

Willkommen im *DigiLog Cafe*



30. April 2020 von 10 – 11 Uhr

Themen:  
Dynamische Kundensegmentierung  
(Falk Lübbecke – Foconis AG)

# Dynamische Kundensegmentierung

(Falk Lübbecke – Foconis AG)



A night-time photograph of a large outdoor event. In the foreground, the silhouettes of a crowd of people are visible. In the background, a large stage is illuminated with bright blue and purple laser lights. Behind the stage, a large, classical-style building with many columns is visible, illuminated with warm orange and red lights. The sky is dark, and the overall atmosphere is festive and high-tech.

**DigiLog Cafe**  
**30.04.2020**

**Know Your Customer**

# Empfehlungen des BVR zur Kundensegmentierung

*Vergleich der Marktstruktur und der internen Kundenstruktur*

## Privatkunden

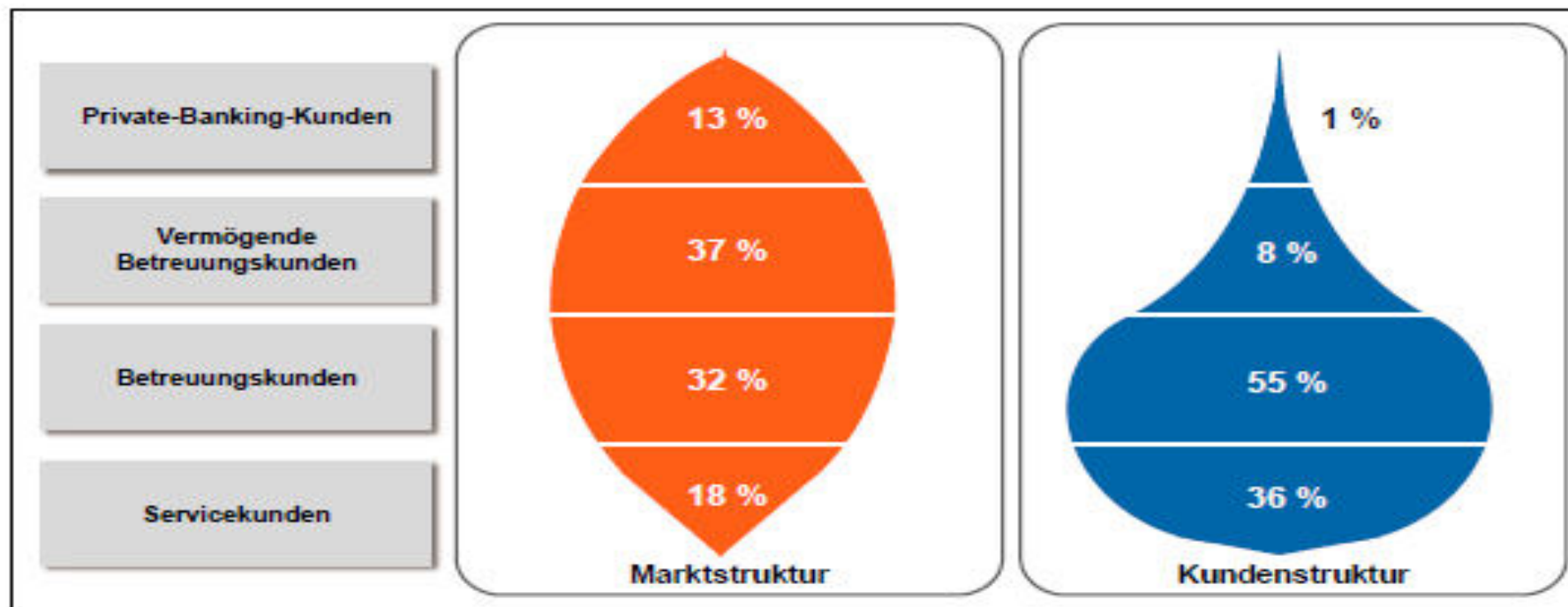


Abbildung 24: Vergleich der externen Marktstruktur mit der internen Kundenstruktur

Quelle : Handbuch für die Neuausrichtung und Restrukturierung von Genossenschaftsbanken

**Potenzialorientierte Kundensegmentierung**

Gehen Sie auf [www.menti.com](https://www.menti.com) und benutzen Sie den Code 57 77 03

 Mentimeter

# Wie oft aktualisieren Sie die Kundensegmente?



1

bisher nur einmal  
durchgeführt



1

einmal jährlich



4

anlassbezogen



1

regelmäßig mehrmals  
im Jahr

 7



Wer innovativ ist, überlebt.



