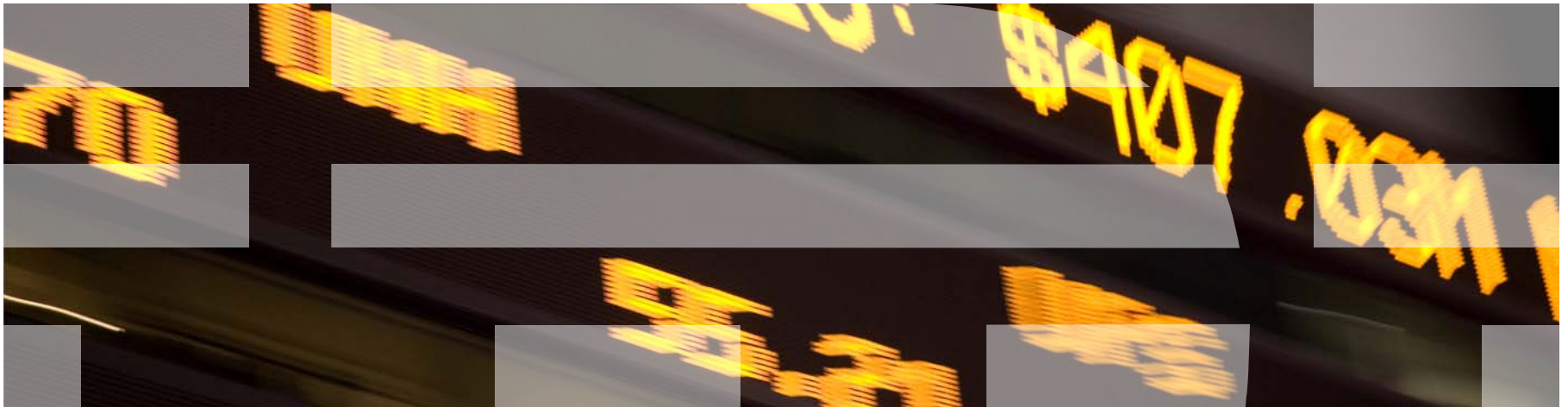


i-Bank 2.0 - Social CRM und Finanzberatung im Einfluss von Web 2.0





INTRANET
Software & Consulting

i-Business Solutions



Herbert Wagger

Geschäftsführer

wagge@intranet-consulting.at

+43 664 1844234

www.intranet-consulting.at



Mag. Wolfgang Schmidt

IT-Leiter

wolfgang.schmidt@rvs.at

+43 662 8886 2300

www.rvs.at

Die Raiffeisengruppe Salzburg

- Einer der größten privaten Arbeitgeber im Bundesland Salzburg
- Rund 3.000 Mitarbeiter
- Raiffeisenverband Salzburg mit Bank- und Warenbereich (Lagerhäuser)
- 67 selbständige Raiffeisenbanken mit 60.000 Mitgliedern
- Insgesamt 160 Bankstellen
- Ca. 14 Mrd. Euro Bilanzsumme 2008

Unsere EDV-Basisdaten

- Rund 170 Mitarbeiter
- Rund 27 Mio. Euro Umsatz p.a.

