

plenum 



finanzinstitute

den erfolg
automatisieren

die marketingfabrik für
genossenschaftsbanken

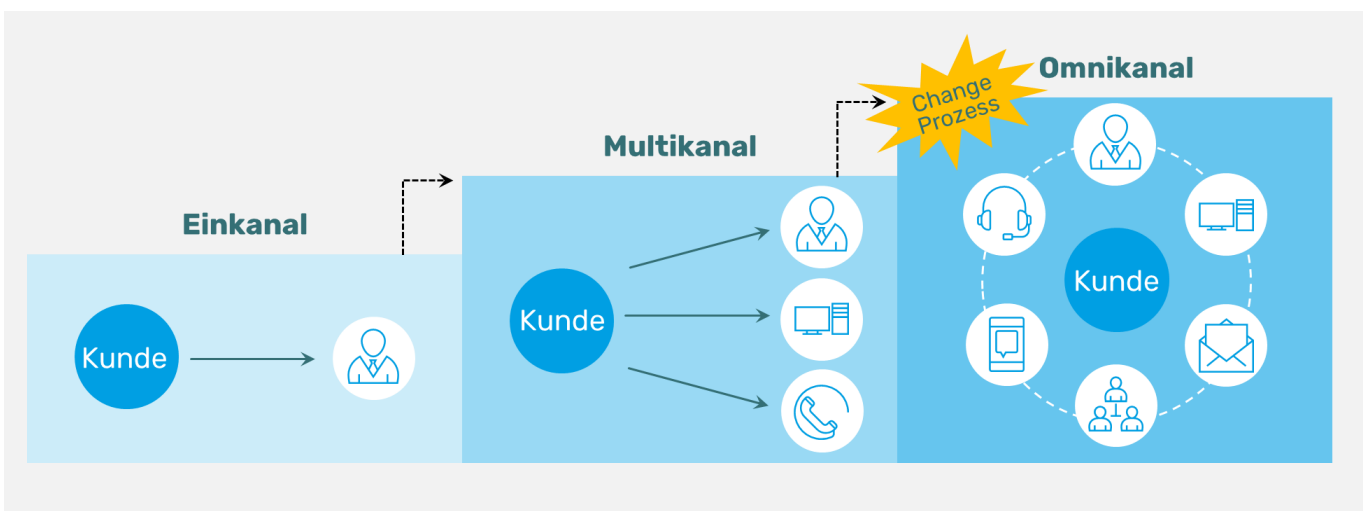


mit professionellem marketing zum vertriebserfolg

Die Finanzdienstleistungsbranche befindet sich in einem nachhaltigen Transformationsprozess: Steigende Kosten, regulatorische Anforderungen, niedrige Zinsen und ein hoher Wettbewerb setzen die Branche stark unter Druck. Diese herausfordernde Gesamtsituation erfordert einen gezielten und strukturierten Ressourceneinsatz sowie eine effiziente Gestaltung von Prozessen. Digitale Lösungen und eine software-gestützte Verzahnung mit dem Kernbanksystem (agree21), ermöglichen die Professionalisierung der Marketingaktivitäten und schaffen einen entscheidenden Marktvorteil.

genossenschaftsbanken – entwicklung zum omnikanalen finanzdienstleister

Genossenschaftsbanken sind traditionell filialgetrieben und stark im Controlling der Vorgänge vor Ort, doch bei der Steuerung von Online- und nicht-stationären Aktivitäten besteht häufig noch deutlicher Nachholbedarf. Banken müssen auf das multihybride Verhalten ihrer Kunden reagieren und die Vertriebskanäle sowie die persönliche und zielgerichtete Themenansprache an deren individuellen Bedürfnissen ausrichten. Digitale Marketingaktivitäten und der Ausbau des datenbasierten Vertriebs bieten großes Potential.



Die gegenwärtigen Prozesse bieten vielfältige Ansatzpunkte zur Optimierung der eigenen Abläufe. Dies setzt jedoch voraus, dass Institute konsequent standardisieren, was sich standardisieren lässt, Prozesse automatisieren und die technischen Möglichkeiten des Kernbanksystems nutzen – kurz gesagt: agil werden! Den Kampf um den Kunden werden diejenigen Banken gewinnen, denen es gelingt, die „80/20-Regel“ aufzubrechen und mit einer passgenauen Ansprache attraktive Ziel- und Subzielgruppen zu adressieren und für sich zu interessieren. Ein professionelles und an den Bedarfsstrukturen der Kunden ausgerichtetes Marketing wird zur Königsdisziplin im digitalen Wettbewerb und ermöglicht mit verprobten Kampagnen eine kosteneffiziente und automatisierte Marktbearbeitung.

vor welchen herausforderungen stehen die institute?

