

Willkommen im *Digilog Café*



A photograph of a silver laptop keyboard in the foreground and a white mug filled with coffee featuring latte art in the background, resting on a wooden surface.

30. April 2020 von 10 – 11 Uhr

Themen:
Dynamische Kundensegmentierung
(Falk Lübbecke – Foconis AG)

Dynamische Kundensegmentierung

(Falk Lübecke – Foconis AG)

The background of the slide is a photograph of a concert or event at night. The stage is illuminated with red and blue lights, creating a vibrant atmosphere. Silhouettes of a large crowd of people are visible in the foreground, facing the stage. The overall mood is energetic and celebratory.

DigiLog Cafe

30.04.2020

Know Your Customer

Empfehlungen des BVR zur Kundensegmentierung

Vergleich der Marktstruktur und der internen Kundenstruktur
Privatkunden

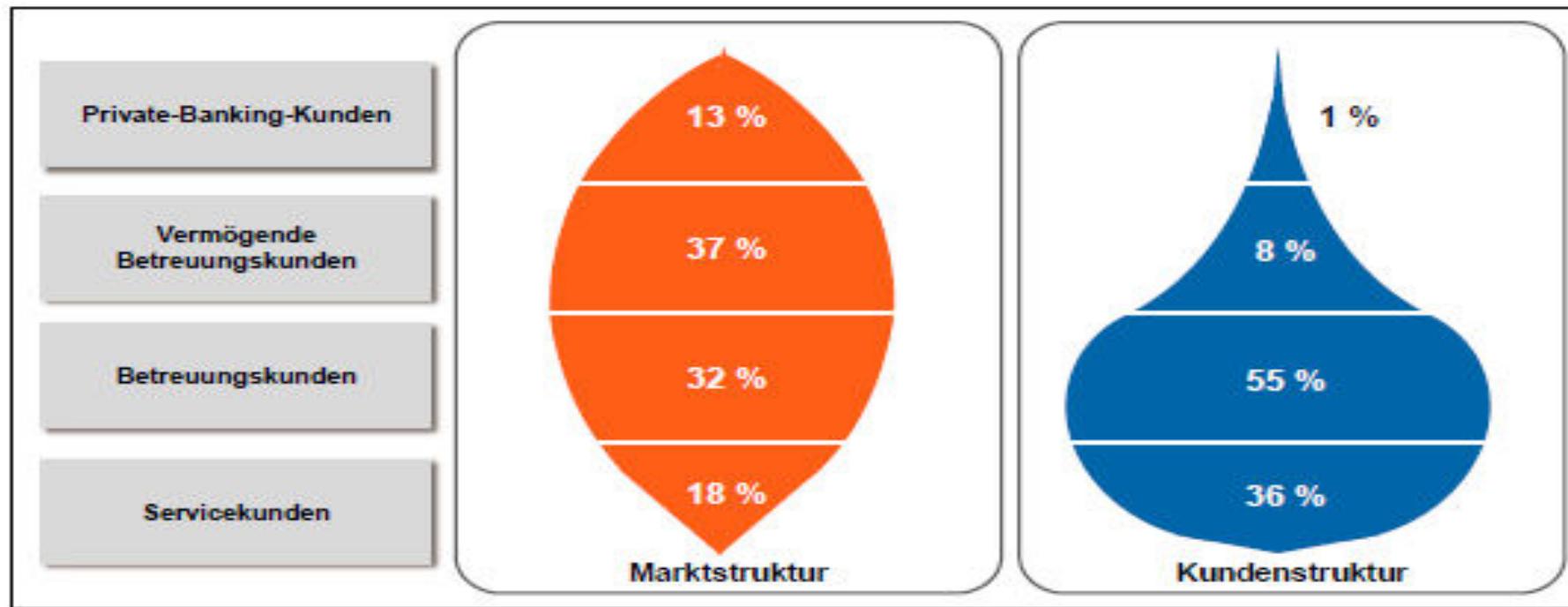


Abbildung 24: Vergleich der externen Marktstruktur mit der internen Kundenstruktur

Quelle : Handbuch für die Neuausrichtung und Restrukturierung von Genossenschaftsbanken

Potenzialorientierte Kundensegmentierung

Gehen Sie auf www.menti.com und benutzen Sie den Code 57 77 03



Wie oft aktualisieren Sie die Kundensegmente?



