
AUCH IN ZUKUNFT WEITER EINE NASENLÄNGE VORAUSS SEIN



Champion in der Region



bankingTeam[®]
IHR BERATERNETZWERK RUND UM DIE BANK

WARUM SPRECHEN WIR ÜBER ZIELBILDER VON REGIONALBANKEN?

Die Niedrigzinsphase und die regulatorischen Anforderungen sowie deren Umsetzung erhöhen den Druck auf Kosten- und Ertragsseite.

Gleichzeitig stellen verändertes Kunden(kauf)verhalten, Digitalisierung und neue Wettbewerber das Geschäftsmodell Bank in Frage.

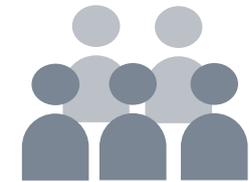
Die Herausforderung liegt darin, die Bank für eine erfolgreiche Zukunft fit zu machen und das in einem Umfeld, das verlässliche Prognosen über die Zukunft nahezu unmöglich macht.



Ausrichtung



Anpassung



Käufer



Veränderungen

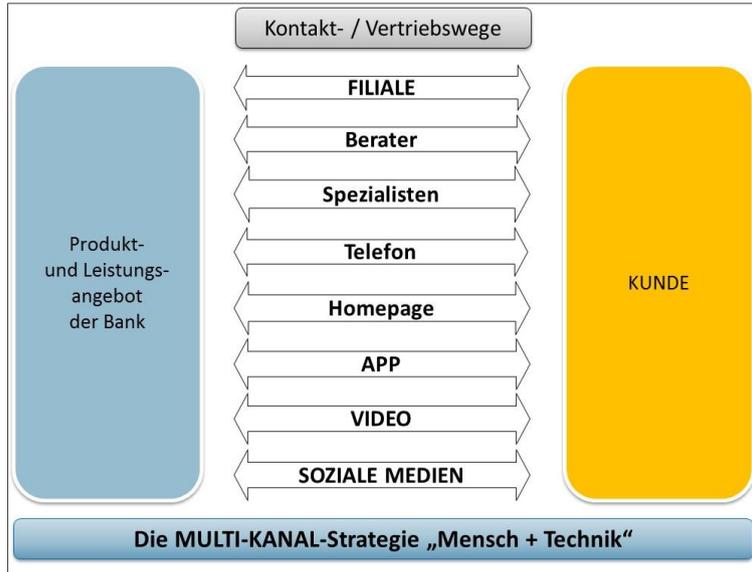


1. Kundenverhalten
2. Technischer Wandel
3. Demografie
4. Wettbewerb

1. Technischer Wandel
2. Demografie
3. Angebot/Markt
4. Wertespektrum

Es geht nicht darum, einen neuen Weg zu finden, sondern loszulaufen

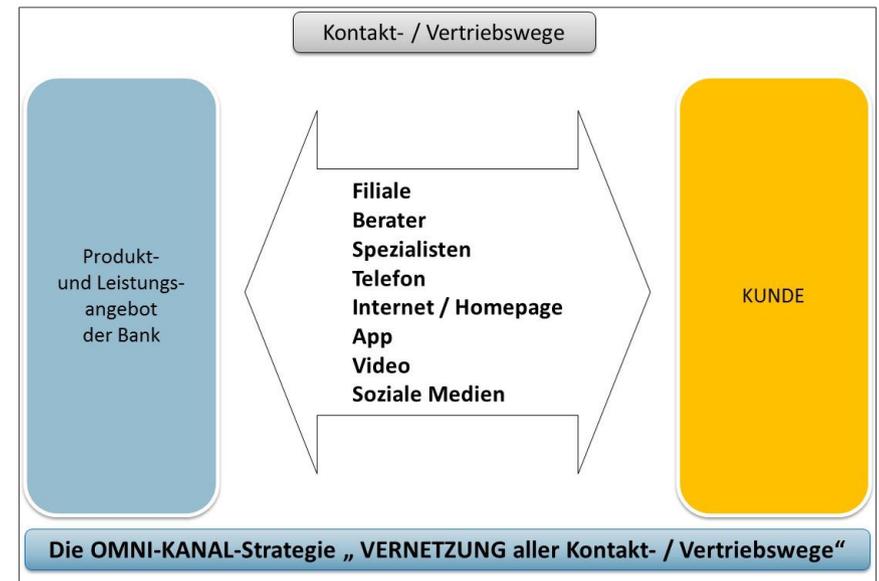
WIE WEIT SIND SIE AUF DEM WEG BEREITS VORAN GEKOMMEN?