- Ca. 80 Mio. gebuchte Umsätze 2008
- Ca. 950.000 Online-Transaktionen pro Tag

- IBM-Großrechnerumfeld
- Großteil der Software ist Eigenentwicklung

Unser Motto

Kundenorientiert

Kompetent

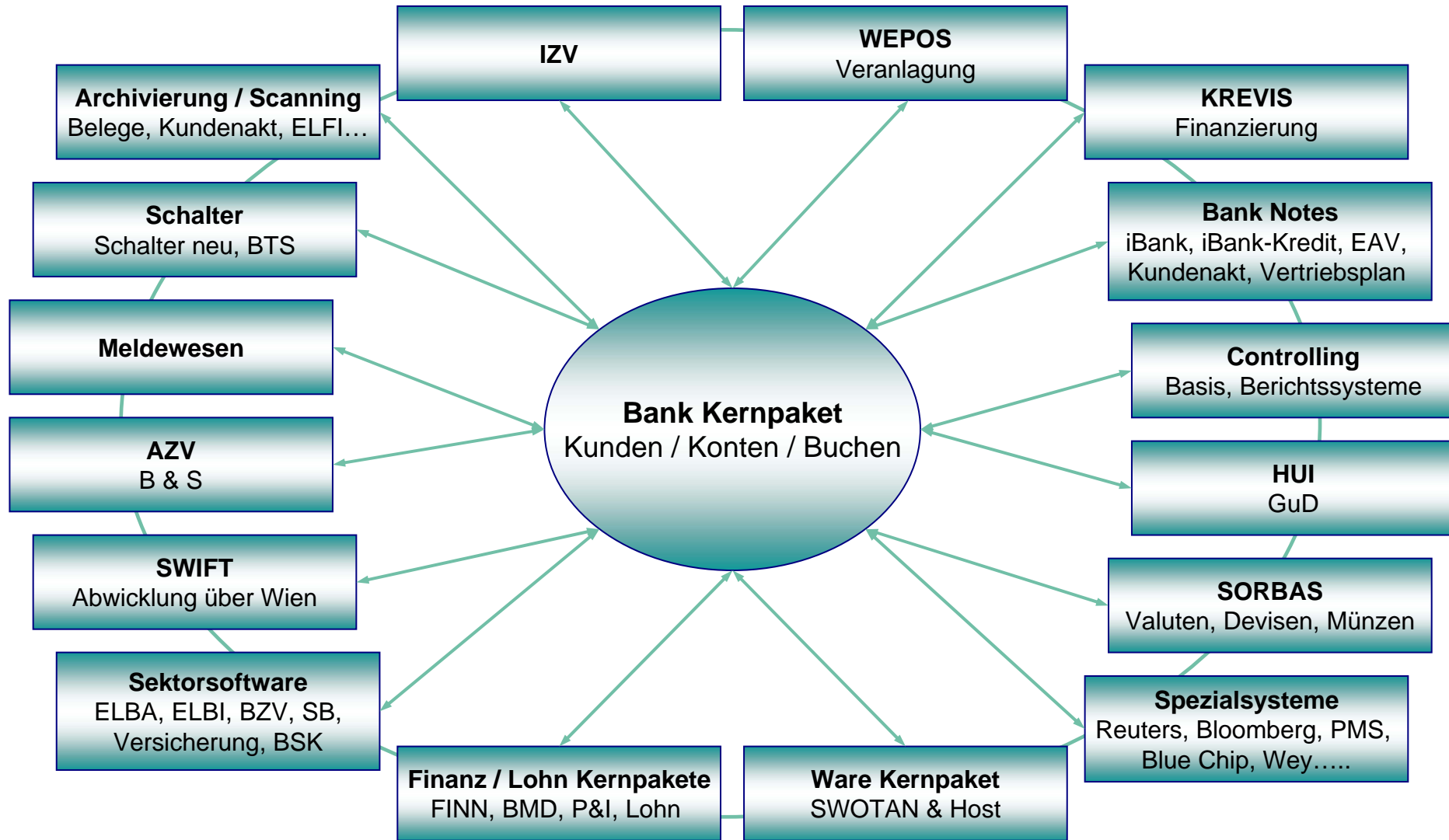
Sicher



Unsere Lösungen für die RBG Salzburg

Überblick & iBank

Anwendungen RBGS



Zentrales Thema: „Geschäftsprozesse“

- Prinzipiell existieren keine Geschäftsprozesse ohne „EDV-Abbildung“
- Großes Know-How bzgl. aller Geschäftsprozesse
 - in Kombination aus EDV-Kundencenter & Softwareentwicklung
- Daher schnelles, flexibles Reagieren auf Markterfordernisse möglich
- Maßgeschneiderte – auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmte - Software
- Ermöglichung einheitlicher, qualitativ hochwertiger, kostengünstiger Software für RVS & RBen



BANK

Unsere ersten Anforderungen (1)

