

## ibi Intensiv-Workshop: Internet-Vertrieb

24 Millionen Deutsche erledigen ihre Bankgeschäfte per Internet. Viele dieser Kunden informieren sich auch beim Produkterwerb zunächst auf den Webseiten der Banken, und ein Großteil ist auch durchaus bereit, ein Bankprodukt online abzuschließen.

Die Bedeutung des Internet-Vertriebs für eine Retail-Bank hat zweifellos zugenommen. Die Erfolgsfaktoren für einen erfolgreichen Internet-Vertrieb – Beratungsqualität und Usability – sind hinlänglich bekannt.

- Doch was macht eine informative und gleichzeitig vertriebsstarke Bankenwebseite aus?
- Wie gut ist der Internet-Vertrieb von Banken und Sparkasse wirklich aufgestellt?
- Machen Sie sich die möglichen Potenziale des Internet-Vertriebs bereits zunutze?

Der ibi Intensiv-Workshop „Internet-Vertrieb“ am 11.11.2009 in Regensburg verdeutlicht Ihnen, worauf es bei der Gestaltung einer vertriebsstarken Website ankommt. Es wird ein umfassender Überblick über die unterschiedlichen vertrieblichen Ansätze auf den Bankenwebseiten gegeben. Aktuelle Umsetzungen der verschiedenen Kriterien werden mittels Screenshots visualisiert sowie ausführlich bewertet. So erhalten Sie eine Fülle von Anregungen und konkreten Tipps für die Ausgestaltung des eigenen Webauftritts.

### Das Tagesprogramm:

#### 10.00 Begrüßung und Vorstellungsrunde

#### 10.30 Was macht eine vertriebsstarke Banken-Website aus?

#### 10.45 Status quo, Trends und Benchmarking

- Wie gut ist die Beratungsqualität der Banken-Websites?
- Ist Usability bereits eine Selbstverständlichkeit?
- Wie schneiden die verschiedenen Institutsgruppen im Benchmarking ab?

#### 11.15 Kaffeepause

#### 11.45 Aktuelle Methoden zur erfolgreichen Benutzeranregung

- Wie wird das Interesse des Benutzers gezielt geweckt und entwickelt?
- Welche konkreten Formen der Benutzeranregung gibt es
- Wie werden diese im Web-Auftritt wirksam umgesetzt?

#### 12.30 Diskussion: Wie werberisch sollte ein Internet-Auftritt sein?

#### 13.00 Gemeinsames Mittagessen

#### 14.15 Der ideale Internet-Vertrieb am Beispiel „Online-Konsumentenkredit“

- Die wesentlichen Bausteine des Prozesses - Welche Prozessabfolge ist ideal?
- Gestaltungsmerkmale für den erfolgreichen Online-Konsumentenkredit
- Diskussion: Abschluss online oder Überleitung in die Filiale?

#### 15.15 Kaffeepause

#### 15.30 Cross Selling im Internet-Vertrieb

- Wie kann die Website optimal für Cross Selling genutzt werden?
- Wo können Cross Selling-Hinweise richtig platziert werden?

#### Ca. 16.30 Ende des Seminars

Ihre Referentin: Anja Peters, ibi research

Regensburg,  
11. November 2009

**Für Ihre Fax-Anmeldung: 0941/943 1888**



research  
an der Universität Regensburg

**Antwortcoupon**

Ja, ich nehme verbindlich an dem ibi-Intensiv-Workshop „Internet-Vertrieb“ am 11.11.2009 in Regensburg teil. Die Veranstaltung ist für ibi-Partner kostenfrei.

Herr  Frau \_\_\_\_\_  
Name / Vorname

\_\_\_\_\_  
Firma Position / Abteilung

\_\_\_\_\_  
Straße / Hausnummer oder Postfach Land / PLZ / Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon / Telefax E-Mail

\_\_\_\_\_  
Datum Unterschrift

Ich bin Partner des ibi und nehme kostenlos an der Veranstaltung teil.

Die Teilnahmegebühr beträgt 285,- € (zzgl. gesetzl. MwSt.), sie beinhaltet die Tagungsunterlagen, Getränke sowie Mittagessen. Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen die Rechnung und eine Wegbeschreibung zum Veranstaltungsort.

Stornierung / Rücktritt: Bei Stornierung der Anmeldung bis 10 Tage vor dem Veranstaltungstermin erheben wir keine Stornierungsgebühr. Danach erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 50,- € (zzgl. gesetzl. MwSt.). Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Ersatzteilnehmer können zu jedem Zeitpunkt gestellt werden.

**Für Fragen steht Ihnen gerne zur Verfügung:**

ibi research an der Universität Regensburg  
Frau Andrea Rosenlehner  
Regerstr. 4  
93053 Regensburg

Tel.: 0941/943-1921  
Fax: 0941/943-1888  
E-Mail: andrea.rosenlehner@ibi.de  
www: www.ibi.de