- Die meisten Regionalbanken sind heute Multikanalbanken
- **ABER** - wie gleichberechtigt werden heute die verschiedenen Kanäle „bespielt“ im Hinblick auf ...
 - ... die Vertriebssteuerung?
 - ... die Bewerbung?
 - ... die Leistungsentwicklung?
 - ... die Einstellung?
 - ... die Kompetenz?
 - ... die 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



DAMIT SIE AUCH 2022FF WEITER DIE NASE VORN HABEN ...

... reicht es nicht aus, einzelne Stellschrauben zu verändern. Es geht darum, ein gemeinsames Zielbild zu entwickeln, sich planvoll auf den Weg zu machen und das Zielbild konsequent zu leben.

Entwicklungs- und
Veränderungspotential /
-
notwendigkeit der Mitarbeiter
erkennen und dieses Wissen
konsequent nutzen

Monetären und kapazitativen
Freiraum für Investitionen
schaffen

Weitgehende Verlagerung nicht
wertschöpfender Tätigkeiten der
Kunden

Zukunftssichere Ertragsfelder
identifizieren und etablieren



Zukunftsfähige Systeme,
Strukturen und Prozesse
definieren und konsequent
einführen

Erlebbar digitale Kompetenz nach
innen und nach außen erfordert
kanalübergreifendes Denken
und Handeln

Knappe Ressourcen aktiv,
zukunftsorientiert planen, und
erfolgsorientiert einsetzen

Emotionale und technische
Auflösung der Grenzen zwischen
persönlicher und medialer
Kundenkontakten

Gelebte Omnikanalstrategie

HANDELN – DIESE FELDER MÜSSEN VERNETZT ANGEANGEN WERDEN



DIE NEUE ROLLE DER FILIALE AUF DEM WEG ZUR OMNIKANALBANK



- **Privatkunden auch die Filiale in verschiedenen Phasen des Kaufzyklus. So nutzen beispielsweise mehr als 88 Prozent der Kunden die Filiale für Banking, 90 Prozent für die Beratung – jeweils Altersgruppen unterschiedlich und mit abnehmender Tendenz**
- **Umso wichtiger ist es für Kreditinstitute, auch ihre Filial-Angebote zur Omnikanalbank hin auszurichten**
- **Verbleibende Geschäftsstellen müssen sich weg vom klassischen Schalterbetrieb hin zu Mehrwerten und zur Plattform für Omnikanal-Dienstleistungen entwickeln.**
- **Das bedeutet, vorhandene Dienstleistungen in der bestehenden Kundenumgebung mit weiteren Angeboten, etwa mobilem Banking, zu vernetzen, um die Kunden so zu binden.**
- **Bankfilialen müssen dazu in eine komplexere IT-Architektur eingebunden werden.**
- **Ziel der Omnikanalbank ist es, produktivere Geschäftsvorfälle zu schaffen. Zugleich muss sie Kundenservices in Echtzeit bieten. Künftige Filialen, die so gesteuert werden, werden Dreh- und Angelpunkt verschiedener stationärer wie mobiler Services, die auch zu Kostensenkungen beitragen.**

Bankfilialen der Zukunft müssen Omnikanal-Konzepte und intelligente technische Lösungen integrieren, um Kunden zu binden.

