

# SHS VIVEON

## The Customer Management Company.

### Trends 2012

## Bedeutung der Kundenbindung bei Banken wächst

### Auswertung einer Experten Umfrage bei der CRMforBanks 2011

Mit einer Experten Umfrage auf der diesjährigen Fachveranstaltung für Kundenmanagement des BankingClubs, der CRMforBanks 2011, hat der Business- und IT-Lösungsanbieter SHS VIVEON, in Erfahrung gebracht, welche Trends 2012 das Kundenmanagement im Banken und Finanzdienstleistungssektor bestimmen. Die Befragung richtete sich an verantwortliche CRM- und Marketing-Manager deutscher Banken und Finanzdienstleister.

Zum wichtigsten Ziel erklären die Experten im nächsten Jahr die Kundenbindung bei Bestandskunden. Hier zeichnete sich in der Befragung mit 27 Prozent der Angaben ein deutlicher Abstand zu den weiteren Zielen ab. Zu diesen zählen auf Platz zwei mit 15 Prozent die

Neukundengewinnung und auf Platz 3 mit jeweils 14 Prozent die Optimierung der Kundenberatung und Steigerung der Kundenorientierung.

„In den letzten Jahren lag unserer Erfahrung nach die Neukundengewinnung im Fokus des Kundenmanagements. Doch diese ist nicht nur teuer, sondern wirkt oft nur sehr kurzfristig“, sagt Thomas Hamele, Head of Banking bei der SHS VIVEON AG. „Das Ergebnis unserer Befragung zeigt, dass Banken die Vorteile der Bestandskundenbindung neben der Neukundenakquise erkannt haben und nun verstärkt darauf hin arbeiten. Diese Tendenz wird meiner Meinung nach in den weiteren Zielen zur Optimierung der Kundenberatung und Steigerung der Kundenorientierung sehr deutlich.“



**Thomas Hamele**

Head of Business Consulting Banken bei SHS VIVEON

„Die große Herausforderung für Banken besteht darin, die gesetzten Ziele dann auch umzusetzen. Viele Unternehmen müssen für ein kundenzentriertes Banking erst die richtigen Voraussetzungen schaffen. Dazu gehört unter anderem ein individuell angepasstes und aussagefähiges CRM-System wie auch fest definierte Maßnahmen für das operative Kundenmanagement.“

Unserer Erfahrung nach mangelt es häufig an einer klar definierten Strategie für ein kundenzentriertes Banking und deren konsequenter Umsetzung. Hier besteht für Banken noch viel Optimierungspotenzial.“

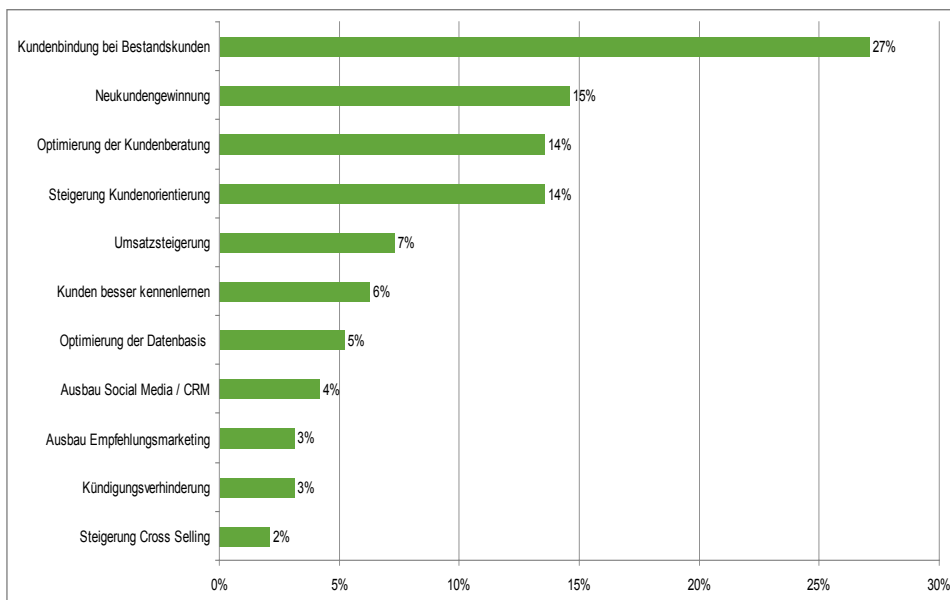


Abb. 1: Die wichtigsten Ziele der Banken 2012

#### Kontakt:

T +49 89 74 72 57 - 0

M +49 162 29 79 045

F +49 89 74 72 57 - 900

Thomas.Hamele@SHS-VIVEON.com

# SHS VIVEON

## The Customer Management Company.

Die optimale Basis für ein kundenzentriertes Banking ist ein tiefes Verständnis über die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden. Zu den Top-Zielen der Banken gehören daher auch Maßnahmen, um die Kunden besser kennen zu lernen sowie eine Optimierung der Datenbasis. Aber auch innovative Methoden wie der Ausbau von Social Media Maßnahmen und eines Empfehlungsmarketings stehen 2012 auf der Agenda der CRM-Experten.

