

Vertrieb

Die Bank in der Tasche

Inseln sind schön, aber unpraktisch und können auf Dauer sehr viel Geld kosten. Auch in der Vertriebsarbeit. So setzt die Volksbank Offenburg konsequent auf mobile Technologie, um den Vertrieb erfolgreich zu optimieren. Sie hat dazu eine aktive Vertriebssteuerung mit dem BlackBerry entwickelt.

Überleitungsimpulse, Kampagnenimpulse, aber auch Informationen wie das Produkt- und Preisverzeichnis oder andere Informationsdatenbanken zeitnah und nach Möglichkeit automatisch den Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden.

Maximale Mobilität

Bei der Auswahl des geeigneten technischen Hilfsmittels waren maximale Mobilität und hohe Sicherheitsstandards sowie vertretbare Investitionskosten die entscheidenden Kriterien. Die Vertriebsmitarbeiter sollten weder durch stationäre PC-Arbeitsplätze noch durch die Mitnahme von Laptops eingeschränkt werden. Die Entscheidung fiel auf die BlackBerry Smartphones des kanadischen Herstellers Research In Motion (RIM), vollwertige Mobiltelefone, die in jedem GSM/GPRS-Mobilnetz weltweit betrieben werden können.

Durch ihre „Push-Technologie“ werden neue E-Mails und neue Einträge im Kalender sowie im Adressbuch automatisch zwischen Lotus Notes und den Smartphones abgeglichen. Herzstück der Datenbankorganisation ist der BlackBerry Enterprise-Server – hier werden die Anwendungen aus Lotus Notes (E-Mails, Kalenderfunktionen, Adressbuch) sowie die Anwendung „Flowgate“ mit den Datenbanken aus dem CRM-System der Bank zusammengeführt.

Zugriff auf das CRM-System

Jeder Vertriebsmitarbeiter – der Volksbank wie auch des Verbundes – verfügt im Kontext der gemeinsamen, potenzialorientierten Vertriebsverantwortung zwischen Volksbank und den Verbundunternehmen als komplementäre Produktspezialisten über eine Volksbank-Offenburg-E-Mailadresse. Termine können über eine „Besprechungseinladung“ angeboten oder abgelehnt beziehungsweise geändert und neu vorgelegt werden. Eingebettet in eine

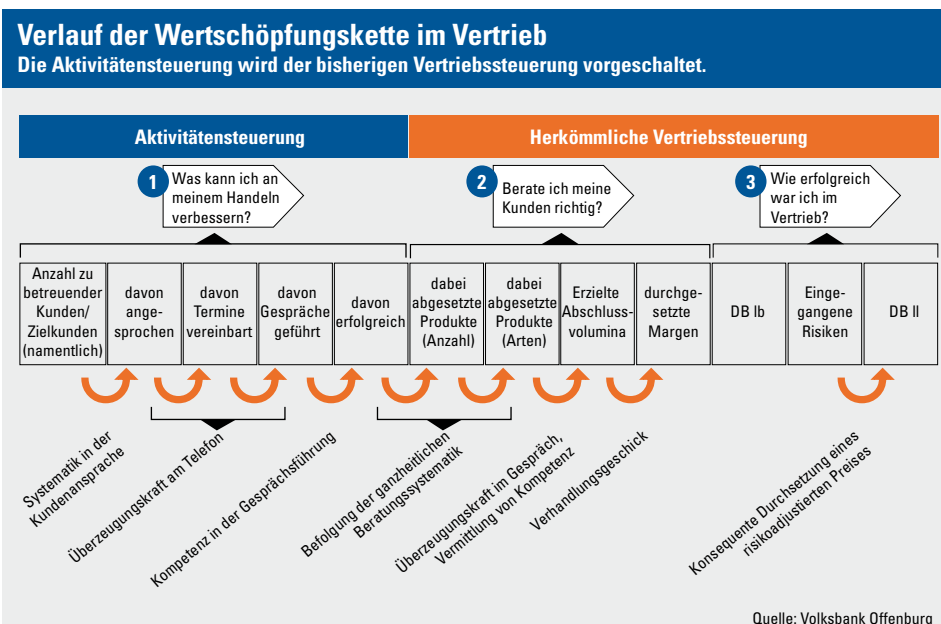


Markus Dauber,
Vorstand, Volksbank
Offenburg eG

Wenn Kommunikationswege nicht einheitlich definiert sind, wenn es bei der Weitergabe von Dokumenten zu Medienbrüchen kommt oder aktuelle Informationen nicht zeitnah ausgeliefert werden können – dann wünscht man sich eine einheitliche, durchge-

