

## Dem Kunden auf der Spur: moderne Kunde-Bank-Interaktion im Retail Banking

### Ausgangslage

Weit über die Webpräsenz hinaus haben sich elektronische Medien als Anlaufstelle für den Kunden entwickelt. Mit der zunehmenden Digitalisierung steigen stetig auch die Erwartungen des Kunden an eine optimale Unterstützung seines Informations- und Kaufentscheidungsprozesses beim Besuch des digitalen Bank-Angebots. ibi research analysiert und evaluiert in diversen Formaten die Anforderungen des Retail-Kunden von Robo bis Beratung, von Vergleichsportalen bis Omnichannel.

### Studie „ibi Website Rating“

ibi research stellt die vertriebliche Ausgestaltung der Webseiten von Banken und Sparkassen auf den Prüfstand und bildet mit einem Kriterienkatalog von mehr als 600 Prüf-Details den Dreiklang von Bewertungskategorie, Kundensicht und Produktwelt umfassend ab. Analysiert werden die 20 nach Bilanzsumme größten deutschen Kreditinstitute. Für die Institutsgruppe der Sparkassen und die der genossenschaftlichen Banken stehen ausgewählte Einzelinstitute stellvertretend für die Gesamtheit der jeweiligen Häuser.

Die Erläuterung der Rahmenbedingungen, eine Beschreibung der Kriterien, die Darstellung der Ergebnisse sowie Best Practices sind Inhalte der Studie. Übersichtlich und strukturiert entdecken Sie Alternativen einer vertriebsorientierten Webseiten-Gestaltung für die untersuchten Produktkategorien Konten und Karten, standardisierte Spar- und Anlageprodukte, Konsumentenkredit, Immobilienfinanzierung sowie Versichern und Vorsorgen.



### Individuelle Analyse und Bewertung Ihrer Webseite

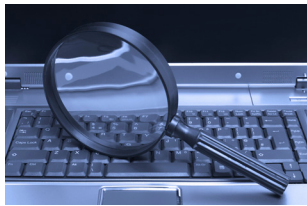
Auch wenn Ihr Institut nicht Bestandteil der beschriebenen Stichprobe ist, können Sie eine Evaluierung und Auswertung Ihrer Banken-Webseite beauftragen. Auf Basis unseres erprobten Kriterienkatalogs wird Ihre Webseite evaluiert und gegen die Stichprobe gewertet. Ein umfangreicher Ergebnisbericht dient Ihnen als Fact-Book und Leitfaden für die Optimierung.

Konkret erhalten Sie die umfassende Analyse Ihrer Banken-Webseite mit der Darstellung der Ergebnisse Ihres Instituts in allen Kategorien und Unterkategorien, detailliert erläuterte Screenshots zur Verdeutlichung der Ergebnisse und Ihrer Position im Marktvergleich, konkrete Optimierungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung Ihrer Website, das aktuelle Studiendokument zum „ibi Website Rating“ und einen halbtägigen Ergebnis-Workshop bei Ihnen vor Ort.

## Auszeichnung Ihrer Webseite

Mit der individuellen Analyse besteht die Option der **Auszeichnung Ihrer Webseite**. Das ibi-Siegel für die sehr gut gelungene Ausgestaltung Ihrer Webseite erhalten Sie durch das Erreichen eines herausragenden Ergebnisses, das dem Zielerreichungsgrad der Top 5 der Stichprobe aus dem ibi Website Rating entspricht. Die Vergabe des Siegels setzt die individuelle Analyse Ihrer Webseite wie oben beschrieben voraus.

## Studie „ibi Robo Advisory Rating“



Seit mehreren Jahren finden Kunden in einem sogenannten Robo-Advisor eine komfortable Hilfe bei der Geldanlage. Mit Fragen zu finanziellen Verhältnissen, zur Risikobereitschaft und Ziel-Rendite, zu tragbaren Verlusten und zum Anlagehorizont wird für den Anleger eine für ihn passende Anlagestrategie errechnet. Das ibi Robo Advisory Rating evaluiert ausgewählte Anbieter und deren Angebotspalette anhand von vier Hauptkategorien: „Onboarding des Kunden“, „Kundenprofilierung“, „Anlageempfehlung“ und „Serviceangebot“. Vorgehensweise, Ergebnisse und Best Practices sind Inhalt der Studie.

## Workshop „Dem Kunden auf der Spur“

Mit diesem Inhouse-Workshop bieten wir Ihnen ein maßgeschneidertes Format zum Thema „Kunde-Bank-Interaktion“ an. Mögliche Inhalte sind die Digitalisierung der Finanzdienstleistungen vom Kredit am PoS bis zum Robo-Advisory, die Aktivitäten der Fin-Techs und BigTechs als Treiber der Veränderung, ein Ausblick auf Vergleichsportale als Partner und Wettbewerber zugleich sowie das Omnichannel-Banking als Ergebnis der „end-to-end-Digitalisierung“. Der spezielle Zuschnitt der Veranstaltung auf Ihre Bedürfnisse wird ebenso gewährleistet wie auch die fachlich kompetente und didaktisch erfahrene Aufbereitung der Inhalte.



## Studienprojekt „Dem Kunden auf der Spur“

Geplant ist eine Kundenbefragung, die die tatsächlichen Erwartungen und Anforderungen des Kunden an seine Bank und deren über das „tradierte“ Banking möglicherweise hinausgehenden Services zum Inhalt hat. Sie haben Interesse oder noch Fragen? Dann kommen Sie gerne auf uns zu, wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!

## Kontakt und weitere Informationen

Dr. Anja Peters

anja.peters@ibi.de / 0941 943 1907

Elisabeth Rung

elisabeth.rung@ibi.de / 0941 943 1917

Bildquellen: iStockphoto.com/RTimages; iStockphoto.com/Jacob Wackerhausen