

FOCONIS-ZAK[®] Funktionspaket

„DVFS (Dynamische Verhaltens- und Finanzsegmentierung“

Einfache, schnelle und automatisierte Feinsegmentierung

Vertriebspotenzial bei Privat- und Firmenkunden heben

Die Ausgangssituation

Eine Kundensegmentierung hat in der Regel jedes Kreditinstitut schon einmal durchgeführt. Das Ergebnis liefert jedoch oft keine greifbaren Daten, so dass in der Praxis häufig Abweichungen in den nachfolgenden Punkten entstehen:

- ◆ Umfang, Aktualität und Qualität der zu bewertenden Kundendaten (z.B. fehlende Fremdprodukte, Einkommen, ...)
- ◆ Nachvollziehbarkeit von Kundenentwicklungen über mehrere Jahre
- ◆ Darstellung der IST-Attraktivität (Stichwort: Deckungsbeitrag) der Kundenbeziehung

Das Ziel einer quantitativen Segmentierung ist es, ...

„[...] die Qualität der Segmentierung für Privat- und Firmenkunden zu erhöhen und damit eine verbesserte Grundlage für strategische als auch für operative Entscheidungen zu erhalten.“

– Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) im Mai 2016

Wie kann zunächst dieses Ziel erreicht werden?

Eine optimale, qualitätsgesicherte und bereits erprobte Unterstützung erhalten Sie durch das FOCONIS-ZAK[®] Funktionspaket „DVFS (Dynamische Verhaltens- und Finanzsegmentierung“ in Kombination mit dem entsprechenden Beratungsprojekt, das die FOCONIS in Kooperation mit der WGP Unternehmensberatung GmbH anbietet. Dies ermöglicht die Segmentierung für Privat- und

Firmenkunden auf der Basis zahlreicher Kriterien (u.a. Haushaltseinkommen, Bilanzumsatz, Geldvermögen, vermietetes Immobilienvermögen, Verbindlichkeiten...) und bietet ein gewisses Plus an Leistung und Funktionsumfang.

Reiner Kundensegmentierung mittels Smart Data einen Schritt voraus

Das Produkt beschränkt sich nicht rein auf den Prozess der Kundensegmentierung selbst, sondern ermöglicht ...

- a) ... über die Aktivierung von Vor- sowie nachgelagerten Regelkontrollen die Erreichung einer optimalen Datenqualität und
- b) ... eine gezielte Feinsegmentierung, da mittels Smart Data eine dynamische Verhaltens- und Finanzanalyse auf der Basis bereits vorliegender Daten durchgeführt werden kann.

Die zahlreichen Möglichkeiten für die Managementebene zur detaillierten Analyse der Kundenkonstellationen und Segmente runden das Funktionspaket ab. Nichts ist bei der strategischen Entscheidung wichtiger als ein korrekter und nachvollziehbarer Status Quo!

Die in FOCONIS-ZAK® hinterlegten Analysen und Kontrollen setzen auf eine ganzheitliche Betrachtung der Privat- und Firmenkunden und berücksichtigen daher die gesamte Einkommens- und Vermögenssituation. Somit werden sämtliche Bank- und Verbundprodukte und vorliegende Informationen über Fremdprodukte der Kunden berücksichtigt. Weiterhin werden das Netto-Haushaltseinkommen (Privatkunden) und der Bilanzumsatz (Firmenkunden) für die Segmentierung herangezogen. Liegen benötigte Informationen nicht vor, werden automatisch Ersatzinformationen verwendet. Bei Privatkunden besteht die Möglichkeit, das Haushaltseinkommen als Segmentierungskriterium an der Haushaltsgröße auszurichten. Im Rahmen des Kundenbeziehungsmanagements (KBM) wird die finanzielle Situation der Kunden festgestellt und bei Bedarf angepasst.

Die so dokumentierten Informationen fließen automatisch in den nächsten Segmentierungslauf ein. Zur Bewertung der IST-Attraktivität der Kundenbeziehung kann der Deckungsbeitrag als Jahres- bzw. Mehrjahreswert berücksichtigt werden.