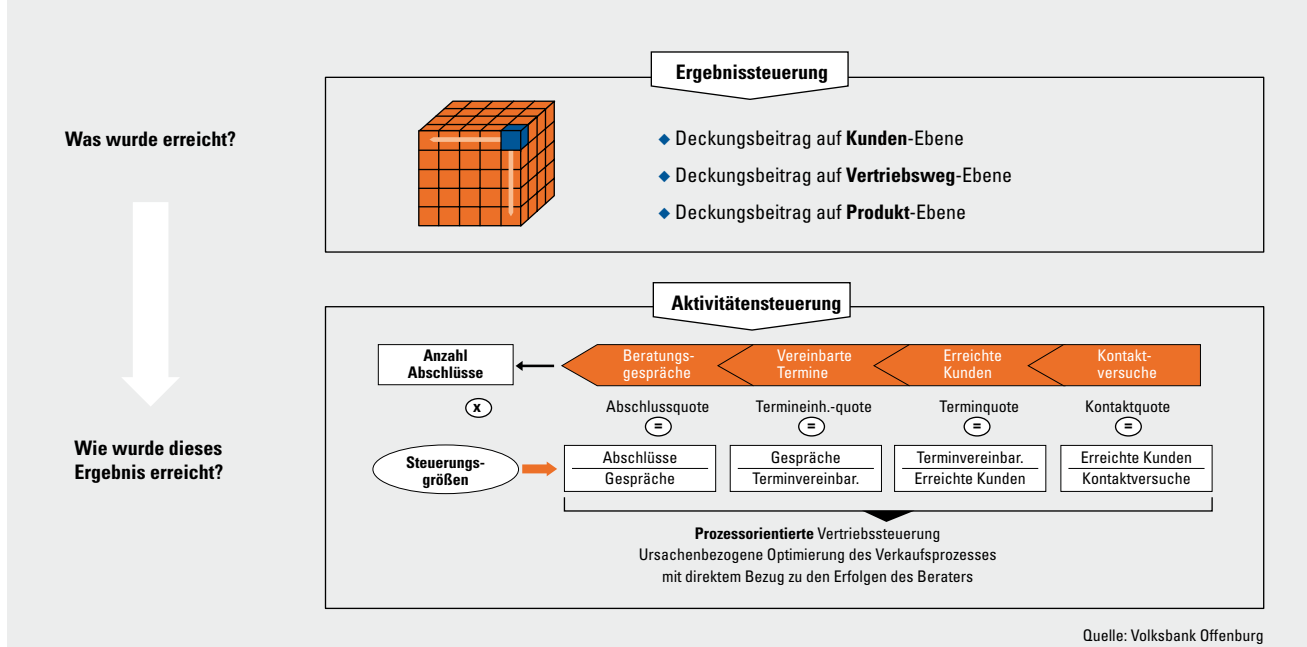
hende Infrastruktur. Die Volksbank Offenburg hat dazu im Rahmen ihres Strategieprozesses die Integration und Steuerung aller Vertriebseinheiten vorangetrieben. Gesucht wurde eine Lösung, die sich als Basis für alle im Vertrieb tätigen Mitarbeiter (ob Bank- oder Verbundmitarbeiter) eignet.

Alle Mitarbeiter sollten an das IBM Lotus Notes-System der Volksbank Offenburg angebunden werden, um die E-Mail- und Kalenderfunktionen für die Basiskommunikation zu nutzen. Außerdem sollten Informationen aus dem CRM-System (Customer Relationship Management) der Bank, wie Kundenstammdaten, Fälligkeiten,



Zentrale Bereiche der Vertriebssteuerung

Die Vertriebssteuerung erfordert neben dem klassischen Ergebniscontrolling ein umfassendes Aktivitätencontrolling...



stark ergebnisorientierte Vertriebsphilosophie verbleibt die Verantwortung für das eigene Zeitmanagement und die Kalenderplanung bei den Mitarbeitern.

