



Dem Sturm der Veränderung für Kassenschalter standhalten

Fachbeitrag von Auriga

Finanzinstitute befinden sich in einer stürmischen Lage. Zu den steigenden Kundenerwartungen und verschärften Regulierungen kommt nun die digitale Revolution, die den Wettbewerb mit der Konkurrenz und FinTechs verschärft. Das Filialen-Netzwerk befindet sich in Mitten dieses „Sturms der Veränderung“. Eine wichtige Herausforderung 2017 für die Filialbanken ist, das traditionelle Filialmodell den neuen Gegebenheiten anzupassen, wo Technologie und IT-Strategie immer entscheidender für den Erfolg werden. Mit dem Hintergrund, dass Kunden „alles sofort wollen“, ist der Druck auf das Bankkapital noch nie so groß gewesen. Regulatorische Vorschriften für Banken lassen die Kosten steigen und die Zahl der Filialen sinken. Die Filialen und vor allem die Kassenschalter müssen härter arbeiten und den Mehrwert stärker denn je zuvor steigern. Der Sturm der Veränderung kennt keine traditionellen Infrastrukturen, Standortfragen oder Prozessbeschränkungen. Er verlangt ein innovatives und effizientes Service, das das Kundenerlebnis bereichert und den Absatz steigert.

Die Weiterentwicklung des traditionellen Kanals

Was erwarten Banken 2017 vom Kassenschalter? Marktübergreifend beobachten wir unterschiedliche Antworten auf diese Frage. Einige transformieren oder erweitern die Rolle des Bankschalters, andere wiederum verzichten an einigen Standorten vollkommen auf Bankschalter und setzen lediglich auf Berater, die für die Begrüßung zuständig sind

und die betreute Selbstbedienung begleiten. Filialen ohne Personal sind nicht unüblich (oder neu) und der Einsatz einer anderen Art der Kundenbetreuung, die sich verstärkt auf Beziehungen, Kundenerlebnis und Verkauf konzentriert, ist es auch nicht.

Und was erwarten Kunden vom Bankschalter? Kunden wollen, dass ihre Bedürfnisse sofort so effektiv und effizient wie möglich befriedigt werden, am besten noch mit einem Lächeln. Die Erwartungen haben sich verändert und um zufrieden zu sein, möchten Kunden mehr am Kassenschalter geboten bekommen. Während Banken in der Vergangenheit die Möglichkeit hatten, am Schalter auf einen erfahreneren Mitarbeiter zu verweisen, möchten Kunden heute zusätzliche Wartezeiten vermeiden und Transaktionen nicht unterbrechen. Über 80 Prozent der einfachen Transaktionen, die am Bankschalter durchgeführt werden, können automatisiert und verlagert werden, doch aus Kundensicht, sollte die Person vor ihnen in der Lage sein, alles zu tun.

Das Filialpersonal ist zunehmend Anlaufstelle für jedes Problem. Wenn Schwierigkeiten nicht über den Helpdesk, Chatbot oder FAQs gelöst werden können, besucht der Kunde eine Filiale. Modernisierte Filialen haben Personal für die Begrüßung, die die Bedürfnisse der Kunden erkennen und sie übermitteln, und Kassenschalter, die ausgestattet sind, um außergewöhnliche und komplexe Anfragen handzuhaben. Dieses Format stellt eine Herausforderung dar, gerade wenn Kunden erwarten, dass das Personal den Hergang

des Problemfalls kennt und eine Lösung parat hat. Mit weniger Filialen und Kassenschaltern, braucht das Personal die richtigen Informationen in greifbarer Nähe. Aurigas WWS Customer Management, eines der neuen Module der WWS-Branch-Suite, wurde entwickelt, um Banken eine technische Lösung zu diesem Problem zu bieten. Es stattet das Personal mit Werkzeugen aus, um zu gewährleisten, dass die Bedürfnisse des Kunden sofort aufgenommen werden.