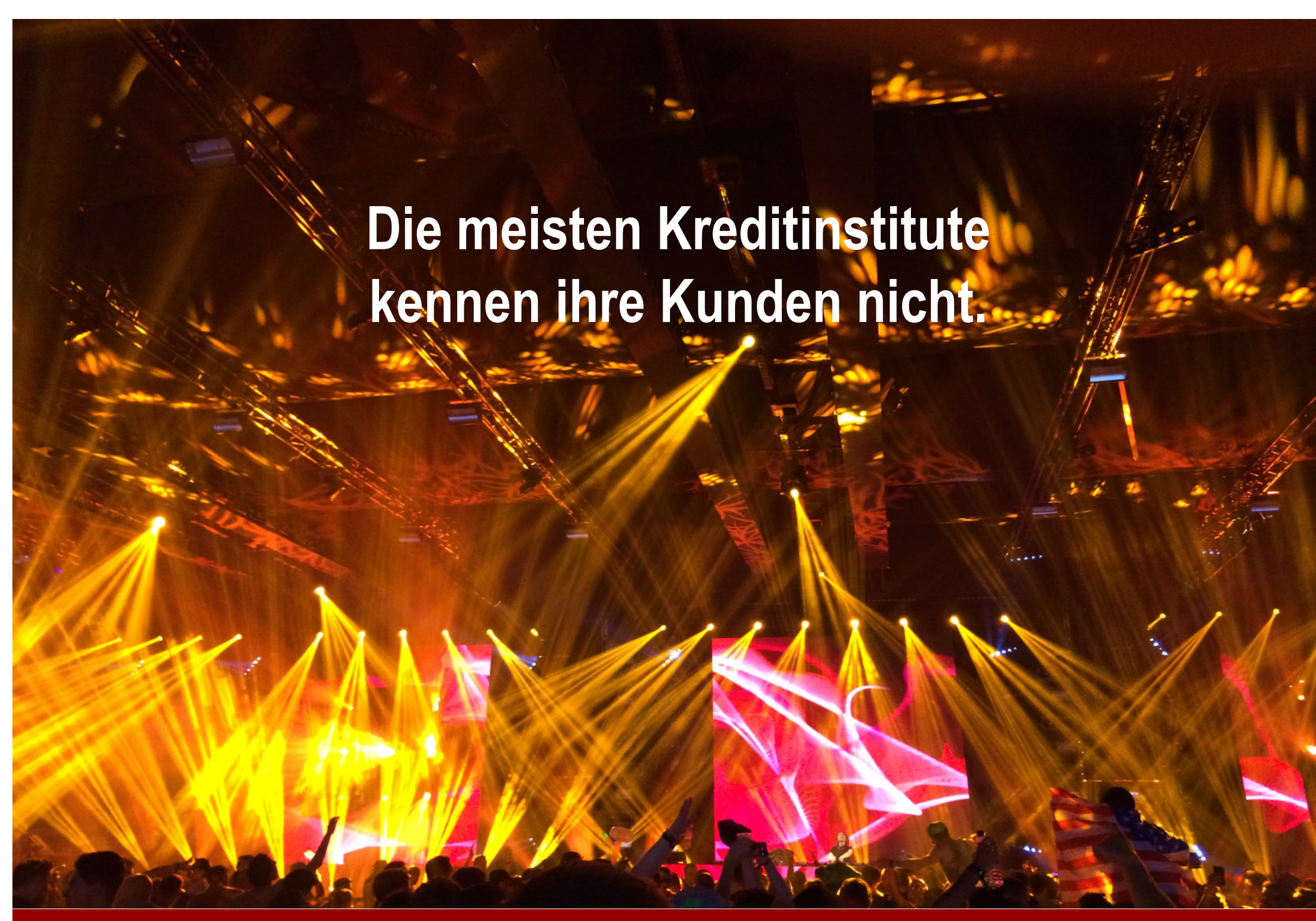


# Sparkasse?





**Die meisten Kreditinstitute  
kennen ihre Kunden nicht.**





# Datenanalyse – wofür denn?

Segmentierung:

