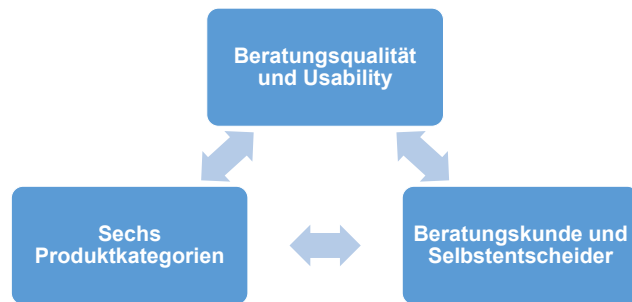


ibi Webseite Rating – die Websites von Banken und Sparkassen im Fokus

Elektronische Medien haben sich im Banking als bedeutende Anlaufstelle für den Kunden entwickelt. Mit der zunehmenden Digitalisierung steigen die Erwartungen des Kunden an eine optimale Unterstützung seines Informations- und Kaufentscheidungsprozesses beim Besuch einer Webseite. Jedes zweite Jahr evaluiert ibi research daher die vertriebliche Ausgestaltung der Webseiten von Banken und Sparkassen im Rahmen einer Status quo-Betrachtung. Der stetig weiterentwickelte Kriterienkatalog mit mehr als 700 Detail-Aspekten bildet dabei den Dreiklang von Bewertungskategorie, Kundensicht und Produktwelt umfassend ab.



Hauptkategorien: Die Analyse erfolgt in zwei Hauptkategorien: Die Beratungsqualität bildet ab, wie der Kunde in seinem Kaufentscheidungsprozess unterstützt wird. Eine optimal ausgestaltete Usability ermöglicht dem Kunden das mühelose Auffinden und Erfassen von Informationen sowie den reibungslosen Prozessdurchlauf.

Stichprobe: Mit der Verbreitung von Rahmenauftritten, Musterlösungen und methodischen Baukästen ist eine breit angelegte empirische Analyse insbesondere für die Institutsgruppe der Sparkassen sowie der Volks- und Raiffeisenbanken im Vergleich zu den früheren Jahren nicht länger zielführend. Marginale Unterschiede in den Einzelausprägungen rechtfertigen weder eine Auswahl für die Stichprobe noch das sich anschließende Ranking in der Auswertung. Aus diesem Grund werden zur Beurteilung der Banken-Webseiten nunmehr die 20 nach Bilanzsumme größten deutschen Kreditinstitute ausgewählt. Für die Institutsgruppe der Sparkassen und die der genossenschaftlichen Banken stehen damit ausgewählte Einzelinstitute stellvertretend für die Gesamtheit der jeweiligen Häuser. Allen Häusern gemeinsam ist das Angebot der definierten Produktkategorien im Angebot für den Mengenkunden.

Kundensicht: Die Analyse erfolgt aus Sicht eines Neukunden. Die Auswertung der definierten Stichprobe wird dabei aus zwei Sichten durchgeführt: aus Sicht des Beratungskunden sowie aus Sicht des Selbstentscheiders. Somit wird die Stichprobe zweifach platziert, das ibi Website Rating hat zwei Sieger zu verzeichnen: ein Institut mit der besten Ausgestaltung für den Beratungskunden und eines für den Selbstentscheider.

Produkte: Evaluiert werden sechs Produktkategorien: Konten und Karten, standardisierte Spar- und Anlageprodukte, Konsumentenkredit, Immobilienfinanzierung, Wertpapier und Börse sowie Versichern und Vorsorgen.

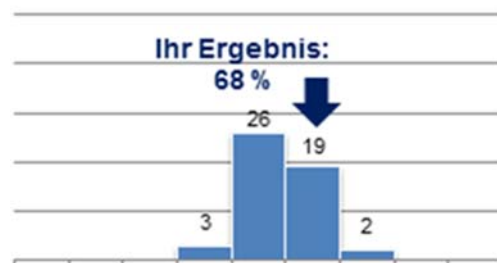
Individuelle Analyse und Bewertung Ihrer Webseite

Auch wenn Ihr Institut nicht Bestandteil der definierten Stichprobe ist, können Sie eine Evaluierung und Auswertung Ihrer Banken-Webseite beauftragen.

Wir unterstützen Sie und Ihr Kreditinstitut individuell bei der umfassenden Bewertung und Optimierung Ihrer Webpräsenz. In einem umfangreichen Ergebnisbericht wird auf Basis unseres erprobten Kriterienkatalogs ein intensives Stärken-Schwächen-Profil Ihrer Webseite erarbeitet und mit Ihnen zusammen in einem intensiven Workshop bezüglich der Gestaltungsmöglichkeiten zur Optimierung vorgestellt und diskutiert.