1

bisher nur einmal
durchgeführt



1

einmal jährlich



4

anlassbezogen



1

regelmäßig mehrmals
im Jahr

7

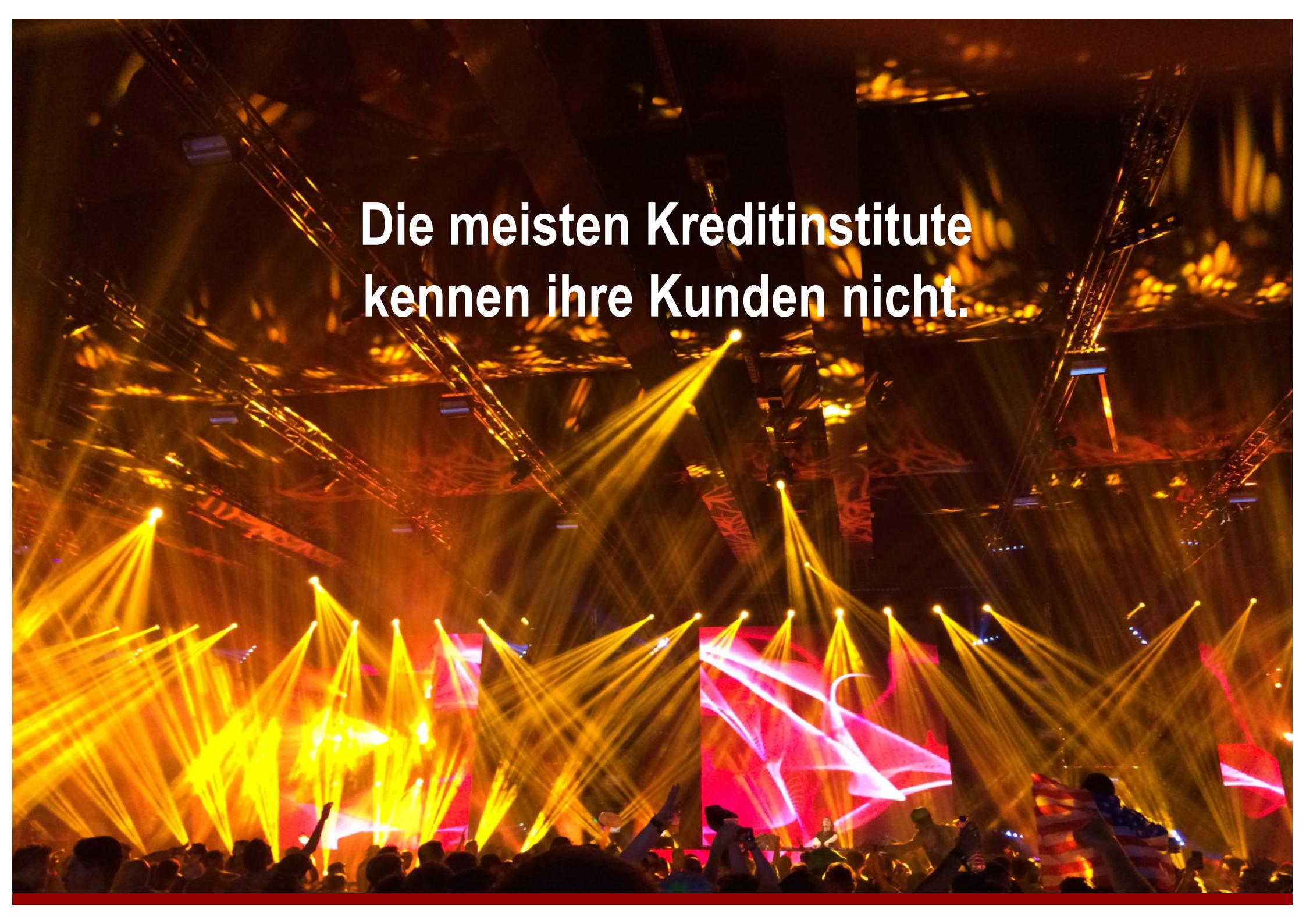


Wer innovativ ist, überlebt.

NEW COMEDY SERIES
WRECKED
TUESDAYS 10PM tbs

Sparkasse?





The background image shows a vibrant concert scene. A DJ is performing on a stage with a large American flag backdrop. Numerous bright yellow and orange spotlights are trained on the stage, creating a dramatic and energetic atmosphere. In the foreground, the silhouettes of many audience members' heads are visible, looking towards the stage.

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	
Lebensphase:	89
Familienstand:	verwitwet
Anzahl Kinder:	0
Berufsausbildung / Studium:	0
Einstellung und Werte: Risikobereitschaft:	Konservativ / Ertrag nicht mehr wichtig
Finanzielle Ziele / Wünsche:	0
...	

Verhaltenssituation	
Kontakthistorie:	5 Terminangebote ohne Ergebnis
Beratungshistorie:	letzte 3 Jahre 0
Kanalhistorie:	0
Reaktionen:	0
...	

Aktuelle Kundenzuordnung:
Kundenberater Glücklich

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!



Personalbemessung



Ergebnis der Kapazitätsplanung und -simulation

Kapazitätenplanung und -simulation

Version 11.2019

Grundwerte

Segment	Nettomarktzeit	Eff. Beratungszeit	Max.KD-Zuordnung	Mind. KD-Zuordnung	Durchschnitt. Zuordnung (Vergleichsbank)	Kundenanzahl der VR Bank	Max. Kapazität	Mind. Kapazität	Durchschnitt. Kapazität (Vergleichsbank)	Berechnete Kapazität VR Bank	Gesamtberatungszeit 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
						33.102	45,97	21,42	26,22	24,97	24.179	0,7
(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
						2.213	9,09	4,55	6,33	6,55	4.834	2,2

**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: [¹⁷info@foconis.de](mailto:info@foconis.de)
im Web: <https://www.foconis.de>



Allgemeine Informationen

www.foconis.de/zak



18

Alle Funktionspakete

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
Internet: 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)