- Wir betrachten nicht nur die Finanzsituation eines Kunden, sondern auch das Verhalten, die Lebenssituation und die erzielten Deckungsbeiträge. Auf dieser Basis sind strategische und konzeptionelle Entscheidungen einfacher zu treffen.
- Die Umsetzung des Anspruches an umfassender Transparenz wurde von vielen Bank bestätigt.
- In Zeiten von Corona / Ertragsrückgang etc. sind belastbare Daten für die Privat- und Firmenkunden und die bisher erzielten DB von größerer Bedeutung, um die richtigen Entscheidungen treffen zu können.

# Ergebnisse und Chancen



Ergebnisse der Dynamischen Verhaltens- und Finanzsegmentierung	Chancen
Zwischen 20-30% aller Kunden / Einheiten haben ein Geldvermögen / Verbindlichkeiten / Haushaltseinkommen von unter 1.000 € / keine Potenzialvermutung und eine Kundenzuordnung bei einem „Berater“	Eine Reduzierung der Beratungsleistungen und ggf. Zentralisierung der Kundenzuordnung reduziert die Kosten
30-40% aller Kunden sind Betreuungskunden	Die Konzentration auf die „leistungsstärksten“ Berater schafft höhere Erträge
Zwischen 40-50% aller Private Banking Kunden werden nicht über das Segmentierungskriterium „Geldvermögen“ identifiziert	Eine Erweiterung des Leistungsangebotes schafft neue Ertragsmöglichkeiten
25-35% aller Private Banking Kunden haben ein Bank- und Verbundvolumen von unter 50 T€	Eine differenzierte Kapazitätsplanung reduziert den Kapazitätseinsatz deutlich und wirkt positiv auf die Personalkosten
Für viele „gemischte“ Kunden kann ein privates und gewerbliches Segmentierungsergebnis ermittelt werden	Die Ermittlung von zwei Segmentierungsergebnissen schafft die Basis für die Bereitstellung einer ausreichenden Vertriebskapazität und damit die Möglichkeit zur Potenzialhebung
Zwischen 35-45% aller Kunden / Einheiten sind Servicekunden	Die Standardisierung und Automatisierung der Beratungsleistungen reduziert die „Beratungskosten“ wesentlich



richtig gruselig

Sieht alt aus – funktioniert aber noch :-)

Im Notfall 400 wählen!  
In emergency dial 400!



# Ein Beispiel



*Die aktuelle oder die erwartete Finanzsituation (Potenzial) entscheidet über die Kundenzuordnung (Berater / Betreuer) und den verantwortlichen Vertriebsbereich!*

Finanzsituation
Einkommen / Einnahmen: 2.700 € Rente
Vermögen: 500.000
Immobilien: 0
Verbindlichkeiten: 0
Haushaltsüberschuss / Sparfähigkeit: 500 €
Produktnutzung: KK und Tagesgeld

Lebenssituation	Verhaltenssituation
Lebensphase: 89	Kontakthistorie: 5 Terminangebote ohne Ergebnis
Familienstand: verwitwet	Beratungshistorie: letzte 3 Jahre 0
Anzahl Kinder: 0	Kanalhistorie: 0
Berufsausbildung / Studium: 0	Reaktionen: 0
Einstellung und Werte: Risikobereitschaft: Konservativ / Ertrag nicht mehr wichtig	...
Finanzielle Ziele / Wünsche: 0	
...	



**Aktuelle Kundenzuordnung:  
Kundenberater Glückliche**

Ertragssituation
Deckungsbeitrag I: 90 €



# Das Zielbild in der Kundensegmentierung

Die Finanzsituation hat immer noch eine große Bedeutung. Die Zuordnung zum Vertriebsbereich mit dem verantwortlichen Betreuer / Berater berücksichtigt aber stärker die Verhaltens- und Lebenssituation des Kunden und den erzielten / erwarteten Deckungsbeitrag!

