

Digitalisierung: Riesige Chancen für VR-Banken.

Gestalten oder gestaltet werden.

GASTBEITRAG



➔ VR-Banken stehen durch die Digitalisierung vor großen Herausforderungen vom Vertrieb bis zum Geschäftsmodell. Nicht mehr das Produkt, sondern der Zugang zum Kunden und dessen Wahrnehmung werden zum zentralen Erfolgsfaktor.

Auch der Wettbewerb verschärft sich durch marktfremde Konkurrenten: Digitale Giganten wie Google oder Amazon stehen in den Startblöcken.

Es stellt sich heute die strategische Grundfrage: Gestalten wir aktiv mit – oder „werden“ wir gestaltet? Wer seine Chancen nutzen will, braucht einen dauerhafter Lern- und Entwicklungsprozess für alle Mitarbeiter – mit 100%igem Vorstandsfokus und ohne Silo-Denken (stationär vs. virtuell).

Die Steigerung der Profitabilität und der (virtuellen) Kunden- nahen sind dabei die entscheidenden Hebel, um erfolgreich zu bleiben. Obwohl heute nur ein Bruchteil des Personals dafür eingesetzt wird, ist der Internetauftritt zur größten Filiale geworden. Selbst kleinere VR-Banken zählen dort 10.000 Besuche pro Woche. Gleichzeitig gehen Filialfrequenzen ständig zurück. Daher gilt es, eigene Ressourcen stationär abzubauen

und digital aufzubauen bzw. gezielt für Multikanalberatung einzusetzen sowie effektiv und effizient zu steuern. Das ist kein einmaliges Projekt, sondern ein zukunftsweisender Prozess.



compentus/Eye-Tracking-Studie

Weiterhin setzt eine Top-Präsenz im Internet voraus, den Kunden und sein Nutzerverhalten zu verstehen. **Aus der Forschung weiß man:** Vier von fünf Kaufentscheidungen fallen unterbewusst. **In der compentus-/Studie zum Online-Kundenverhalten auf Bank-Websites wurden zentrale Online-Erfolgsfaktoren herausgearbeitet:** Aufmerksamkeit und Emotion gilt es zielgenau anzusprechen, alles muss maximal einfach präsentiert werden und Kunden sollten den Nutzen sofort erkennen. Dann erhöht sich die Wahrscheinlichkeit eines Kontaktes oder Abschlusses exorbitant.

Matthias Weiß von compentus/ ist Experte für Digitalisierung, Neue Medien und Multikanalvertrieb. Er berät seit 13 Jahren genossenschaftliche Banken in diesen Bereichen.

Mit dem neuen Depot geht's bergauf.

Kampagne der Volksbank Ruhr Mitte regt zum Depotwechsel an.

ANZEIGEN & RADIOWERBUNG

➔ Beim Depotwechsel setzt die Volksbank Ruhr Mitte auf eine ansprechende Kampagne der FFE media. Dabei führt der Berater als Bergführer sinnbildlich seinen Kunden souverän auf

Erfolgskurs durch die Wertpapierlandschaft. Passend zum Anzeigenmotiv entwickelte das preisgekrönte Autorenteam von FFE media einen Radiospot, der das Kampagnenthema aufgreift.

Produziert wurde dieser im agentureigenen Tonstudio. Auch Sie wollen Neukunden zum Depotwechsel zu Ihrer Bank anregen? Nutzen Sie die Kreativität von FFE media!

Mit meinem neuen Depot geht's bergauf.

Als Dankeschön für Sie: Festgeldkonto mit 1,75 %*

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

- Professionen Sie von der überausgen Qualität unserer genossenschaftlichen Beratung.
- Als Dankeschön erhalten Sie die Möglichkeit zur Anlage eines Festgeldkontos mit einer Verzinsung von 1,75 % p.a. für 180 Tage in gleicher Höhe des übertragenen Depotwertes.
- Sie brauchen sich um nichts zu kümmern. Wir übertragen Ihr Depot unverändert und kostenlos.

*Bis zum 31.03.2015. Die Verzinsung ist an die Verzinsung des Festgeldkontos gebunden. Die Verzinsung ist an die Verzinsung des Festgeldkontos gebunden. Die Verzinsung ist an die Verzinsung des Festgeldkontos gebunden.

Volksbank Ruhr Mitte
MEIN BANK. WEICHE BERATUNG.

Melanie Schmidt
schmidt@ffemedia.de