



Der Weg zu einer exzellenten
Servicekultur

Service Excellence Programm im Banking

Präsentation für

EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Inhalt

1. Kundenzufriedenheit von Bankkunden
2. Wandel von der Produkt- zur Kunden-Zentrierung
3. Die zentralen Herausforderungen für Banken
4. Die 6 Säulen eines exzellenten Service
5. Differenzierungsmerkmale von Serviceunternehmen
6. Ziele des Service Excellence Programms
7. Einflussfaktoren und Wirkung der Service Excellence
8. Diskrepanzen zwischen erhofftem und tatsächlichem Service
9. Aus Kundensicht denken und handeln
10. Den Wünschen der Kunden begegnen
11. Das Service Excellence Konzept
12. Wirkung eines exzellenten Services
13. Schlussgedanke



EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

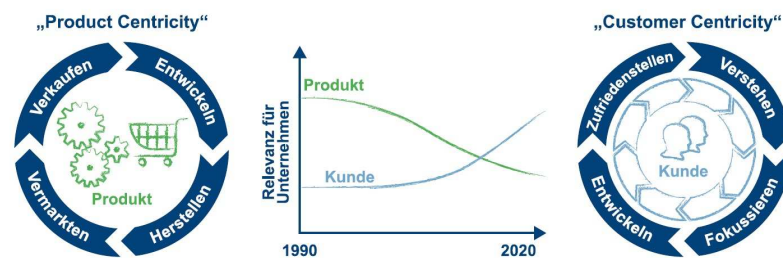
1. Zufriedenheit von Bankkunden

- Im Zendesk Benchmark Report (Ausgabe 4. Quartal 2014), der die Kundenzufriedenheit nach Ländern vergleicht, liegt die Schweiz auf Rang 14, hinter Ländern wie den USA, Australien, Dänemark, Finnland und Frankreich, und nur wenig vor Israel, Italien, Mexico und Russland. Nach Branchen geordnet, liegt die Finanz- und Versicherungsindustrie auf Rang 9, nur 0,4 Prozentpunkte über dem Durchschnitt.
- Laut World Retail Banking Report 2014 verliert die Schweiz an Boden. Im Vergleich zum Vorjahr (2013) sank der Anteil der Kunden, die ihre Bank in guter Erinnerung haben, von 46.5 auf 42.1 Prozent. Damit nimmt die Schweiz in diesem Ranking den Platz 13 ein.
- Laut Studie «Retail Banking 2020» von Ernst and Young / Universität St. Gallen wird das Retail Banking als standardisiertes «Massenkundengeschäft» in den nächsten Jahren stark unter Druck geraten. Gemäss Studie sind zahlreiche Anpassungen an diesem Geschäftsmodell erforderlich. Die Herausgeber der Studie erwarten eine Konsolidierungswelle.
- Seit 2000 hat sich das Vermögensverwaltungsgeschäft in der Schweiz verdoppelt, ab 2010 setzte eine Sättigung ein. (Quelle: A. Rabian, SR0)

EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

2. Wandel von der Produkt- zur Kunden-Zentrierung



«Die Unternehmen, die es schaffen, Services direkt auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten und eine echte Differenzierung am Markt zu generieren, profitieren von einer gesteigerten Zahlungsbereitschaft, Nachfrage und Loyalität der Kunden.»

Quelle: Prof. Dr. Hans H. Jung, Munich Business School

EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

3. Die zentralen Herausforderungen für Banken

Kunden hinterfragen die Beziehung zu ihrer Bank immer kritischer. Nur wenige Kunden erhalten von ihrem Kunden Service, den sie von ihrer Bank erwarten, wie verschiedene Umfragen belegen. Das sind die wichtigsten Herausforderungen:

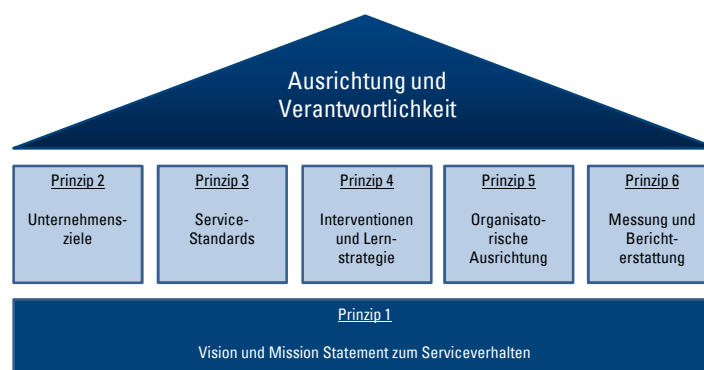
- Banken müssen den Wert der Dienstleistungen verbessern und ihren Kunden einen exzellenten Service bieten
- Kunden wünschen sich von ihrer Bank die viel diskutierte «Extra-Meile» in Sachen Kundenorientierung und Kundenservice.
- Kundenberater müssen wieder zu den «Beratern des Vertrauens» werden.
- Der Weg führt weg vom Verkauf hauseigener Produkte hin zu individuell zugeschnittenen Investmentvorschlägen.
- Kundenberater müssen Anlagebedürfnisse verstehen und ihren Kunden regelmässig auf sie zugeschnittene Investmentvorschläge unterbreiten.

