



OMNIKANAL – WER NACH AUßEN ERFOLGREICH SEIN WILL, MUSS NACH INNEN ANFANGEN

Die Zukunft der Regionalbanken – und der gesamten Bankbranche – heißt Omnikanal

Kunden nutzen ihre Filiale / ihren persönlichen Berater vor Ort immer seltener. Dafür nutzen sie immer häufiger digitale Kanäle, um ihre Bankgeschäfte zu erledigen. Alle Bankengruppen haben begonnen, digitale Lösungen in ihre Angebotspalette zu integrieren. Neue Dienstleister mit digitalen, höchst kundenorientierten Einzelleistungen erstürmen den Markt und verändern den Wettbewerb.

Die Kundenloyalität von Bankkunden steigt, wenn sie verschiedene Kommunikationskanäle mit ihrer Bank – offline und online – nutzen. Diese loyalen Kunden sind essenziell für Kreditinstitute, denn sie bleiben „ihrer“ Bank länger treu, empfehlen sie häufiger weiter und kaufen mehr Produkte.

Die disruptiven Veränderungen erfordern von den Regionalbanken eine digitale Transformation, zuerst einmal eine eigene, nach innen gerichtete Anpassung. Gleichzeitig gilt es das eigene Geschäftsmodell zu überprüfen und das Haus für die neue, unumkehrbare Welt fit zu machen.



Die meisten Regionalbanken sind heute Multikanalbanken – aber wie gleichberechtigt werden heute die verschiedenen Kanäle „bespielt“ im Hinblick auf ...

- ... die Vertriebssteuerung?
- ... die Bewerbung / Vermarktung?
- ... die Leistungsentwicklung?
- ... die Einstellung der Führungskräfte und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?
- ... die Entwicklung der persönlichen und fachlichen Kompetenz?
- ... die Entwicklung der Lern- und Veränderungsbereitschaft?

Omnikanal ist mehr! Omnikanal bedeutet ...

- ... strategische Verankerung (Zielbild)
- ... konsequente ganzheitliche Ausrichtung
- ... Aufheben aller Nahtstellen zwischen den Kanälen
- ... permanente Ausrichtung am Kundenbedarf
- ... gleichartiges Kundenerleben auf allen Zugangswegen
- ... konsequente Nutzung aller Informationen (Big Data)
- ... standardisierte Prozesse auf allen Kanälen
- ... Ausrichtung von Denken und Handeln auf das Zielbild



Wer nach außen erfolgreich sein will, muss nach innen anfangen!

AUFTRITT / KUNDEN-KOMMUNIKATION / VERTRIEB	ORGANISATION / PROZESSE	EINSTELLUNG / KOMPETENZ / VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT
<ul style="list-style-type: none">➤ Zukunftsfiliale als Lern- und Marketingmaßnahme konzipieren und realisieren➤ Klarheit schaffen bei Kunden zum „Was wird kommen“➤ Homepage attraktiv gestalten➤ App-Nutzung vermarkten➤ Steigerung der Wahrnehmung in den sozialen Medien➤ Vom Kunden erlebbare digitale Kompetenz gestalten und vermarkten➤ Zugangswege und Leistungsdarstellung unter den Prämissen „EINFACHHEIT“ und „VERSTÄNDLICHKEIT“ gestalten➤ Zunehmende Konsequenz in der Nutzung digitaler Elemente in der Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">➤ Klarheit des Zielbilds „Omnikanal➤ Klarheit im Zielbild „Medialer Vertrieb“➤ Gestaltung der Zielorganisation und Schaffen der Klarheit für künftige Zuständigkeiten – auch im Vorstand und im Führungsteam➤ Zusammenführung der Verantwortung von stationärem und medialem Vertrieb im Retailbereich➤ Transparenz zur Lernnotwendigkeit und Lernbereitschaft (KÖNNEN und WOLLEN) herstellen➤ Integration und konsequente Nutzung von digitalen Elementen und Lösungen in den vorhandenen Strukturen und Prozessen➤ Einbindung von Kundentechnik in die Prozesswelt	<ul style="list-style-type: none">➤ Klarheit zum Zielbild bei ALLEN – es ist ein „Way of no return“➤ Strukturierter Aufbau von Wissen zu den vorhandenen digitalen Lösungen, Instrumenten und zur Kundentechnik➤ Aufbau der Bereitschaft in der Mannschaft, sich selbst damit zu befassen und auch das eigene Handeln stärker zu „digitalisieren“.➤ Gleichstellung des stationären Vertriebs und des medialen Vertriebs in Denken und Handeln der Führungskräfte und damit in Steuerung und Kommunikation➤ Zunehmende Konsequenz in der Nutzung der vorhandenen digitalen Lösungen im eigenen Handeln und im Rahmen der Zusammenarbeit – mit Kunden und im Team

Unsere Leistungen für Sie:

- Transparenz und Einigkeit in der Ausgangslage (Kundenerwartungen, Wettbewerb, Umfeld, Kompetenz, Strategie, Vertrieb, Organisation, Personal, Technik, Kultur, ...) herstellen, um den richtigen Startpunkt und ein Bild zur notwendigen Anpassung zu finden.
- Klarheit und Einigkeit herstellen zu Ihren Zielen, Ihrem Zielbild und die sich daraus ergebenden Handlungsfelder
- Erstellen eines Businessplan, beinhaltend die notwendigen Investitionen und eine Bewertung der sich aus der Anpassung ergebenden Chancen und Lasten.
- Umsetzungsunterstützung und Umsetzungsbegleitung ...
 - ... beim Ausbau der Präsenz in den digitalen Kanälen
 - ... Gestaltung Empfänger gerechter Leistungen (digitale Services / Beratung) zur Steigerung der Effizienz und der erlebten Qualität bei der Leistungserbringung am Kunden
 - ... bei der Neuausrichtung (Ausbau, Abbau, Öffnungszeiten, Leistungsangebot, Kapazitätsbedarf) der Filialstruktur und der Einzelfilialen auf Basis von betriebswirtschaftlichen Kriterien, dem Kundenverhalten und der realistisch eingeschätzten Kundenerwartung
 - ... bei der Gestaltung der Aufbau- und Ablauforganisation sowie der Unternehmenssteuerung (Produkte und Preise, Vertrieb, Kanäle, Reporting, ...)
 - ... bei der Ermittlung und Anpassung der personellen Ressourcen hinsichtlich Qualität und Quantität
 - ... bei der kommunikativen Gestaltung des Veränderungsprozesses nach innen und nach außen.

Ihr Ansprechpartner:



Holger Armbruster
0171 – 3360830
armbruster.bankingTeam@gmail.com
www.armbruster-consult.de
www.bankingTeam.de



Dietmar Busche
0172 – 8451629
info@busche-consult.de
www.busche-consult.de
www.bankingTeam.de