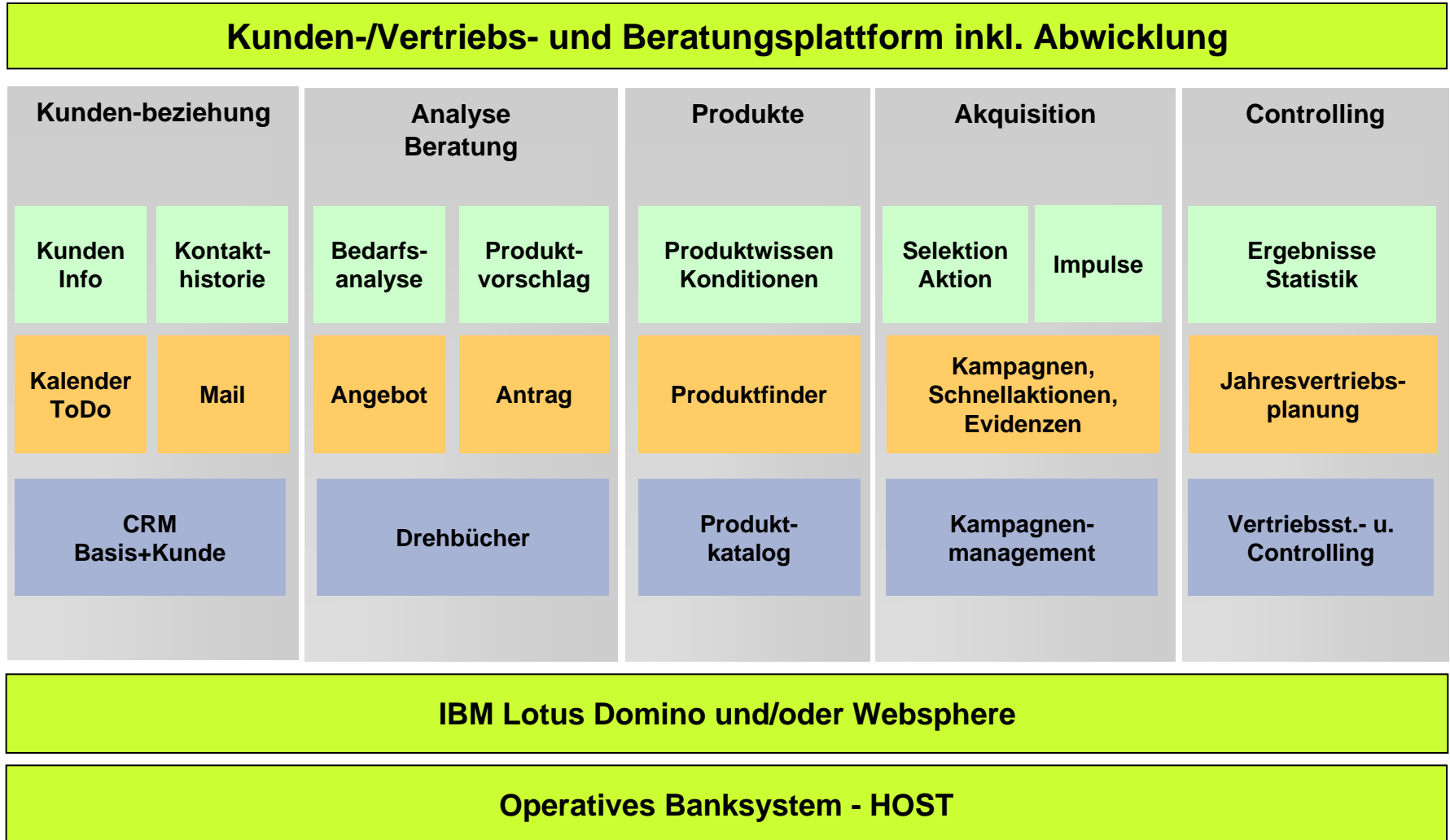
Unterstützung von:

- Kundenbeziehungsmanagement
- Analyse & Beratung
- Produktmanagement
- Akquisition / Kampagnenmanagement
- Vertriebscontrolling