Damit wurden auch die technischen Voraussetzungen geschaffen, um die zentrale Vertriebssteuerung, wie beispielsweise die Unterstützung des KundenserviceCenters (In- und Outbound), aktiv in Vertriebsmaßnahmen einzubinden. Eine optimale Steuerung der Vertriebsarbeit und -kapazitäten von Volksbank und Verbund ist gewährleistet.

In der nächsten Stufe wurden Möglichkeiten geschaffen, über die BlackBerry-Smartphones auf das CRM-System der Bank und weitere Informationsdatenbanken (zum Beispiel das Notes-Preisverzeichnis) zuzugreifen. Neue Kontakte aus der CRM-Datenbank werden in regelmäßigen Zeitabständen an den Benutzer übermittelt. Die Rückschreibung auf die Datenbank erfolgt wiederum über den BlackBerry. Dank der intuitiven Benutzerführung

sind keine zusätzlichen Schulungen im CRM-System notwendig – Ergebnisse werden sofort generiert. Der Steuerungskreis zwischen zentraler Vertriebssteuerung und mobil in der Kundenbetreuung eingesetzten Mitarbeitern wurde geschlossen. Im stationären Vertrieb eingesetzte Mitarbeiter können Impulse im CRM-System generieren (Überleitungskultur) und direkt an den mobilen Vertrieb weiterleiten.

Auch bei zentralen Vertriebsaktionen (beispielsweise Kampagnen) können Kontaktdaten den mobil eingesetzten Mitarbeitern direkt zur Bearbeitung eingestellt werden. Ergebnisse der Weiterleitungen und weitere Informationen werden sofort sichtbar. Bei Erledigung des Kontaktes erhält man ein automatisch generiertes Feedbackmail und der Erfolg wird in der Kundenakte (Kontakthistorie) im CRM hinterlegt. Daten (zum Beispiel Kontaktdaten von Kunden) sind überall und jederzeit verfügbar. Dank der zur Verfügung gestellten Informationsdatenbanken (beispielsweise Preisverzeichnis) kann

sich der Mitarbeiter ortsunabhängig, zeitnah und aktuell über Neuerungen informieren.

Steuerung und Controlling

Zentrale Fragestellungen der Vertriebssteuerung sind:

- ◆ Wie kann eine systematische Vertriebssteuerung unter Einbindung einer zentralen Vertriebsunterstützung aussehen?
- ◆ Wie kann eine Verzahnung zwischen Aktivitäten- und Ergebniscontrolling stattfinden?
- ◆ Welche spezifischen vertriebsunterstützenden Instrumente können den mobil eingesetzten Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden?

Im Rahmen der gemeinsamen Marktbearbeitung und der zugrunde liegenden Vertriebssteuerung werden durch die BlackBerry-Technologie die Verbundmitarbeiter und die Bankmitarbeiter organisatorisch gleichgestellt. Die Anforderungen des Bundesdatenschutzgesetzes werden beachtet. Die vorhandenen Vertriebskapazitäten



Foto: StockXchange

Vertriebssteuerung: Der Einsatz der BlackBerry-Technologie ist ein Meilenstein in der Prozessorientierten Vertriebssteuerung und damit wichtiger Baustein der strategischen Vertriebsausrichtung der Bank.

werden optimal koordiniert und eingesetzt.

Eine praxisorientierte Vertriebssteuerung erfordert neben dem eingeführten klassischen Ergebniscontrolling ein umfassendes Aktivitätencontrolling. Nur durch die Einbeziehung der gesamten vertrieblichen Wertschöpfungskette werden auch im Hinblick auf die Aufgaben der Führungskräfte im Vertrieb die notwendigen Steuerungsimpulse generiert.