- Hohe Kosten: Die manuelle Kontaktaufnahme (KSC, Berater, Outbound) erzeugt hohen Aufwand und verursacht immense Kosten.
- Technisches Know How: Die Erstellung system-gestützter Analysen und Selektionen (IDA, VTM) stellen das Datenmanagement vor beträchtliche Herausforderungen. Unsauber definierte Zielgruppen bringen nicht den gewünschten Erfolg.
- Prozessuale Stolpersteine: Die erschlossenen digitalen Kanäle sind nicht end-to-end in die bestehenden Abläufe der Organisation integriert. Der digitale Kunden steht sprichwörtlich vor verschlossener Tür.
- Fehlendes Digitalangebot: Die Generationen Y, Z sind digital bestens vernetzt – Informationsbeschaffung und Kommunikation erfolgt nahezu ausschließlich digital. Ein fehlendes Digitalangebot hemmt die Interaktion mit dem Kunden.
- Unkenntnis über Wirksamkeit und Rücklauf: Fehlende technische Schnittstellen machen ein Tracking der Kampagnen und deren Erfolg unmöglich.
- Kreativität: Die Konzeption maßgeschneiderter und bedarfsorientierter Kampagnen bindet Kapazitäten und Ressourcen, über die das Marketing nicht verfügt.



mit der marketingfabrik den erfolg automatisieren

Die Konzeption und Durchführung von Marketingmaßnahmen bindet eine Menge Ressourcen: Eine technisch komplexe Kundenselektion und die Einbindung einer Vielzahl von Funktions- und Vertriebsbereichen formen einen multidimensionalen Marketingprozess. Die Marketingfabrik schafft Abhilfe und hebt die Kommunikation mit dem Kunden auf ein neues Level. Datenschutz konform und an die IT-Umgebung einer Genossenschaftsbank abgestimmt, sind alle Kampagnendaten in den Vertriebsakten von agree21 abgelegt und verwendbar.



marketing ganz einfach

Mit der Marketingfabrik gewinnen Sie mehr Zeit für Kreativität. Sie können den kompletten Prozess für die Erstellung und Verwaltung von Kampagnen ohne Abhängigkeiten an einer einzigen Eingabestelle durchführen. Die Vorlaufzeit für Kampagnen kann durch den Einsatz der Marketingfabrik auf wenige Stunden reduziert werden.

kommunikation aus einer hand

Die Marketingfabrik ermöglicht Ihnen ein neues Niveau in der Kommunikation mit dem Kunden zu erreichen. Reduzieren Sie den Vertriebsaufwand für die Kundenakquise und steigern gleichzeitig Ihre Terminquoten. Heben Sie Ihr Marketing auf das nächste Level.

agree21 als führendes system

Die Sicherheit der Daten Ihrer Kunden ist in die Architektur der Software eingeflossen. Sämtliche Anforderungen wurden von Anfang an Datenschutz konform erarbeitet und umgesetzt. Alle Kommunikationsdaten werden in der agree21-Vertriebsakte gespeichert.

controlling spielend leicht

Mit der Marketingfabrik aktivieren Sie Ihren Vertrieb auf den Punkt. Durch die Möglichkeit der ganzheitlichen Steuerung und Analyse werden Sie bei der Umsetzung Ihrer Vertriebs- und Marketingstrategie unterstützt. So können Sie Ihr Budget und Ihre Ressourcen optimal steuern.

zahlen, daten, fakten



Steigerung der Terminquote um > 75% ggü. der Vergleichsgruppe

(Datenquelle: Volksbank Südpfalz eG)



4 Wochen nach Versand: 214 Termine vereinbart und 280 Produkte abgeschlossen

(Datenquelle: agree21, 3.800 angeschriebene Kunden)



Zufriedenes Marketing: Die Erzeugung der Kampagne erfordert wenig Aufwand und erleichtert das Reporting



Entspannte Berater, die sich auf den Kunden und die Beratung konzentrieren können

