

PRESSEMITTEILUNG

Mit der Kundenzufriedenheit steigt auch der Cross-Selling-Erfolg!

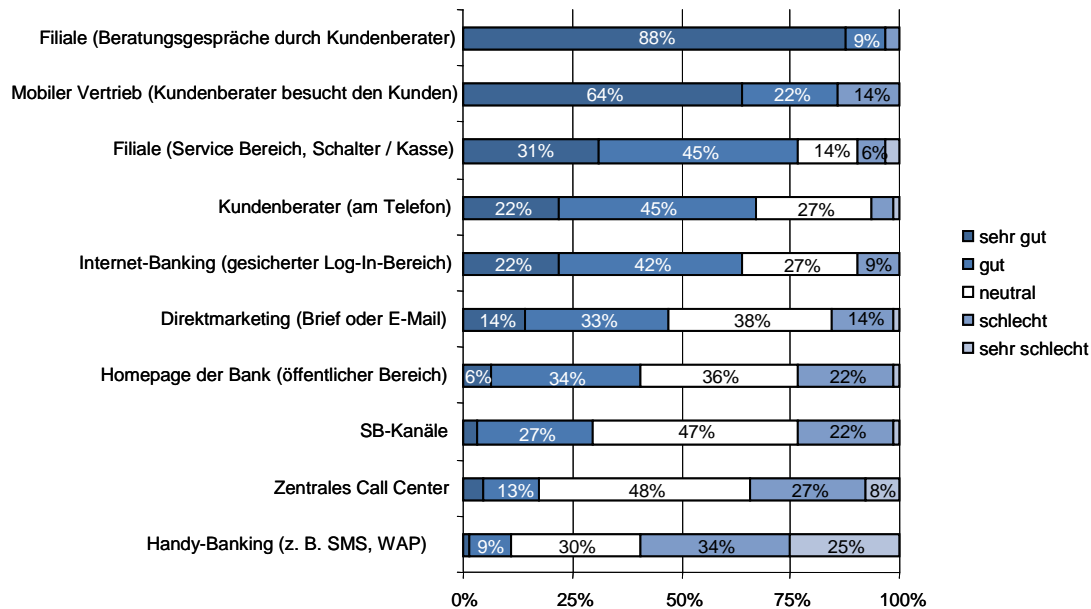
Das persönliche Kundenberatungsgespräch bleibt erfolgreichster Vertriebskanal

Regensburg 15. November 2007,

Das altbewährte Motto „Der Kunde ist König“ hat nach wie vor nicht an Bedeutung verloren. So zeigt die neueste Studie von ibi research an der Universität Regensburg, dass mit individueller und bedürfnisadäquater Kundenbetreuung eine enorme Steigerung im Cross-Selling-Bereich möglich ist. Experten aus der Finanzdienstleistungsbranche sind sich darüber einig, dass ein persönliches Kundenberatungsgespräch wesentlich besser als Vertriebskanal geeignet ist als Serviceeinrichtungen wie etwa Call-Center oder SB-Geräte (siehe Abbildung). In diesem Kontext empfinden beinahe 90% der Befragten die Qualifikation und das Hintergrundwissen des Vertriebsmitarbeiters als sehr beziehungsweise eher wichtig, um erfolgreich auf diesem Gebiet zu agieren. Dies ist nur eines der zentralen Ergebnisse der Studie „Cross-Selling bei Banken – Status quo, Trends und Herausforderungen“.

Abbildung: Eignung verschiedener Vertriebskanäle für das Cross-Selling

Wie gut eignen sich Ihrer Einschätzung nach die einzelnen Vertriebskanäle, um dem Kunden Cross Selling-Angebote zu unterbreiten?



Quelle: Cross-Selling bei Banken und Sparkassen

© ibi research 2007

Weitere ausgewählte Ergebnisse sind:

- Banken schöpfen derzeit nur 40% des vorhandenen Cross-Selling-Potenzials aus.
- Konsequente Kundenorientierung ist ein zentraler Erfolgsfaktor für erfolgreiches Cross-Selling.
- Rund 80% der befragten Kreditinstitute sehen in der Schaffung von nachhaltigem Kundenvertrauen die größte Herausforderung bei der Realisation von Cross-Selling-Erfolgen.
- Nur den wenigsten Kreditinstituten gelingt es, über die Datenanalyse nutzbare Cross-Selling-Potenziale zu identifizieren.
- Im Controlling der Cross-Selling-Maßnahmen weisen die meisten Institute große Defizite auf.
- Zukünftig wird Cross-Selling wesentlich stärker in der Unternehmensstrategie verankert.
- Banken wollen in Zukunft mehr in ihre Cross-Selling-Aktivitäten investieren.

Im Gegensatz zu anderen Studien, die sich im Wesentlichen auf einzelne Problemfelder des Cross-Selling beschränken, analysiert diese Erhebung das Thema anhand eines ganzheitlichen Cross-Selling-Ansatzes. Vom Aufbau einer zentralen Kundendatenbank, über die Potenzialanalyse, zur Identifikation konkreter Maßnahmen bis zum Controlling des Prozesses werden zahlreiche Facetten des Cross-Selling beleuchtet. Die praxisbezogenen Ergebnisse liefern wichtige Hinweise, wie Banken und Sparkassen ihre Cross-Selling-Aktivitäten verbessern können.

Rezensionsexemplare stellen wir gerne zur Verfügung. Über eine Veröffentlichung dieses Beitrages würden wir uns sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen,

Georg Wittmann, Dr. Ernst Stahl

Informationen zur Studie:

Cross-Selling bei Banken und Sparkassen

Empirische Analyse zu Status quo, Trends und zukünftigen Anforderungen

Georg Wittmann, Christian Drexler, Markus Breitschaft, Thomas Krabichler, Dr. Ernst Stahl

Oktober 2007

76 Seiten, 45 Abbildungen, 4 Tabellen

ISBN: 978-3-937195-16-2

www.ibi.de/cross-selling



ibi research - Medienkontakte:

ibi research an der Universität Regensburg
GmbH
Allgemeine Anfragen
Andrea Rosenlehner / Andrea Mäusl
Regerstrasse 4
D-93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 943 1921 / 1899
Telefax: +49 (0) 941 943 1888
E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

ibi research an der Universität Regensburg
GmbH
Fachlicher Ansprechpartner
Georg Wittmann
Regerstrasse 4
D-93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 943 1891
Telefax: +49 (0) 941 943 1891 (PC) o. -
1888
E-Mail: Georg.Wittmann@ibi.de
Internet: www.ibi.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research GmbH (vormals Institut für Bankinformatik und Bankstrategie gGmbH) eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis. Das Team unter der Leitung von Prof. Dr. Dieter Bartmann forscht zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". Durch die enge Zusammenarbeit mit Spezialisten aus den Bereichen Banken und IT werden die Forschungsergebnisse in die Führungsebene der kooperierenden Unternehmen transferiert. ibi research ist personell eng mit der Universität Regensburg verbunden, wird aber als selbstständige Gesellschaft geführt. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern Retail Banking, Banking im E-Business, Geschäftsprozessmanagement & IT-Architektur sowie Operational Risk Management & IT-Security. Zugleich bietet ibi research in Zusammenarbeit mit Banken und Partnern umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungsergebnisse an.

Weitere Informationen: <http://www.ibi.de>