

9. Juni 2020

Medieninformation

Beraterfinder ermöglicht selbstbestimmte Suche:

Digitale Visitenkarte für Berater

Therese Dressel
Referentin Presse und Kommunikation
S-Markt & Mehrwert
Telefon +49 211 5065-4204
therese.dressel@s-markt-mehrwert.de
www.s-markt-mehrwert.de

Halle (Saale) 09.06.2020 – Der Beraterfinder, der vom Wiener FinTech baningo initial entwickelt wurde und von der S-Markt & Mehrwert nun weiterentwickelt und vertrieben wird, ermöglicht Sparkassenkunden, online einen Wunschberater in ihrer Nähe zu suchen, Kontakt per Telefon oder Chat aufzunehmen und direkt online eine Termin zu vereinbaren.

Digitale Präsenz trifft auf persönliche Interaktion

Sparkassen profitieren durch den Einsatz des Beraterfinders von einer gesteigerten Kontakthäufigkeit, mehr Online-Leads, einer höheren Abschlussquote und einem effizienteren Empfehlungsmarketing. Das Kundenverhalten kann mithilfe eines Reportingtools analysiert werden. Sparkassenkunden können rund um die Uhr selbstbestimmt einen Berater auswählen und direkt persönlich Kontakt aufnehmen. Auch ein Beraterwechsel wird so zum positiven Erlebnis.

So funktioniert's

Der Berater legt ein Profil an, in dem neben Name und Funktion auch ein Portraitfoto, Kontaktmöglichkeiten, Kompetenzen, Informationen zur eigenen Person und persönliche Tipps für die jeweilige Region hinterlegt werden können. Der Kunde bekommt Berater vorgeschlagen, die anhand verschiedener Fragen zum Beispiel nach Zielgruppe (Privatkunde, Firmenkunde, Private Banking) und Anliegen (Kreditwunsch, Versichern und Vorsorgen, Sparen und Anlegen, Immobilie

und Baufinanzierung) gefiltert werden. Mithilfe der Umkreissuche werden im nächsten Schritt passende Berater in der Nähe ermittelt. Kontakt kann der Kunde per Online-Messenger oder telefonisch durch Anruf bzw. Einstellen eines Rückrufwunsches aufnehmen. Durch Bereitstellung einer Kalenderschnittstelle zu Lotus Notes, Outlook und OSPlus ist nun auch die Suche nach einem freien Termin und die direkte fallabschließende Online-Terminvereinbarung möglich.

Einfache Einbindung in der Internet-Filiale

Eingebunden wird der Beraterfinder direkt in der Internet-Filiale. Individuelle Anpassungen von Design, Customer Journey und Beraterprofil sind möglich. Je nach Betreuungssystematik können auch die Filter- und Matching-Algorithmen angepasst werden. Sparkassen erhalten zudem Reports und Statistiken (u.a. Nutzungsquote, Anzahl der Klicks, Kontaktaufnahmen und generierte Termine, Kundenfeedback), die wichtige Rückschlüsse für die Vertriebssteuerung ermöglichen. Auch der First-Level-Support durch das Kunden-Service-Center der S-Markt & Mehrwert, einem Tochterunternehmen des Deutschen Sparkassenverlags und der Deutschen Assistance Versicherung, ist enthalten.

Sparkasse Paderborn-Detmold stellt Kunde in den Fokus

Die Sparkasse Paderborn-Detmold setzt den Beraterfinder seit März ein, da die bisherige Berater-Kunde-Zuordnung ausschließlich aus Sparkassensicht und mittels „harter Fakten“ wie Unterscheidung zwischen Gewerbe- oder Privatkunden, Vermögenssituation und Kapazität des Beraters erfolgt ist. Unterschiedliche Kunden-Typen können so über zwei Herangehensweisen abgeholt werden: Entweder, der Kunde möchte schnellstmöglich einen Termin mit einem Berater, der sich mit einem bestimmten Thema auskennt oder die Sympathie und persönliche Gemeinsamkeiten steht im Vordergrund. „Die Überzeugung, dass Sparkassen schon wissen, was für ihre Kunden richtig und wichtig ist, halte ich für überholt. Warum lässt man Kunden nicht

mitentscheiden? Das halten wir für zeitgemäß, weil es an vielen anderen Stellen, zum Beispiel Dating-Portalen oder sozialen Netzwerken, ähnlich stattfindet. Kontakte werden thematisch gesteuert oder weil Menschen sich sympathisch finden. Warum kann so eine gesellschaftliche Entwicklung nicht auch im Finanzdienstleistungsbereich eine Rolle spielen“, sagt Olaf Saage, Leiter Strategie und Innovation der Sparkasse Paderborn-Detmold. Die Berater des Instituts haben sehr offen und positiv auf die neue Lösung reagiert und waren durchweg neugierig und interessiert. Besonders wichtig ist der Sparkasse dabei die Freiwilligkeit der Teilnahme. Und das kommt gut an: Bereits zwei Drittel der Berater haben ein Profil angelegt. Viele nutzen den Beraterfinder auch schon, um Empfehlungsmarketing zu betreiben. „Wir würden uns freuen, wenn wir andere Sparkassen mit unserer Begeisterung für den Beraterfinder anstecken könnten, denn dann kann auch ein gemeinsamer Austausch erfolgen, der in die Weiterentwicklung des Produkts einfließt“, so Saage weiter. Aufgrund der Coronakrise und den damit verbundenen Kontaktbeschränkungen kann die Sparkasse Paderborn-Detmold die Online-Terminvereinbarung allerdings erst dann live einsetzen, wenn persönliche Beratungsgespräche wieder erlaubt sind.

S-Markt & Mehrwert

Die S-Markt & Mehrwert (S-MM) bietet für Sparkassen, deren Verbundpartner und weitere Unternehmen umfassende Markt- und Mehrwertleistungen an. Sie ist ein Tochterunternehmen des Deutschen Sparkassenverbands und der Deutsche Assistance Versicherung.

Weitere Informationen: www.s-markt-mehrwert.de