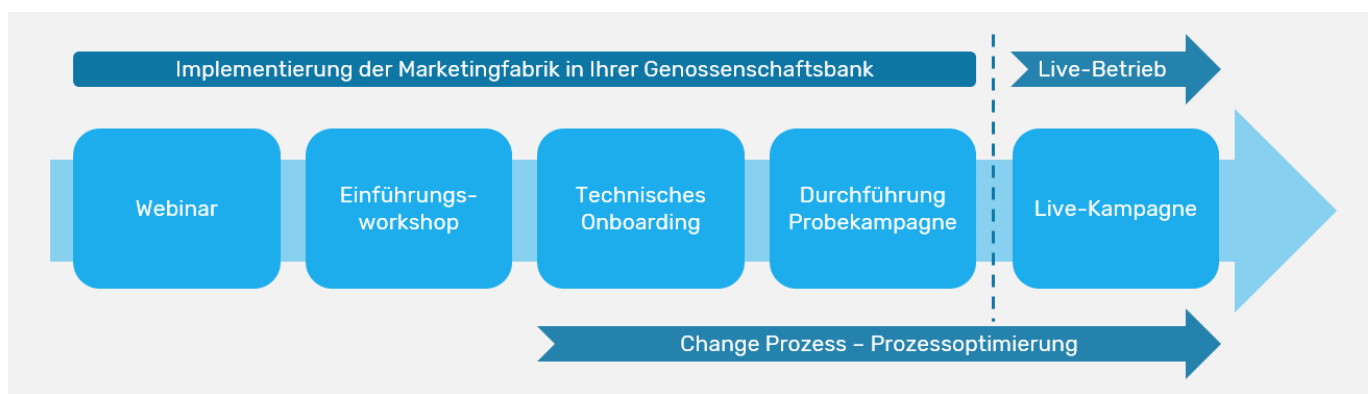


weshalb und wie sollten sie jetzt handeln?

Wirksames, zielführendes und effizientes Marketing hat sich in den letzten Jahren und insbesondere im Zuge der Digitalen Transformation grundlegend geändert. Neue Zielgruppen, digitale Kanäle und Vertriebswege als auch die Homogenität der Anbieter und ihrer Produkte verlangen nach einem Umdenken: Neue Wettbewerber wie Big Techs, FinTechs und Neobanks setzen Maßstäbe in Bezug auf intuitive und attraktive Customer Journeys. Für alle Banken bedeuten die gegenwärtigen Herausforderungen, dass sie die werbliche Ansprache, das Leistungsangebot und die Kommunikation konsequent aus Kundenperspektive denken und ausbauen müssen. Insbesondere für Genossenschaftsbanken ist die Kundennähe ein besonderes Asset, das es zu schützen gilt!

change process – verzahnung der fach- und vertriebsbereiche

Die Einbindung und enge Verzahnung der für den Marketingprozess erforderlichen Fach- und Vertriebsbereiche wird künftig zum strategischen Erfolgsfaktor. Doch ein wirkungsvoller Prozess alleine garantiert noch keinen Vertriebs Erfolg: Die Herausforderung liegt darin, Kunden trotz schwindender Sichtbarkeit und starker digitaler Konkurrenz zu aktivieren und in ihrer Wahrnehmung attraktiv zu bleiben.



Der Change Prozess ist von einer bereichsübergreifenden und inhaltlich weitreichenden Veränderung geprägt. Das Zielbild ist dabei stets im Fokus zu behalten! Mit kleinen Teams können die Einzelschritte gezielt, aktiv und strategisch klug umgesetzt und bestehende Strukturen kontinuierlich weiterentwickelt werden. Ein aktiv gesteuerter und kontrollierter Projekt track record ist entscheidend für den Erfolg des Change Prozesses. Im Kern geht es für Genossenschaftsbanken darum, die digitale Transformation aktiv zu gestalten – dies wird in der Zukunft der entscheidende Treiber für Kundennähe sein.

plenum – hohe umsetzungskompetenz für finanzdienstleister



plenum ist seit über drei Jahrzehnten Innovationsführer in der Managementberatung an der Schnittstelle von Geschäftsbereich und IT-Organisation. Wir haben viele Veränderungen in unseren Kernbranchen mitgestaltet und können auf Basis unserer Praxiserfahrungen die Bedeutung und den nachhaltigen Nutzen von Innovationen für unsere Kunden sicher einschätzen.

Als fokussierte Beratungsboutique werden wir seit Jahren von brand eins und statista als "Bester Berater" ausgezeichnet.

ihre ansprechpartner

Stephan Schmid
Managing Partner
+49 (0) 151 14346151
stephan.schmid@plenum.de



Thomas Schmidt
Partner
+49 (0) 160 90895512
thomas.schmidt@plenum.de