„Diese Angaben entsprechen unseren Erfahrungen aus Projekten und Gesprächen“ so Hamele. „Nachdem im letzten Jahr erste Banken erfolgreich mit dem Einsatz von Social Media begonnen haben, besteht nun auch bei der Breite der anderen Institute der Bedarf, nachzuziehen. Vor allem im Bereich Social Media Analyse steigt die Nachfrage. Denn selbst wenn ein Institut noch nicht aktiv auf Social Media Plattformen ist, so

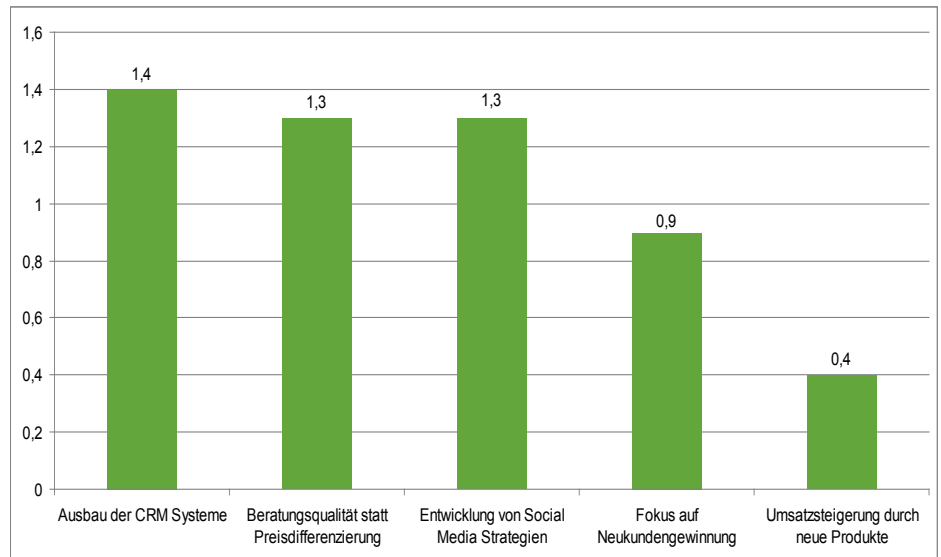


Abb. 2: Entwicklung der Themen in 2012, (von -2 = nimmt deutlich ab bis +2 = nimmt deutlich zu)

kann es doch nicht verhindern, dass seine Kunden sich hier über das Unternehmen und seine Produkte austauschen.“ SHS VIVEON fragte die Experten auch, wie sich die Bedeutung bestimmter Themen 2012 verändern wird. Nach Ansicht der Befragten wird der Ausbau von CRM Systemen deutlich zunehmen. Ebenso

werden der Ausbau der Beratungsqualität und die Entwicklung von Social Media Strategien weiter wachsen. Weniger im Fokus stehen hingegen die Neukundengewinnung und die Entwicklung neuer Produkte zur Umsatzsteigerung.

### Ihr Ansprechpartner:

Für weitere Informationen, Fragen zum Thema oder unserem Angebot wenden Sie sich an unser Business Consulting Team.

### Kontakt:

T +49 89 74 72 57 - 0  
M +49 162 29 79 045  
F +49 89 74 72 57 - 900  
Thomas.Hamele@SHS-VIVEON.com

## SHS VIVEON AG - The Customer Management Company

Die SHS VIVEON AG ist ein international agierender Business- und IT-Lösungsanbieter für Customer Management Lösungen. Das Unternehmen bietet marktführende Expertise im Customer Value und Customer Risk Management. Weitere Kernkompetenzen umfassen: Customer Analytics, Corporate Performance Management sowie Business Intelligence und Data Warehouse.

Die SHS VIVEON AG, mit Sitz in München, ist am M:access der Börse München notiert und mit zwei Tochtergesellschaften an sechs Standorten in drei europäischen Ländern präsent: GUARDEAN GmbH (D) und SHS VIVEON Schweiz AG (CH). Mit circa 200 Mitarbeitern und mehr als 200 Kunden in 15 Ländern gehört SHS VIVEON zu Europas führenden Anbietern im Customer Management.

SHS VIVEON zählt namhafte Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Industrie, Handel und Telekommunikation zu seinen Kunden, darunter BayWa, BMW Financial Services, BP, Credit Suisse, Deutsche Telekom, Ingram Micro, RaabKarcher, o2 Deutschland, Orange, SüdLeasing und Vodafone.

Weitere Informationen zum Unternehmen: [www.The-Customer-Management-Company.com](http://www.The-Customer-Management-Company.com)