrierten sich auf die Abarbeitung von Informations- und Servicewünschen. Die Sparkasse hat mit dem Projekt das Ziel verfolgt, den telefonischen Vertriebskanal qualitativ auszubauen und den stationären Vertrieb aktiv zu entlasten.

Zielsetzung

Die eigene Telefonzentrale soll durch eine vertriebslich orientierte Direkt-Filiale ersetzt werden. Durch die fallabschließende Bearbeitung von Produkt- und Serviceprozessen in der Direkt-Filiale soll die vertriebsaktive Zeit in den Filialen erhöht werden. Neue Internetprozesse erhöhen die Attraktivität der Internet-Filiale und sichern den aktiven Online-Produktverkauf.

Nach Implementierung einer Direkt-Filiale (In- und Outbound) ist eine Erweiterung um ein Digitales-Beraters-Center und ein Business-Center möglich. Dies erfolgt in einem Folgeprojekt.



Vorgehen

Konzeption Direkt-Filiale

Im ersten Schritt wurde die Direkt-Filiale in mehreren Workshops konzipiert. Betreuungs- und Zugangswege wurden zusammen mit den dazugehörigen Servicelevels und des gewünschten Leistungsportfolios definiert. Nach Berechnung der benötigten MAK wurden die Personalgewinnungsmaßnahmen besprochen und ein Personalqualifizierungsprogramm erstellt. Mögliche Standorte für die Direkt-Filiale wurden vor Ort besichtigt und bewertet.

Produkt- und Serviceprozesse

Im zweiten Schritt wurden die definierten Produkt- und Serviceprozesse detailliert betrachtet. In mehreren Workshops fand die Prozessgestaltung statt. Die ergänzende Risikobewertung der einzelnen Prozesse war Grundlage für die Beschlussfassung.

In OSPlus bzw. OSPlus_neo, in der Internet-Filiale und in der ISP wurden die Prozesse einschließlich der dazugehörigen Ereignisse und Anschreiben administriert und mittel Systemtest dokumentiert.

Kundenkontaktmanagement, Ereignisoptimierung und Mediale Kundenansprache

Aufbauend auf den Kundensegmenten wurden im Mindestkontakte sowie die dazugehörigen Rahmenparameter (u. a. vertriebllich relevante Kontakte, Kontakterfassung, Kontaktzählung) definiert und in OSPlus administriert.

Die weiteren Möglichkeiten des Ereignissystems und dessen Nutzen für das Gesamthaus wurden vorgestellt und für eine Optimierung vorbereitet. Rahmenparameter bzw. Institutparameter wie bspw. Stichworte, Prioritäten, Reaktionen oder die Nutzung der Eskalationsstufen wurden diskutiert und definiert.

Abgerundet wurden die Workshops durch die Integration der Direkt-Filiale in die multikanale Kundenansprache mittels Ereignissystem und Kampagnenmanagement.

Ergebnis

- Start der Direkt-Filiale zum Januar 2020 in umgebauten Räumlichkeiten der Sparkasse mit rund 16 Mitarbeiter/innen
- Erhöhung der telefonischen Erreichbarkeit von 8:00 Uhr bis 19:00 Uhr sowie Einführung des Text-Chats
- Abwicklung der Produkt- und Serviceprozesse, viele davon ohne Unterschrift, im Backoffice der Direkt-Filiale zur Erhöhung der vertriebsaktiven Zeit in den Filialen
- Einbindung der Direkt-Filiale in das Ereignissystem, Vorbereitung der regelbasierten Kundenansprache und das Kampagnenmanagement
- Umfassende Change Management-Maßnahmen mit vertrieblichen und prozessualen Schulungen sowie Begleitung am Arbeitsplatz
- Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Entlastung des stationären Vertriebes
- Grundlage für Folgeprojekte zur Implementierung eines Digitalen-Beratungs-Centers und eines Business-Centers

Ihre Ansprechpartner:

Sparkasse Mittelsachsen
Klaus Borrmann

Tel.: 03731 2510-83

E-Mail:

klaus.borrmann@sparkasse-mittelsachsen.de

Banking-Partner Beratungsgesellschaft mbH
Sebastian Kannstädter

Tel. : 05523 99 88 0-47

E-Mail: s.kannstaedter@banking-partner.de