Finanzsituation	Lebenssituation	Verhaltenssituation
Einkommen / Einnahmen	Lebensphase	Kontakthistorie
Vermögen	Familienstand	Beratungshistorie
Immobilien	Anzahl Kinder	Kanalhistorie
Verbindlichkeiten	Berufsausbildung / Studium	Reaktionen
Haushaltsüberschuss / Sparfähigkeit	Einstellung und Werte: Risikobereitschaft / Kanalaffinität	...
Produktnutzung	Finanzielle Ziele / Wünsche	
...		

Ertragssituation
Deckungsbeitrag I - III





# Personalbemessung



# Ergebnis der Kapazitätsplanung und -simulation

Kapazitätenplanung und -simulation

Version 11.2019

## Grundwerte

Segment	Nettomarkt-zeit	Eff. Beratungs-zeit	Max.KD-Zuordnung	Mind. KD-Zuordnung	Durchschnitt. Zuordnung (Vergleichsbank)	Kunden-anzahl der VR Bank	Max. Kapazität	Mind. Kapazität	Durchschnitt. Kapazität (Vergleichsbank)	Berechnete Kapazität VR Bank	Gesamt-beratungszeit in St.	Durchschn. Zeit pro KD p.a.
(1) Private Banking Kunden	50%	819	102	205	171	401	3,92	1,96	2,35	2,21	1.810	4,5
(2) Betreuungskunden	60%	982,8	328	655	607	9.991	30,50	15,25	16,47	16,66	16.373	1,6
(3) Servicekunden	60%	982,8	1966	3931	2.808	16.567	8,43	4,21	5,90	5,52	5.425	0,3
(4) Servicekleinstkunden	60%	982,8	1966		4.095	6.143	3,13		1,50	0,58	570	0,1
						<b>33.102</b>	<b>45,97</b>	<b>21,42</b>	<b>26,22</b>	<b>24,97</b>	<b>24.179</b>	<b>0,7</b>
(5) Oberer Mittelstand	40%	655,2	66	131	90	98	1,50	0,75	1,09	1,14	747	7,6
(6) Mittelstand	40%	655,2	109	218	187	400	3,66	1,83	2,14	2,10	1.376	3,4
(7) Gewerbekunden	50%	819	273	546	407	432	1,58	0,79	1,06	1,03	844	2,0
(8) Geschäftskunden	50%	819	546	1092	630	1.283	2,35	1,17	2,04	2,28	1.867	1,5
						<b>2.213</b>	<b>9,09</b>	<b>4,55</b>	<b>6,33</b>	<b>6,55</b>	<b>4.834</b>	<b>2,2</b>

**Die Bandbreite bei den Privatkunden reicht von 45,97 bis 26,22 erforderliche Berater für die Bank**

**Die Bandbreite bei den Firmenkunden reicht von 9,09 bis 6,33 erforderliche Berater für die Bank**

**Die Simulation der vertrieblichen Kapazitäten zeigt die Chancen und Möglichkeiten der Veränderungen auf!**

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

## Standort Köln

Gottfried-Hagen-Str. 22  
51105 Köln

**Tel.:** +49 221 830995-260

**Fax:** +49 221 830995-950

## Standort Vilshofen

Furtgasse 2  
94474 Vilshofen

**Tel.:** +49 8541 90390-260

**Fax:** +49 8541 90390-900

E-Mail: [info@foconis.de](mailto:info@foconis.de)

im Web: <https://www.foconis.de>



# foconis-ZAK<sup>®</sup>

---

## Allgemeine Informationen

[www.foconis.de/zak](http://www.foconis.de/zak)



## Alle Funktionspakete

[www.foconis.de/zak-fp](http://www.foconis.de/zak-fp)



# Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit



P3N AG  
Crimmitschauer Str. 32  
08412 Werdau

P3N AG – NL Würzburg  
Ostring 2-4  
97228 Rottendorf

Telefon: +49 3761 70948-0  
E-Mail: [assistenz@p3n.de](mailto:assistenz@p3n.de)  
Internet: [www.p3n.de](http://www.p3n.de)  
oder auf XING und LinkedIn

**08. Mai 2020 von 10 – 11 Uhr**

**Themen:**  
**Kundenansprache in außergewöhnlichen Zeiten**  
(Carmen Ziehe - Bankenimpuls)  
(Maik Gutknecht – P3N AG)