

ibi Website Rating: die Web-Präsenz zwischen Selbstentscheider und Beratungskunde



Die Digitalisierung in der Finanzdienstleistungsbranche schreitet mit Lösungen zum Omnikanal-Banking, zur Selbstberatung und zum systemgestützten Beratungsprozess weiter voran.

Das ibi Website Rating nimmt eine Vorreiterrolle ein, wenn es darum geht, zukünftige Anforderungen an Banken-Webseiten zu beschreiben und zu bewerten.

- Doch was zeichnet den vertrieblichen Erfolg einer Bankenwebseite aus?
- Wie können Sie Beratungsqualität und Usability im Internet optimal ausgestalten?
- Wie werden Sie den Anforderungen des beratungsaffinen Kunden gerecht?
- Mit welchen Lösungen präsentieren Sie dem Selbstentscheider Ihre Webseite?
- Wo lassen sich Best Practices im Schwerpunktthema Konsumentenkredit erkennen?

Die Studie „ibi Website Rating 2016“ gibt umfassende Antworten auf diese und weitere Fragen im Zusammenhang mit der Internet-Präsenz von Banken und Sparkassen. Sie zeigt den aktuellen Status quo sowie Best Practices auf. Dabei geben uns aktuelle Marktbeobachtungen, Kundenbefragungen und Expertengespräche wichtige Impulse, um stetig Anpassungen des Kriterienkatalogs zu realisieren.

Aktuell bedeutsam ist dabei insbesondere, dass Kunden nicht ausschließlich nach einem Typus von Bank unterscheiden, sondern vielmehr dem konkreten Bedarf entsprechend das jeweils passende Institut mit dem jeweils passenden Angebot auswählen.



Die optimale Ausgestaltung von Beratungsqualität und Usability in sechs Produktkategorien

Für eine optimal umgesetzte Beratungsqualität ist es wichtig, den Kunden über die einzelnen Phasen seines Kaufentscheidungsprozesses hinweg zu unterstützen und bis zum Produktabschluss zu steuern. Die Usability erleichtert die Bedienung der Webseite und transportiert durch eine geeignete Aufbereitung und Bereitstellung der Inhalte die vertrieblichen Botschaften. Im ibi Website Rating 2016 wird die Umsetzung dieser beiden Erfolgsfaktoren in einer Stichprobe von 50 Bankenwebsites beurteilt und der Status quo anhand von mehr als 700 Detailkriterien erfasst. Das dazugehörige Studiendokument zeigt Vorgehensweise, Ergebnisgrafiken, zahlreiche Screenshots und deren Erläuterungen auf.

Die Studie 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. Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Ausgestaltung der Websites sowie gut gelungene Umsetzungen der Kundenanforderungen werden anhand von Charts und Screenshots verdeutlicht. Das Studiendokument bietet Ihnen eine Fülle von Anregungen und konkreten Tipps sowie eine klare Orientierung für die Ausgestaltung des eigenen Auftritts.

Die Web-Präsenz zwischen Beratungskunde und Selbstentscheider

Bei der Beurteilung der Webseiten wird dabei die Abbildung der Beratungsqualität differenziert betrachtet. Beschrieben werden die Ergebnisse jeweils aus zwei Blickwinkeln: für die Unterstützung eines mehr oder weniger autarken Selbstentscheiders sowie für die Unterstützung von Kunden, die im Verlauf des virtuellen Beratungsprozesses die Überleitung in eine persönliche Beratung präferieren. Der zugrundeliegende Kriterienkatalog gibt beide Aspekte wieder und spiegelt damit die passende und durchaus unterschiedliche strategische Ausrichtung des jeweiligen Kreditinstituts.

