



Presseinformation

Banken wollen Draht zum Kunden nicht verlieren

- **Kanalvielfalt erfordert stärkere Vernetzung der IT im Bankvertrieb**

Drei von vier Vertriebsexperten in deutschen Banken und Sparkassen wünschen sich eine stärkere Verknüpfung ihrer Kundensoftware, um besser vorbereitet in Beratungsgespräche gehen zu können. Denn die steigende Zahl genutzter Vertriebskanäle führt dazu, dass Kundendaten an immer mehr Orten gespeichert werden und verfügbar sein müssen. Ohne eine entsprechende Vernetzung steigt das Risiko, dass aktuelle Kundeninformationen im Vertriebsgespräch nicht vorliegen und Beratungsansätze nicht erkannt werden. Die Folge sind Einbußen in der Beratungsqualität, bis hin zu Falschberatungen. Das ist das Ergebnis der Studie „IT & Vertrieb in der Bankenwirtschaft 2009“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Zusammenarbeit mit dem Bankmagazin.

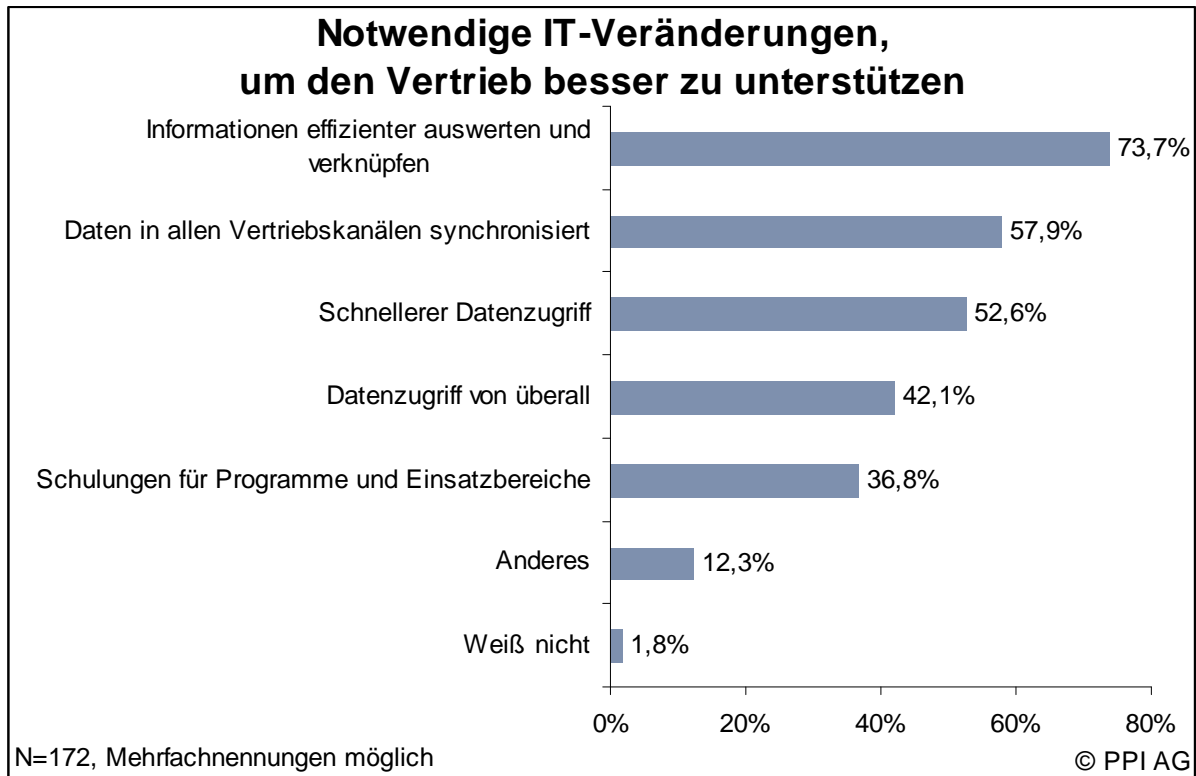
Dem Multikanalvertrieb gehört die Zukunft im Privatkundengeschäft. Kunden wickeln ihre Bankgeschäfte in wachsendem Umfang online und mobil ab, ohne dabei auf die gelegentliche Beratung in der Filiale um die Ecke zu verzichten. Beim Management dieser Vielfalt an Vertriebskanälen stoßen viele Banken und Sparkassen inzwischen an ihre Grenzen. Die Verantwortlichen im Vertrieb forcieren deshalb die Vernetzung ihrer IT-Systeme, um den Draht zum Kunden nicht zu verlieren.

Die Hälfte der Vertriebsexperten plant unter anderem, den Datenabgleich in allen Vertriebskanälen zu verbessern und den Zugriff zu beschleunigen. Informationen aus dem Kundenkontakt sollen an einer Stelle zusammenlaufen – ganz gleich über welchen Kanal eine Beratung stattfand. Damit können die Berater Kundendaten deutlich effizienter auswerten. Zudem können sie sich ein genaueres Bild machen, welche Bankprodukte sich für einen Kunden am besten eignen. Darüber hinaus wollen vier von zehn der Fach- und Führungskräften ihren Vertriebsspezialisten den mobilen Zugriff auf Kundendatenbanken erleichtern – beispielsweise mit einer größeren Zahl von Schnittstellen zwischen unterschiedlichen Hard- und Softwarelösungen.

Die Anforderungen an das Multikanalmanagement im Bankvertrieb werden künftig weiter steigen. Mehr als die Hälfte der Vertriebsexperten prognostizieren dabei eine zunehmende Verlagerung auf technische Vertriebskanäle im Massengeschäft. Vor allem die Zahl der Nutzer von Mobile Banking wächst parallel mit dem Erfolg des mobilen Internets massiv an, so die befragten Bankmanager. Das Handy als Banking-Tool hat bereits heute für fast 30 Prozent der Institute einen gewichtigen Anteil am Vertriebs Erfolg – Tendenz steigend. Sieben von zehn Vertriebsentscheidern der befragten Banken und Sparkassen gehen zudem von einer noch stärkeren Bedeutung des mobilen Vertriebs aus – sprich die persönliche Bankberatung beim Kunden per Laptop.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT



Datenvernetzung hat Priorität.

Hintergrundinformationen

Die Studie „IT & Vertrieb in der Bankwirtschaft“ stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die im Auftrag des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Kooperation mit dem Bankmagazin durchgeführt wurde. Im Zeitraum vom 2. April bis 14. Mai 2009 wurden 172 Fach- und Führungskräfte aus der Bankwirtschaft befragt.

PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 280 Mitarbeitern 36 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Electronic-Banking-Produkte. Im E-Banking liegt der Schwerpunkt auf sicheren und wirtschaftlichen Standardprodukten für die Kommunikation zwischen Firmenkunden beziehungsweise Privatkunden und ihrer Bank. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die bankfachliche bis zur IT-Beratung.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

Pressekontakt

Andreas Gutjahr

Faktenkontor GmbH

Tel: +49 (0)40 22703-5470

Fax: +49 (0)40 22703-1470

E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de