



Banken und die Omnichannel-Strategie: Automatisieren Sie Ihre Bankdienstleistungen!

Fachbeitrag von Auriga

Die großen Banken setzen den Transformationsprozess der IT-Systeme fort und führen neue Technologien ein. Diese binden den Kunden verstärkt ein und bieten eine personalisierte Customer Experience. Die fortschrittliche Automatisierung von Bankdienstleistungen kann gleichzeitig die Beziehung zwischen Banken und Kunden stärken sowie Betriebskosten senken. Vincenzo Fiore (Auriga) plädiert für eine starke Automatisierung.

Der Trend im Bereich der Bankdienstleistungen geht dahin, dem Nutzer eine optimale und einheitliche Benutzererfahrung unabhängig von dem ausgewählten Kanal (ATM, Filiale, Internet und Mobile) zu bieten. Ein Service, der in der Lage ist, sich automatisch an das Profil des jeweiligen Kunden anzupassen und sich wie die stets wechselnden Anforderungen der Kunden und der Bank weiterentwickelt. Die angewandten Omnichannel-Strategien reagieren auf diese Herausforderung, indem die menschliche Dimension mit der virtuellen Interaktion integriert wird. So wird die Qualität der Beziehung zwischen Bank und Kunden gestärkt mit greifbaren Vorteilen für Anbieter und Nutzer. Der Wettbewerbsdruck im Bankensektor, Kunden zu gewinnen und zu halten, ist heute so stark wie

nie zuvor. Traditionelle Marketing-Strategien werden schnell ineffektiv, wenn sie die steigende Mobilität der Nutzer außer Acht lassen und nicht berücksichtigen, dass heute personalisierte Services gefragt sind, die die spezifischen Erwartungen erfüllen. Im neuen digitalen Zeitalter präsentiert sich die Bank immer häufiger über das Smartphone-Display und nicht mehr wie früher über das Begrüßungslächeln des Mitarbeiters.

Banken werden daher die traditionellen Modelle der einzelnen Verwaltung der Service-Kanäle hinter sich lassen müssen. Nur dann kann eine einheitliche Omnichannel-Umgebung, die sich an die Kunden richtet, entstehen.

Die neueste Generation von Omnichannel-Software Lösungen ist in der Lage, den komplexen Erwartungen der Banken gerecht zu werden. Mit den modernen Anwendungen lassen sich in kürzester Zeit neue Funktionen entwickeln und einfügen. Somit kann der Kunde ein innovatives Crosschannel-Angebot nutzen, und gleichzeitig liefert die Bank einen verbesserten Service. Darüber hinaus haben diese Lösungen auch positive Auswirkungen auf die Kosten und die Rentabilität der Bank: Auf einer Seite erlauben es die Softwares, die bestehende Infrastruktur

und somit von der Bank getätigte Investitionen weiter auszuschöpfen, auf der anderen Seite, dank der Integration mit dem CRM-System, wird der Verkauf von personalisierten Dienstleistungen auf der Grundlage der verschiedenen Kundenprofile gesteigert.

Muss man unabhängig bleiben, um die Effizienz zu steigern?

Die Folgen der niedrigen Preise für Elektrogeräte und Hardware spürt auch der Bankensektor. Die Verbreitung von Smartphones, Tablets und Innovationen auf dem Gebiet der „Wearables“ bieten attraktive Service-Möglichkeiten aus dem Selbstbedienungsbereich für Kunden.

Auch der traditionelle Geldautomaten- und Selbstbedienungsmarkt steht vor Veränderungen, ausgelöst durch neue Betreiber, die stetig an Sichtbarkeit gewinnen und ihre Marktanteile erhöhen.

Umsichtige Bankinstitute versuchen, eine maximale Unabhängigkeit bei der Wahl des Hardware-Anbieters zu bewahren. Somit können die Investitionsmöglichkeiten vergrößert werden in einer Zeit, in der ein großer Preiswettbewerb zwischen den unterschiedlichen Anbietern herrscht. Darüber hinaus sollten Software-Anbieter der Bank nicht nur eine reale Unabhängigkeit von den verschiedenen Gerätemodellen ermöglichen, sondern auch Qualität, Vielseitigkeit und Robustheit des gelieferten Produkts garantieren. Softwares werden eine immer zentralere Rolle bei der Innovations-Herausforderung, der sich Banken stellen, einnehmen. Es ist unerlässlich, nur über eine einzige Plattform zu verfügen, von der alle Kanäle einheitlich verwaltet werden können. Dies muss in Echtzeit und nahtlos geschehen, um so ein optimales Kundenerlebnis zu gewährleisten.

Die herstellerunabhängige Omnichannel-Plattform muss kommen

Dieser hochdynamische Hardware-Markt stellt eine gute Nachricht für die Banken dar. Die Verbreitung des Internets und von webbasierten Diensten bietet den Instituten viele Möglichkeiten und Vorteile. Allerdings können Banken diese neuen Chancen erst dann in vollem Umfang nutzen, wenn sie die richtige Software-Strategie wählen, beziehungsweise eine herstellerunabhängige Omnichannel-Plattform.