Das FOCONIS-ZAK® Funktionspaket „DVFS (Dynamische Verhaltens- und Finanzsegmentierung)“ für Ihr FOCONIS-ZAK® System folgt somit nicht nur dem Handbuch und den Empfehlungen des BVR. Es wirft den Blick weit über den Tellerrand hinaus und unterstützt optimal Ihren Markt, die

Vertriebssteuerung, Ihr Beratungsteam und die effektive Umsetzung der Genossenschaftliche Beratung.

Mit einem gemeinsamen Projekt zum Ziel

„Expertenwissen“ zur Datenselektion ist nicht notwendig – weder bei der Bedienung der Anwendung, noch bei der Erstellung der Ergebnisberichte. Die Bewertung der Ergebnisse, das Ableitung der strategischen und operativen Handlungsfelder und die Entscheidungsfindung finden in Kooperation mit dem FOCONIS-Kooperationspartner WGP Unternehmensberatung GmbH statt. Darüber hinaus kann auf Wunsch eine Umsetzungsbegleitung durch die WGP erfolgen.

Im Einzelnen umfasst das Projekt „DVFS (Dynamische Verhaltens- und Finanzsegmentierung“ in Kombination mit dem entsprechenden Funktionspaket für Ihr FOCONIS-ZAK® System die folgenden Leistungsbausteine:

- A. Vertriebliche Kapazitätsbemessung im Privat- und Firmenkundenbereich
- B. Optimierung der Berater-/Kundenzuordnungen
- C. Optimierung der Vertriebsbereiche/Geschäftsfeldstrukturen
- D. Optimierung der Filialstrukturen (optional inkl. Filialserviceoptimierung als Zusatzprojekt in Kooperation mit der P3N AG)

Ein weiteres Plus

Für segmentierte Einzelkunden und Haushaltseinheiten werden Segmentierungsinformationen zur Verfügung gestellt. Diese können für weitere vertriebliche Fragestellungen und die operative Vertriebsaktivitätenplanung verwendet werden. Die Segmentierung mittels ZAK erfolgt auf der Basis zahlreicher, detailliert analysierter Segmentierungsinformationen, darunter Infos zum Lebensphasenausweis (z. B. Kunden zwischen 28 und 55 „Mitten im Leben“), zur Produktnutzung in 14 definierten Produktbereichen, zu aktiven Onlinekunden, zur Haushaltgröße u.v.m.

Das Ergebnis

Die Resultate aus der Privat- und Firmenkundensegmentierung werden in Form von Standardberichten zur Verfügung gestellt, die beispielsweise Kundenstrukturen für Privatkunden oder Kundenstrukturen nach Lebensphasen abbilden. Die Berichte enthalten wichtige Informationen, wie beispielsweise das zu erwartende Beratungspotenzial, einen Filialsteckbrief eine Potenzialbilanz und vieles mehr. Zur Verfügung gestellt wird das Berichtswesen auf den Ebenen Berater, Filiale, Vertriebsbereich und Gesamtbank. Durch die fortlaufenden Regelkontrollen und die

Informationsgewinnung aus zukünftigen Beratungsterminen wird die Kundensegmentierung zukünftig zum fortlaufenden Prozess, der es dem Unternehmen ermöglicht, jederzeit die optimalen Beratungsleistungen und Vertriebsaktivitäten auf nachweislich geeignete Zielgruppen anzuwenden und das so freigelegte Vertriebspotenzial effektiv in Erfolge umzuwandeln.

Erste Resultate nach erfolgreichen Projekten versprechen beispielsweise einen messbaren und deutlichen Anstieg der Anzahl vermögender Kunden in den entsprechenden Segmenten. Bedienen Sie sich der weitreichenden Möglichkeiten des FOCONIS-ZAK® Funktionspakets „DVFS (Dynamische Verhaltens- und Finanzsegmentierung“ und heben Sie das versteckte Potenzial in Ihrem Datenbestand. Setzen Sie auf das Plus für Ihre effektive und nachhaltige Kundensegmentierung!