Das Potential des Kassenschalters nutzen

Welchen positiven Beitrag können Kassenschalter leisten? Viele der Vorteile der heutigen Kassenschalter liegen, wie bei ihren Vorgängern, beim menschlichen Kontakt. Predictive Marketing kann Verkaufsbedingungen am Kassenschalter schaffen oder helfen, die Grundlage für einen zukünftigen Verkauf zu schaffen. Dennoch ist es wichtig, die Kundenbindung als ein Ganzes zu verstehen. Auriga beobachtet, dass Kunden, die über jeden beliebigen Kanal mit der Bank interagieren, allgemein verstärkt mit der Bank kommunizieren. Banken müssen dort sein, wo ihre Kunden sind: am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, mit dem richtigen Angebot und der richtigen Betreuung.

Mit Kunden, die Termine buchen und Besuche ankündigen können, ist der Bedarf nach Kundenerkennung in der Filiale so wichtig wie nie zuvor. Das Filial-Erlebnis kann beginnen, noch bevor der Kunde die Filiale betritt und die durch moderne Kanäle gehobenen Erwartungen müssen von Banken erfüllt werden. Lösungen wie die WWS-Branch-Suite von Auriga können hier helfen, Verkäufe und Erlebnischancen über Begrüßungs-Tablets, Assisted Self-Service Device/Assisted Self-Service Teller, GAA, Begrüßungsdisk und Digital Signage zu maximieren.

Während Hardware weiterhin die Effizienz des Personals steigert, werden nun Bots eingesetzt, um Personal zu ersetzen oder zu unterstützen. Bots sind hilfreich, wenn es um einfache Aufgaben geht wie das Beantworten von Fragen oder Übermitteln von Kunden. In Bezug auf Input und Lernfähigkeit sind sie jedoch limitiert – und Kunden tolerieren keine Fehler in der Lernphase. Die letzten Beispiele wie die Kooperation zwischen RBS und IBM Watson sowie

Mastercards Bot-Banking in Nachrichten-Apps sind sehr interessant. Das Gleiche gilt für die Bots der Bank of America, die Transaktionen durchführen und Verhaltensempfehlungen geben.

Die Verbindung zwischen Massen-Plattformen und Banking haben das Potential, den Kunden eine bisher unvorstellbare Bequemlichkeit zu bieten. Vorbereitung und Design-Flexibilität sind der Schlüssel, um den Grundstein für die Filiale der Zukunft zu legen. Zu diesem Zweck sollten Banken bei der Wahl des Anbieters nicht eingeschränkt sein.

Was kommt als Nächstes auf den Kassenschalter zu?

Die Rolle der Kassenschalter hängt von der Filial-Kanal-Strategie ab. Es ist offensichtlich, dass korrekt unterstützte Kassenschalter ein Differenzierungsmerkmal sein können, indem das persönliche und effiziente Kundenerlebnis mit Mehrwertangeboten ergänzt wird. Jetzt ist es noch schwierig, sich komplett automatisierte Kassenschalter vorzustellen, doch ist es wichtig, präsent zu halten, dass die Generationen X und Y nicht mit Bots aufgewachsen sind. Sie waren Zeugen der ersten Versuche mit maschinellem Lernen, die zu falschen Ergebnissen oder zu Missbrauch seitens böswilliger Nutzer führte. Dies gilt nicht für die Generation Z. Viele der heutigen Kunden fühlen sich vielleicht unwohl, wenn sie mit einem elektronischen Gerät reden oder mit einem Video-Konferenz-Kiosk interagieren, doch jüngere Generationen wenden sich problemlos an Google, Siri oder Alexa anstelle ihrer Eltern. Es könnte eine neue Ebene in der Bankenwelt auftauchen und ein Wettrennen um die Entwicklung der neuesten Technologien und dem freundlichsten und dem leistungsfähigsten Personal beginnen. Wie der Kassenschalter in Zukunft aussehen wird, hängt immer von den Bedürfnissen und der Akzeptanz der Kunden der jeweiligen Zeit ab.

