

KAPITEL 6 FAZIT UND EMPFEHLUNGEN FÜR DIE RETAILBANKEN DER DACH-REGION

Gesamthaft ergeben sich folgende zusammenfassende Empfehlungen aus dieser Studie:

1

Die Durchgängigkeit zwischen dem E-Banking/Mobile Banking und anderen Touchpoints erweist sich zunehmend als Profilierungsfeld

E-Banking gewinnt mehr und mehr an Bedeutung und erweist sich als zentrale Infrastruktur für die Bankbeziehung. Kein anderer Touchpoint wird von mehr Kunden und häufiger genutzt. Spannend ist in diesem Zusammenhang das Zusammenspiel zwischen E-Banking und dem Berater, der in den geschäftsentcheidenden Momenten immer noch erste Anlaufstelle der Kundschaft ist. Können Kunden beispielsweise aus dem E-Banking heraus kommunizieren, Termine vereinbaren und Rückrufe des Beraters bekommen? Wie werden Besprechungen zwischen Berater und Kunde dokumentiert? Gerade Kunden, die viele Bankbedürfnisse haben, schätzen hier die Homogenität des Kundenerlebnisses, bewerten die Touchpoints jedoch häufig als inkonsistent. Hier sollte die Bank alles daransetzen, als gut orchestrierte Einheit wahrgenommen zu werden.



2

Beratungserlebnisse und Events treiben den NPS

Die Unterschiede in der von uns analysierten Touchpoint-Nutzung und den damit verbundenen Kundenbeziehungen ist deutlich: Beratungserlebnisse und der Besuch von Bankenevents erklären signifikant die Entwicklung eines positiven NPS-Werts. Call-Center-Erlebnisse haben eine sehr hohe Chance, den NPS negativ zu beeinflussen. Wichtig ist also, die Erlebniskomponente der Bankbeziehung zu stärken und zu vermeiden, den Kunden am Telefon zu nerven.

3

Chat wird bei der jüngeren Zielgruppe mehr und mehr relevant

In der Generation Z nutzen heute schon 39 % den Chat, in der Generation Y 33 %. Gerade letztere weist in ihrem Lebenszyklus das Potenzial für grössere Bankgeschäfte auf. Gleichzeitig ist Chat ein Touchpoint, an dem Kunden parallel bedient werden können, an dem Marketing Content vorproduziert werden kann und der teilweise mithilfe von Bots sogar automatisiert werden kann. Hier gilt es, die Erwartungen der Kundschaft vielleicht mithilfe eines Customer