Aktivitätencontrolling

Ausgehend von einer kundenpotenzialorientierten Planung der Personalkapazitäten werden mit den Mitarbeitern der Bank und des Verbundes funktionsbezogene Soll-Aktivitäten vereinbart. Die Basis bilden hier zum Beispiel die zugeordneten Kundenstämme, die Anzahl von Potenzialadressen im Rahmen der Kampagnensteuerung, die Bestandskunden, aber auch der Einsatz von Nichtkundenadressen, die über Kaufwahrscheinlichkeiten oder

Microscoringprozesse von der zentralen Vertriebssteuerung über das CRM bereitgestellt werden. Im Rahmen des Vertriebssteuerungsprozesses werden anschließend die Erfolge an jeder „Station“ der Wertschöpfungskette im Vertrieb gemessen.

Wichtig ist, verbindliche Ziele je Vertriebsfunktion für jeden Baustein des Vertriebsprozesses zu fixieren. Eine Orientierung über das „richtige“ Ziel kann leicht anhand interner Benchmarks gefunden werden. Diese werden anhand der „besten“ Vertriebler im Haus abgeleitet und sukzessive weiterentwickelt.

Transparenz der Deckungsbeiträge

Die Ergebnisse fließen in eine Erfolgsbilanz „Verbund“ und somit in die Gesamtbankergebnisse ein. Die Erfolgsmessung erfolgt mittels einer Abweichungsanalyse mit Ampelfunktion. Die zeitnahe Besprechung der Ergebnisse ist mithilfe eines strukturierten Gesprächsmanagements im Rahmen

„Strikte Kundenorientierung und eine ausgeprägte Leistungs- und Konsequenzkultur sind die Basis für eine starke Marktstellung.“

Markus Dauber, Vorstand Volksbank Offenburg

der Führungsaufgabe der Segmentverantwortlichen Bereichsleiter möglich. Dies bedeutet einerseits, dass positive Ergebnisse hervorgehoben und anerkannt werden, andererseits aber auch nicht gehobene Potenziale punktgenau erkannt und durch geeignete Entwicklungs- und Unterstützungsmassnahmen erschlossen werden können.

Zur Jahresmitte 2009 nutzten rund 50 mobil eingesetzte Bankmitarbeiter sowie weitere 20 Mitarbeiter der Verbundunternehmen die BlackBerry-Smartphones in allen Funktionalitäten. Über 5.000 Kundengespräche wurden

in wenigen Monaten über die systematischen Vertriebsprozesse koordiniert, mehrere tausend Produkte dabei abgeschlossen und die Erfolge über die BlackBerry-Technologie an das CRM-System und die Vertriebssteuerung zurückgemeldet.

Im nächsten Schritt werden weitere Prozesse integriert – so ist für 2010 die Integration des MarktServiceCenters (MSC) geplant. Es können auf einfachste Weise direkt beim Kunden Standardprozesse (Kontoeröffnung, Zins-Prolongationen, Karte) angestoßen und ohne Medienbruch und unmittelbar im MSC Fall abschließend bearbeitet werden.

Die systematische Aktivitätensteuerung ist – neben dem betriebswirtschaftlichen Ergebniscontrolling – für die Volksbank Offenburg ein zentraler Erfolgsfaktor im Vertrieb. Sie dient dem Management und den Mitarbeitern als verlässlicher Kompass für ihr tägliches und zukünftiges Handeln. Strikte Kundenorientierung und eine ausgeprägte Leistungs- und Konsequenzkultur sind die Basis für die starke Marktstellung der Bank.

Nur durch erfolgreichen Vertrieb und die effiziente Steuerung aller zur Verfügung stehenden Vertriebskapazitäten kann sich die

Volksbank Offenburg als Markt- und Qualitätsführer etablieren und gleichzeitig die Kostenseite im Griff behalten. Der Einsatz der BlackBerry-Technologie ist ein Meilenstein in der prozessorientierten Vertriebssteuerung und damit wichtiger Baustein der strategischen Vertriebsausrichtung der Bank. |

KONTAKT + + + + + + + + + + + + + + + +
 Volksbank Offenburg e.G.
 Okenstraße 7
 77652 Offenburg
 Tel.: 0781 / 800-232
www.volksbank-offenburg.de