DIESE 3 HEBEL KÖNNEN ALS „ANGRIFFSPUNKTE“ IDENTIFIZIERT WERDEN – UND DAFÜR BRAUCHEN BANKEN KONKRETE LÖSUNGSIDEEN UND UMSETZUNGSPLÄNE

AUFTRITT / KUNDEN- KOMMUNIKATION / VERTRIEB

- Homepage attraktiv gestalten
- App-Nutzung vermarkten
- Steigerung der Wahrnehmung in den sozialen Medien
- Vom Kunden erlebbare digitale Kompetenz
- Klarheit zum „Was wird kommen“ bei unseren Kunden
- Einfachheit und Verständlichkeit der Zugangswege und Leistungsdarstellung
- Konsequente Nutzung digitaler Elemente in der Kundenkommunikation
- Begeisterndes Kundenerleben in den digitalen Kanälen
-

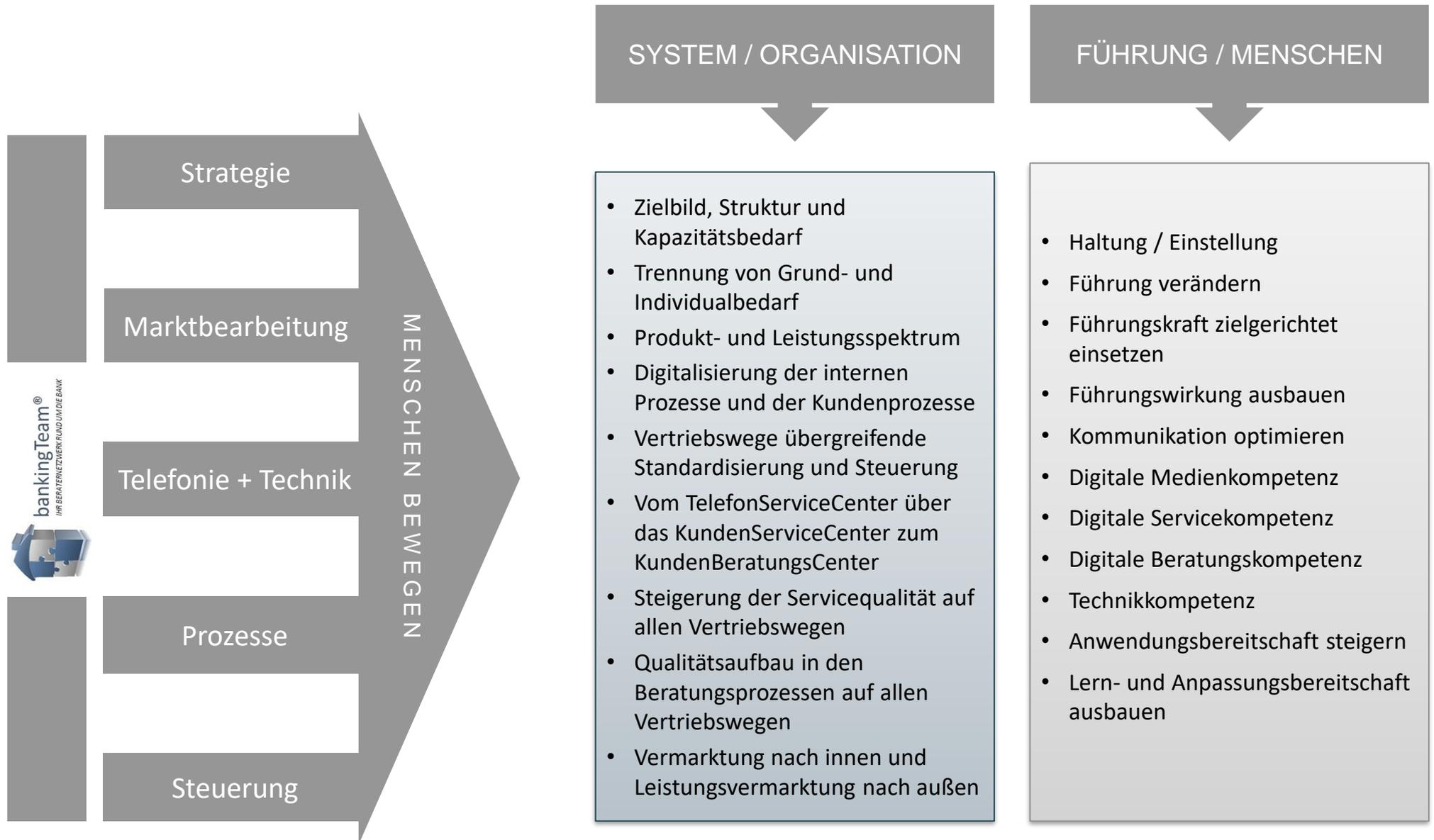
ORGANISATION / PROZESSE

- Klarheit des Zielbilds im Medialen Vertrieb
- Integration und konsequente Nutzung von digitalen Elementen und Lösungen in den vorhandenen Strukturen und Prozessen
- Einbindung von Kundentechnik in die Prozesswelt
- Einfachheit / Verständlichkeit / Produktivität
- Zusammenführung von stationärem und medialem Vertrieb / Intensivierung des medialen Vertriebs
- Gleichschaltung der „Kanalprozesse“
-

EINSTELLUNG / KOMPETENZ / VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT

- Klarheit zum Zielbild bei ALLEN – es ist ein „Way of no return“
- Aufbau von Wissen zu den vorhandenen digitalen Lösungen, Instrumenten und zur Kundentechnik
- Bereitschaft 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, Steuerung und Kommunikation
- Konsequenz in der Nutzung der vorhandenen digitalen Lösungen im eigenen Handeln und im Rahmen der Zusammenarbeit – mit Kunden und im Team
-

BANKINGTEAM UND REGIONALBANK 2020FF - GEMEINSAM GEWINNEN



SYSTEM / ORGANISATION

- Zielbild, Struktur und Kapazitätsbedarf
- Trennung von Grund- und Individualbedarf
- Produkt- und Leistungsspektrum
- Digitalisierung der internen Prozesse und der Kundenprozesse
- Vertriebswege übergreifende Standardisierung und Steuerung
- Vom TelefonServiceCenter über das KundenServiceCenter zum KundenBeratungsCenter
- Steigerung der Servicequalität auf allen Vertriebswegen
- Qualitätsaufbau in den Beratungsprozessen auf allen Vertriebswegen
- Vermarktung nach innen und Leistungsvermarktung nach außen