Alle Teilnehmer der Stichprobe werden nach diesem einheitlichen Kriterienkatalog bewertet. Die anschließende Auswertung wird zweifach durchgeführt: zum einen mit dem Schwerpunkt auf Anforderungen, die ein Beratungskunde mit sich bringt, zum anderen aus Sicht des Selbstentscheiders. Als Konsequenz daraus wird die gesamte Stichprobe zweifach platziert, so dass das ibi Website Rating 2016 zwei Sieger zu verzeichnen hat: einen für den Beratungskunden und einen für den Selbstentscheider.



Schwerpunktthema Konsumentenkredit

Im aktuellen Rating betrachten wir ein ausgewähltes Produkt genauer – die Wahl fällt in diesem Jahr auf den Konsumentenkredit. Wie wird in dieser Produktwelt den unterschiedlichen Kundensichten entsprochen? Gelingt der Einklang von Information und Weiterleitung für den Beratungskunden mit einem ausgefeilten und kauf-abschließenden Prozess für den Selbstentscheider? Auswertung und Ranking erfolgen für die Beratungsqualität in dieser Produktkategorie. Der Kaufentscheidungsprozess des Kunden wird über die Phasen Anregung, Evaluation, Kauf und After Sales hinweg analysiert. Die Auswertung zeigt auf, inwieweit es den Anbietern gelingt, auch ein komplexes Produkt für die beiden Kundentypen Beratungskunde und Selbstentscheider adressatengerecht aufzubereiten.

Die Inhalte zur Beratungsqualität im **Schwerpunktthema Konsumentenkredit** finden sich in einem gesonderten Studiendokument. Herausgearbeitet wird, wo sich Best Practices in der virtuellen Beratung dieses Produkts finden lassen. Die um 15 Webseiten von Produktspezialisten erweiterte Stichprobe von dann insgesamt 65 Kreditinstituten verspricht zusätzlich interessante Erkenntnisse. Das Sonderheft umfasst neben der Beschreibung der Kriterien zahlreiche Ergebnisgrafiken, Screenshots und erläuterte Best Practices.



Und wo ist Ihre Webseite im Vergleich zum Wettbewerb platziert?

Nur wer seine Position im Markt kennt, kann durch die gezielte Stärkung und Optimierung des eigenen Internet-Vertriebs Wettbewerbsvorteile erzielen. Über die beschriebenen Studiendokumente hinaus unterstützen wir Sie und Ihr Kreditinstitut individuell bei der umfassenden Bewertung und Optimierung Ihrer Webpräsenz und Ihres Neukundenbereichs.

Wir erstellen für Sie

- die Analyse Ihres Internet-Auftritts anhand unseres erprobten Kriterienkatalogs,
- daraus resultierend ein detailliertes Stärken-Schwächen-Profil Ihrer Website,
- die Übersicht Ihrer Position im Marktvergleich und den Vergleich zum anonymisierten Wettbewerb sowie
- die Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen zur Optimierung Ihres Internet-Auftritts.

Wir unterstützen Sie konkret bei der Optimierung Ihrer Website!

Zwei Varianten zum Erhalt Ihrer individuellen Ergebnisse:

