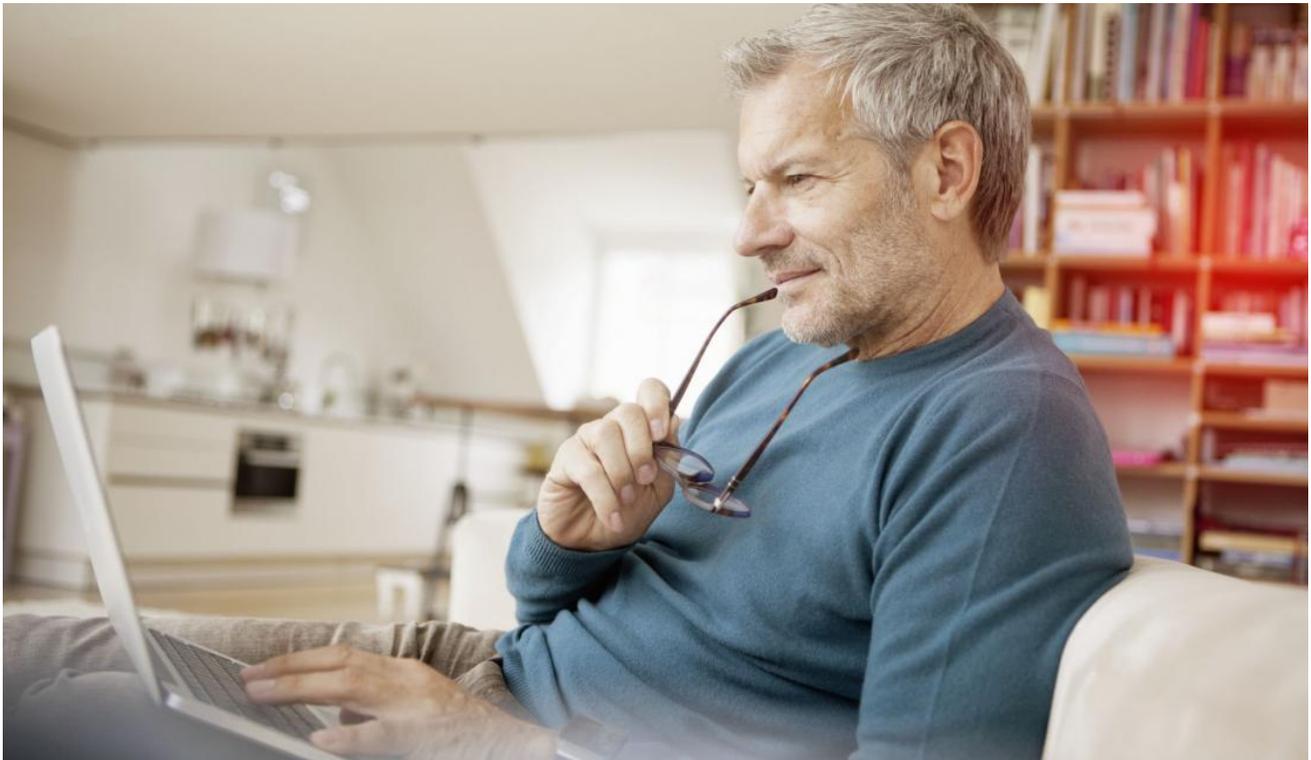


SparkassenZeitung



VERTRIEB | Beraterfinder / S-Markt & Mehrwert

Digitale Visitenkarte für Berater

Kunden können mithilfe des Beraterfinders selbst einen passenden Berater in der Nähe identifizieren und schnell Kontakt zu ihm aufnehmen – gut für Kunde und Vertrieb.

Und so funktioniert: Der Berater legt ein Profil an. Darin können neben Name und Funktion auch ein Porträtfoto, Kontaktmöglichkeiten, Kompetenzen, Informationen zur eigenen Person und persönliche Tipps für die Region hinterlegt werden.

Wenn ein Kunde einen Berater sucht, erhält er Vorschläge, die er eingrenzen kann, etwa anhand verschiedener

Fragen nach Zielgruppe (Privatkunde, Firmenkunde, etc.) und Anliegen (Kredit, Versichern, Sparen etc.).

Mithilfe der Umkreissuche werden passende Berater in der Nähe ermittelt. Kunden können Kontakt per Online-Messenger aufnehmen, sie können anrufen oder sich zurückrufen lassen. Dank einer Kalenderschnittstelle zu Lotus Notes, Outlook und OSPlus sind nun auch die Suche nach einem freien Termin und verbindliche Terminvereinbarungen möglich.

Der Beraterfinder wird in die Internet-Filiale integriert. Design, Customer Journey und Beraterprofil sind individuell anpassbar, je nach Betreuungssystematik auch Filter- und Matching-Algorithmen. Der Beraterfinder wurde von dem Wiener FinTech baningo initial entwickelt.

S-Markt & Mehrwert, Tochterunternehmen des Deutschen Sparkassenverlags und der Deutschen Assistance Versicherung, hat die Lösung weiterentwickelt und den Vertrieb übernommen.

Die Vertriebsabteilungen in den Sparkassen erhalten Reports und Statistiken zur Nutzungsquote, Anzahl der Klicks, Kontaktaufnahmen, Terminen und Kundenfeedbacks. Den First-Level-Support leistet das Kunden-Service-Center der S-Markt & Mehrwert. Sparkassen profitieren von gesteigerter Kontakthäufigkeit, zahlreicheren Online-Leads, einer höheren Abschlussquote und effizienterem Empfehlungsmarketing.

Erfolgreicher Einsatz in der Sparkasse Paderborn-Detmold

Die Sparkasse Paderborn-Detmold setzt den Beraterfinder seit März ein. Der Kunde könne schnellstmöglich ei-

nen Termin mit einem Berater verabreden, der sich mit einem bestimmten Thema auskennt oder den er sympathisch finde.



© Shutterstock

Mithilfe des Beraterfinders können Kunden einen Berater selbst auswählen, etwa weil er sich mit dem Fachthema gut auskennt, weil sein Bild und persönliches Profil sympathisch erscheinen oder weil er schnell einen Termin freihat.

„Die Überzeugung, dass Sparkassen schon wissen, was für ihre Kunden richtig und wichtig ist, halte ich für überholt, sagt Olaf Saage, Leiter Strategie und Innovation der Sparkasse Paderborn-Detmold: "Warum lässt man Kunden nicht mitentscheiden? Das halten wir für zeitgemäß, weil es beispielsweise in Dating-Portalen oder sozialen Netzwerken ähnlich stattfindet."

Die Berater der Sparkasse reagierten offen und positiv auf die neue Lösung. Die Teilnahme sei freiwillig, zwei Drittel der Berater haben bereits ein Profil angelegt. Viele nutzten den Beraterfinder auch, 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“, erklärt Saage.

Wegen der derzeitigen Kontaktbeschränkungen könne die Sparkasse Paderborn-Detmold die Online-Terminvereinbarung allerdings erst dann live einsetzen, wenn persönliche Beratungsgespräche wieder erlaubt seien.

12. Juni 2020