

KAPITEL 7

Diese Systeme sind wesentlich für Customer Experience von Banken, da sie eine Echtzeit- und individuelle Ansprache ermöglichen, abseits von unpersonalisierten Massenstrategien.

Der CEX Trendradar zeigt, dass Marketing Automation durch Generative AI und «Low-Code»-Anpassungen weiter an Bedeutung gewinnt. Personalisierte Kampagnen, die auf Kundenreaktionen basieren, werden effizienter und können die Interaktion zwischen Unternehmen und Kunden verbessern. Im Jahr 2024 erwarten Bankkunden weiterhin eine personalisierte Kommunikation. Der Einsatz von Generative AI im Marketing ermöglicht die Erstellung zielgruppenspezifischer Inhalte, wobei menschliche Aufsicht weiterhin entscheidend bleibt. Eine tiefergehende Segmentierung und die Nutzung von Kundendaten aus verschiedenen Systemen werden die Personalisierung und Relevanz der Ansprache weiter verfeinern.

Zukünftig wird Marketing Automation im Banking eine Standardtechnologie darstellen, mit einer Zunahme an verfügbarem Kundenwissen und einer stärkeren Vernetzung zwischen Unternehmen, um Wettbewerbsvorteile zu generieren. Der Erfolg hängt jedoch von der Verfügbarkeit kompetenter Mitarbeiter ab, die durch datengesteuerte Erkenntnisse und AI optimal unterstützt werden.

Generell ist AI bei der Weiterentwicklung erfolgreicher Bankbeziehungen an vielen Touchpoints nicht mehr wegzudenken und stellt einen Treiber der Entwicklungen dar. Eine Übersicht zeigt die folgenden Abbildung 54.