Individuelle Analyse „Basis“	Individuelle Analyse „Plus“										
<p>Beim Kauf der individuellen Analyse „Basis“ erhalten Sie die statistischen Ergebnisse Ihres Webauftritts im Vergleich zum Wettbewerb sowie wertvolle Informationen zum Status quo des Internet-Vertriebs in Banken und Sparkassen. Im Einzelnen sind dies</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die statistische Auswertung der Ergebnisse Ihres Instituts mit Angabe der prozentualen Zielerreichungsgrade in allen Kategorien und Unterkategorien. ▪ die graphischen Darstellungen der anonymisierten Ergebnisse der Stichprobe mit Einordnung der Zielerreichungsgrade Ihres Hauses: <div data-bbox="215 963 726 1232" data-label="Figure"> <p>A bar chart titled 'Ihr Ergebnis: 68%' with a blue arrow pointing down to a bar labeled '19'. The x-axis has four bars with values 3, 26, 19, and 2. The y-axis has horizontal grid lines.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategorie</th> <th>Wert</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> </div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Studie ibi Website Rating 2016 in gedruckter Form mit der Beschreibung der Kriterien, der Darstellung der Gesamtergebnisse und den aufgezeigten Best Practices in den Produkt- und Bewertungskategorien. ▪ das Sonderheft des ibi Website Ratings 2016 mit dem Schwerpunktthema Beratungsqualität Konsumentenkredit in gedruckter Form. <p>Ihre individuellen Ergebnisse werden Ihnen als PDF-Datei elektronisch und in gedruckter Form zur Verfügung gestellt.</p>	Kategorie	Wert	1	3	2	26	3	19	4	2	<p>Beim Kauf der individuellen Analyse „Plus“ erhalten Sie die beschriebenen Leistungen der Variante „Basis“ und zusätzlich ein umfassendes Beratungsangebot zur konkreten Ausgestaltung Ihrer Website. Diese zusätzliche Beratungsleistung beinhaltet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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: <div data-bbox="869 840 1300 1041" data-label="Image"> <p>A blue icon of a computer monitor with a checklist to its right. The checklist has two items: 'Gut gelungen:' and 'Tipps:', each with a green checkmark and a list of three dots.</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Darstellung und Diskussion der Ist-Situation Ihrer Webpräsenz im Vergleich zum Soll mit dem Aufzeigen von gelungenen Aspekten und Tipps zur weiteren vertrieblichen Ausgestaltung auch unter strategischen Vorgaben. ▪ einen halbtägigen Ergebnis-Workshop bei Ihnen vor Ort mit der Präsentation aller Ergebnisse sowie der Möglichkeit zur intensiven Diskussion. ▪ Die Analyse erfolgt über die gesamte Produktpalette hinweg und ist gleichermaßen wertvolles Fact-Book als auch Leitfaden für die Optimierung Ihrer Website. <p>Ihre individuellen Ergebnisse werden Ihnen als PDF-Datei elektronisch und in gedruckter Form zur Verfügung gestellt.</p>
Kategorie	Wert										
1	3										
2	26										
3	19										
4	2										

Die Beauftragung einer individuellen Analyse ist unabhängig von der Teilnahme Ihres Instituts an der beschriebenen Stichprobe jederzeit möglich.

Profitieren auch Sie von unserer langjährigen Erfahrung in der Bewertung von Webseiten!

ibi Website Rating 2016

Die Web-Präsenz zwischen Selbstentscheider und Beratungskunde

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

Information und Bestellung

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Andrea Rosenlehner

Tel.: 49 941 943-1921

Galgenbergstr. 25

Fax: 49 941 943-1888

D-93053 Regensburg

andrea.rosenlehner@ibi.de

Ja, ich bestelle ein Druckexemplar der **Studie „ibi Website Rating 2016“** für EUR 1.490,00 (ISBN 978-3-945451-24-3)

Ja, ich bestelle ein Druckexemplar des **Sonderhefts „ibi Website Rating 2016 – Beratungsqualität Konsumentencredit“** für EUR 395,00 (ISBN 978-3-945451-25-0)

Ja, ich bestelle die **individuelle Analyse „Basis“** für EUR 4.500,00. Diese umfasst:

- die statistische Auswertung meiner individuellen Ergebnisse und Einordnung der Zielerreichungsgrade in die graphische Darstellung des anonymisierten Wettbewerbs
- ein Druckexemplar der Studie „ibi Website Rating 2016“ und ein Sonderheft „ibi Website Rating 2016 Beratungsqualität Konsumentencredit“

Ja, ich bestelle die **individuelle Analyse „Plus“** für EUR 9.500,00. Diese umfasst die Leistungen der Variante „Basis“ und zusätzlich

- die umfassende Analyse und Kommentierung meiner Banken-Webseite anhand von detailliert erläuterten aktuellen Screenshots
- einen halbtägigen Ergebnis-Workshop vor Ort mit Präsentation aller Ergebnisse sowie der Möglichkeit zur intensiven Diskussion

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.