FÜHRUNG / MENSCHEN

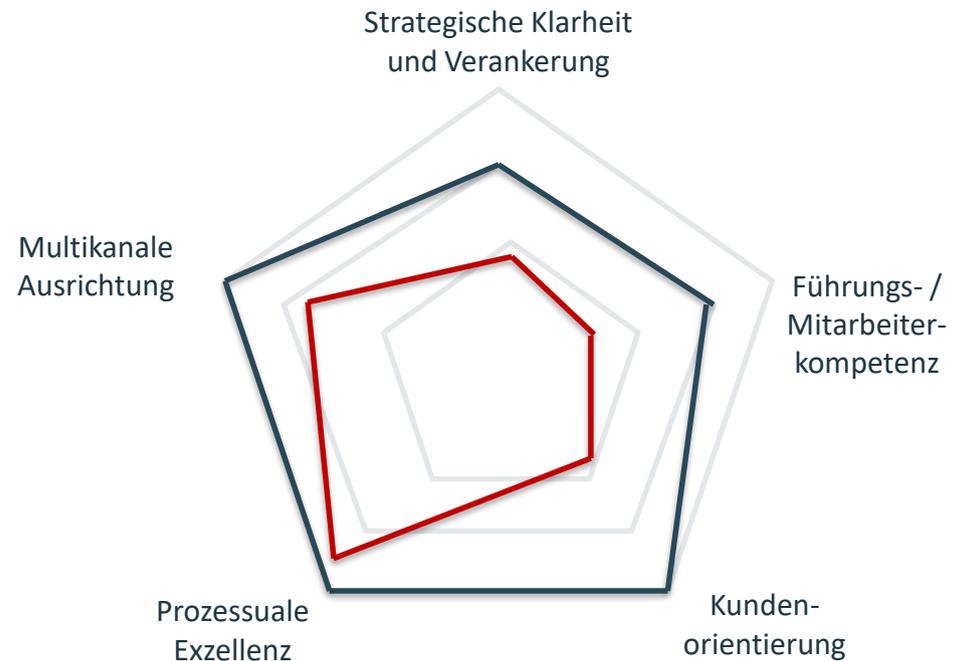
- Haltung / Einstellung
- Führung verändern
- Führungskraft zielgerichtet einsetzen
- Führungswirkung ausbauen
- Kommunikation optimieren
- Digitale Medienkompetenz
- Digitale Servicekompetenz
- Digitale Beratungskompetenz
- Technikkompetenz
- Anwendungsbereitschaft steigern
- Lern- und Anpassungsbereitschaft ausbauen

LERNEN SIE UNS KENNEN ..



Schaffung von Transparenz durch pragmatische Analyse Ihrer Ausgangssituation und Ihrer Veränderungskraft

- Wir stellen Ihnen einen standardisierten Fragebogen für die erste und zweite Führungsebene Ihrer Bank zur Verfügung
- Sie nehmen sich 20 Minuten Zeit, den Fragebogen auszufüllen
- Wir stellen Ihnen in einem 1tägigen Präsenztermin die Ergebnisse vor und diskutieren mit Ihnen ihre Zielvorstellungen
- Wir erstellen einen Ergebnisbericht, der für Ihr Haus ein erster wichtiger Leitfaden für Ihren Erfolgsweg sein wird



... UND ZÜNDEN SIE DANN, WENN SIE ÜBERZEUGT SIND, MIT UNS DEN TURBO

- ✓ **Entwickeln eines Zielbildes und einer Gesamtstrategie für alle Bereiche Ihres Hauses**
- ✓ **Festlegung Ihres Erfolgswegs und Professionalisierung der Umsetzungsarbeit**
- ✓ **Schaffen des finanziellen und personellen Freiraums für notwendige Investitionen durch Heben von Synergien zwischen den Projekten**
- ✓ **Fachkundige Begleitung Ihrer konzeptionellen, prozessualen und technischen Umsetzung**
- ✓ **Qualifizierung von Führungskräften und Mitarbeitern**
- ✓ **Aktive, adressatengerechte Kommunikation und Begleitung der Veränderung**
- ✓ **Umsetzungsunterstützung bis der Erfolg eintritt**

WARUM WIR?

WIR verfügen über langjährige Bank- und Beraterpraxis

Wir begleiten pragmatisch und lösungsorientiert und binden alle betroffenen Bereiche und Mitarbeiter bei der Lösungsfindung und Umsetzung mit ein



WIR begleiten Veränderungen end-to-end: Von der Konzeption über die Umsetzung bis hin zu Trainings und der Implementierung eines KVP*

WIR unterstützen den kulturellen und individuellen Veränderungs-/Change-prozess aus einer Hand

WIR kennen die Rahmenbedingungen von Regionalbanken

HABEN WIR SIE NEUGIERIG GEMACHT ?

Kontaktieren Sie uns - gemeinsam bringen wir Ihr Potenzial auf die Straße!



bankingTeam®
IHR BERATERNETZWERK RUND UM DIE BANK

bankingTeam®

Holger Armbruster

0171 3360830

armbruster.bankingTeam@gmail.com

Innovativ. Praxisorientiert. Lösungsoffen