Konkret erhalten Sie

- die umfassende Analyse Ihrer Banken-Webseite anhand von rund 200 detailliert erläuterten Screenshots Ihrer Webpräsenz zur Verdeutlichung Ihrer Ergebnisse und zum Aufzeigen von **konkreten Optimierungspotenzialen und Handlungsempfehlungen** zur weiteren vertrieblichen Ausgestaltung auch unter strategischen Vorgaben
- die **statistische Auswertung der Ergebnisse** Ihres Instituts mit Angabe der Zielerreichungsgrade in allen Kategorien und Unterkategorien
- die Übersicht Ihrer **Position im Marktvergleich** durch graphische Darstellungen der anonymisierten Ergebnisse der Stichprobe mit Einordnung der Zielerreichungsgrade Ihres Hauses
- einen halbtägigen **Ergebnis-Workshop** bei Ihnen vor Ort mit Präsentation aller Ergebnisse sowie der intensiven Diskussion der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen
- die aktuelle Studie „ibi Website Rating“ mit Beschreibung der Kriterien, Darstellung der Stichproben-Ergebnisse und Best Practices in den beschriebenen Bewertungskategorien.



Die Analyse ist gleichermaßen wertvolles Fact-Book als auch Leitfaden für die Optimierung Ihrer Webseite.

Eine Beauftragung ist unabhängig von Größe und Institutsgruppenzugehörigkeit jederzeit möglich. Die individuelle Analyse und optionale Auszeichnung Ihrer Webseite auf Basis des jeweils aktuellen ibi Website Ratings kostet je Kreditinstitut EUR 14.500,00 (zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer).

Optionale Auszeichnung Ihrer Webseite

Mit der zuvor beschriebenen Analyse besteht die Option der **Auszeichnung Ihrer Webseite**. Das ibi-Siegel für die sehr gut gelungene Ausgestaltung von Beratungsqualität und Usability erhalten Sie durch das Erreichen eines herausragenden Ergebnisses, das mindestens dem Zielerreichungsgrad der Top 5 der Stichprobe aus dem jeweils aktuellen ibi Website Rating entspricht. Dieses Siegel können Sie z. B. werbewirksam auf Ihrer Website oder in Kampagnen zur Kundenkommunikation einsetzen.



Die Vergabe des Siegels setzt die individuelle Analyse und Bewertung Ihrer Webseite wie oben beschrieben voraus. Sofern das Ergebnis der Bewertung die Vergabe des Siegels rechtfertigt, ist diese dort inkludiert. Sofern die Ergebnisse für die Vergabe des Siegels nicht ausreichend sind, kann nach einer vereinbarten Zeit der Überarbeitung von maximal sechs Monaten eine **Nach-Evaluierung** zum Preis von 4.900,00 Euro (zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer) erfolgen, aus der ggf. die Vergabe des Siegels resultiert.

Studie „ibi Website Rating“

Die Studie „ibi Website Rating“ liefert einen umfangreichen Einblick in die Anforderungen an eine gut ausgestaltete Banken-Webseite. Sie verdeutlicht die diversen Möglichkeiten einer vertriebsorientierten Webseiten-Gestaltung für die untersuchten Produktkategorien Konten und Karten, standardisierte Spar- und Anlageprodukte, Konsumentenkredit, Immobilienfinanzierung, Wertpapier und Börse sowie Versichern und Vorsorgen. Das Studiendokument bietet Ihnen eine Fülle von Anregungen und konkreten Tipps sowie eine klare Orientierung für die Ausgestaltung des eigenen Auftritts. Es dient ferner als praktischer und umfassender Leitfaden, der Erfolgsrezepte von Banken und Sparkassen vorstellt. Anhand zahlreicher Praxisbeispiele werden aktuelle Umsetzungen der verschiedenen Kriterien und Kundenanforderungen auf den Webseiten der Kreditinstitute mittels Screenshots visualisiert sowie ausführlich bewertet und erläutert.

Die Studie „ibi Website Rating“ mit der Beschreibung der Kriterien, der Darstellung der Gesamtergebnisse und den aufgezeigten Best Practices zu den jeweiligen Kategorien kostet EUR 1.490,00 (zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer). Sie steht in gedruckter Form zur Verfügung.

ibi Website Rating – Die Websites von Banken und Sparkassen im Fokus

Senden Sie Ihre Bestellung per Fax, E-Mail oder Post an

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Andrea Rosenlehner
Galgenbergstr. 25
D-93053 Regensburg

Tel.: 49 941 943-1921
Fax: 49 941 943-1888
andrea.rosenlehner@ibi.de

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> Ja, ich bestelle die individuelle Analyse und optionale Auszeichnung meiner Website für 14.500,00 Euro. |
| <input type="checkbox"/> Ja, ich bestelle die Nach-Evaluierung meiner Website (nur in Verbindung mit der individuellen Analyse möglich) für 4.900,00 Euro. |
| <input type="checkbox"/> Ja, ich bestelle die aktuelle Studie „ibi Website Rating“ für 1.490,00 Euro. |
| <input type="checkbox"/> Ja, ich möchte stets aktuell per E-Mail über Veranstaltungen, Publikationen und Angebote von ibi research informiert werden. |

Anrede: Herr Frau

Titel / Nachname / Vorname

Firma

Position / Abteilung

Straße / Hausnummer

Land / PLZ / Ort

Telefon / Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift

Alle Preise verstehen sich zzgl. der zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Anfallende Reise- und Übernachtungskosten werden den tatsächlich entstandenen Kosten entsprechend in Rechnung gestellt.