Die Rolle des Privatkundenberaters muss sich weiter entwickeln, wenn eine Bank ihren Kundenstamm nicht nur behalten, sondern vergrössern will.

EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

4. Die 6 Säulen eines exzellenten Service



EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

5. Ziele des Service Excellence Programms

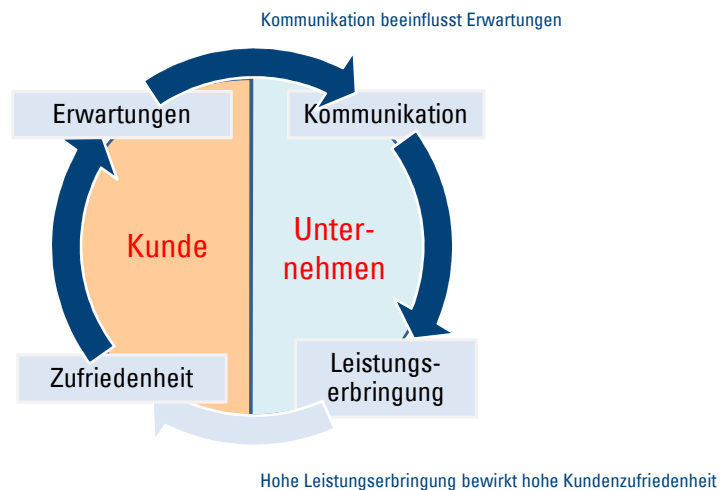
- | | |
|---|---|
| <div style="background-color: #004a87; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">Unternehmens-
ebene</div> <div style="text-align: center;">↓</div> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Differenzierung von Mitbewerbern durch ausserordentliche Services ➤ Gezielte Weiterentwicklung der Fähigkeiten der Organisation ➤ Schutz vor Abwanderung und Kundenverlusten ➤ Schärfung des Images und Stärkung der Marke |
| <div style="background-color: #004a87; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">Kundenebene</div> <div style="text-align: center;">↓</div> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erkennen und Wahrnehmen der Kundenbedürfnisse ➤ Bessere Erfüllung individueller Kundenbedürfnisse ➤ Höhere Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Loyalität ➤ Schaffen von Kundennutzen ➤ Kunden erhalten mehr Beachtung, |
| <div style="background-color: #004a87; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">Mitarbeiter-
ebene</div> <div style="text-align: center;">↓</div> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erkennen der Kundenbedürfnisse ➤ Schaffung von mehr Kundennähe ➤ Mehr zufriedene Kunden ➤ Zufriedenere Mitarbeitende |



EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

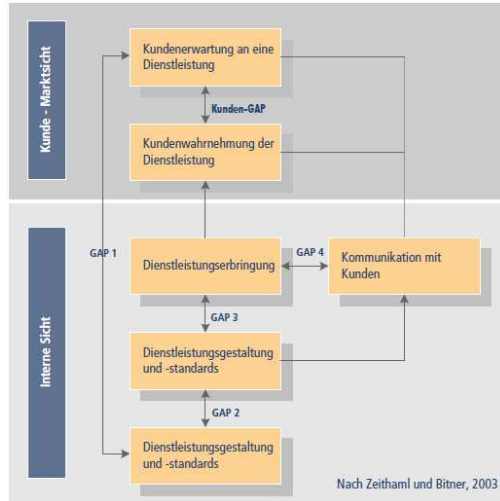
6. Einflussfaktoren und Wirkung der Service Excellence



EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

7. Diskrepanzen zwischen erhofftem und tatsächlichem Service



Gap 1: Kundenerwartungen ≠ erbrachte Leistungen

Gap 2: Servicequalität vom Management falsch eingeschätzt

Gap 3: Spezifikation der Service-Standards ≠ tatsächliche erbrachte Leistungen

Gap 4: Leistungsversprechen wird nicht eingehalten

Gap 5: Diskrepanz zwischen erwarteter und tatsächlich gelebter Leistung

EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

8. Aus Kundensicht denken und handeln



EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten

13. Weitere Informationen

Wenn Sie mehr über unser Service Excellence Programm erfahren möchten, freuen wir uns auf Ihre Kontaktnahme. Wir stellen Ihnen das Programm gerne persönlich vor:

Adrian Ebenberger
Telefon: 043 277 30 80
ebenberger@ebenberger.ch

EBENBERGER.
KOMMUNIKATION.

Wege zu einer exzellenten Service-Kultur
© Alle Rechte vorbehalten