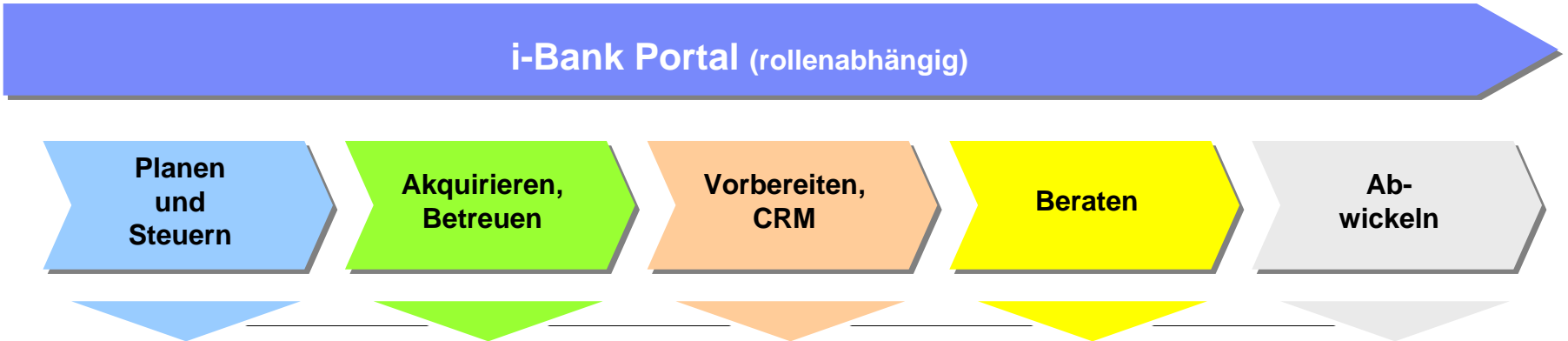
Unsere ersten Anforderungen (2)

- Skalierbarkeit für kleine und große Banken
- Skalierbarkeit für erfahrene Berater und neue Mitarbeiter mit Beratungsaufgaben
- Schnelle Einsetzbarkeit
- Einbeziehung der Anwender
- Steuerung der Weiterentwicklung durch RBG Salzburg möglich

Gesamtüberblick i-Bank



Prozessorientierung



Jahresvertriebsplanung	Kundensegmentierung	Termine, Aufgaben	Gesamtanalyse • Finanzstatus • Vermögensstatus • Cash-flow Analyse • Modellrechnungen	Ergänzung
Kampagnenplanung	Kundenselektion	Info Center (360° Blick)		Genehmigung
Aktivitätenplanung	Ablaufgeschäft	Kundendaten		Formulare
Terminplanung	Evidenzen	Kontakthistorie		Produktanlage (Host)
Soll/Ist Vergleich	Jahresgespräche	Produktnutzung	Bedarfsfeldanalyse • Vorsorge • Guthaben & Vermögen • Anschaff./Finanzierung	Transaktion
Analyse Verkaufspipeline	Seriendokumente	Potentialanalyse		Autom. Kontakterst.
Erfolgsbilanz	Kundenliste	Kaufsignale		-
Kampagnen Analyse	Terminmanagement	-	Angebot	-
		-	Abschluß	-
			autom. Kontakterst. (Wiedervorlage)	

Agenda INTRANET Consulting



Firmeninformation Produkte
Referenzen Entwicklung IBM Kooperation

Lösungsphilosophie / Konzept
Architektur & technisches Konzept

Lösungsumfang CRM Finanzberatung
Kreditmanager

Ausblick und Weiterentwicklung

Cloud Computing on-demand KMU

Online-Produktkatalog
 Finanzierungsberatung
Gesamtanalyse
 Versicherungsberatung
Planning Private Banking
 Sparen/Vermögensaufbau
 Konto-Check
 Depotöffnung
 Kontoeröffnung
 Abschluß

Vertriebs-Wiki
 Bauen/Wohnen
 Pensionsplaner
Financial
 MiFID
 Compliance-Check
 Depotoptimierung
 Änderungsdienst
 Angebot

Anlegerprofil
Kundenanlage
Formular-/Antragsbearbeitung

Firmeninformationen



INTRANET Software & Consulting GmbH
AUSTRIA
Tel. +43(0) 4229 3900
LAKESIDE B01, A-9020 Klagenfurt
Sitz: Lannerweg 54, A-9201 Krumpendorf
<http://www.intranet-consulting.at>



Herbert Waggoner

Geschäftsführer

waggoner@intranet-consulting.at

+43 664 1844234



Kunden und Referenzen



i-Bank Entwicklung bisher



1997

i-Bank

- CRM
- Produktkatalog

1998

i-Bank

- CRM
- Produktkatalog
- Sparen, Bausparen
- Veranlagung Standard
- Finanzierungsdrehbücher

2000

i-Bank

- Kampagnenmanagement
- Vertriebssteuerung
- Finanzierungsdrehbücher

2004

i-Bank

- Vertriebsplanung
- Gesamtanalyse
- Vorsorge

2006

i-Bank

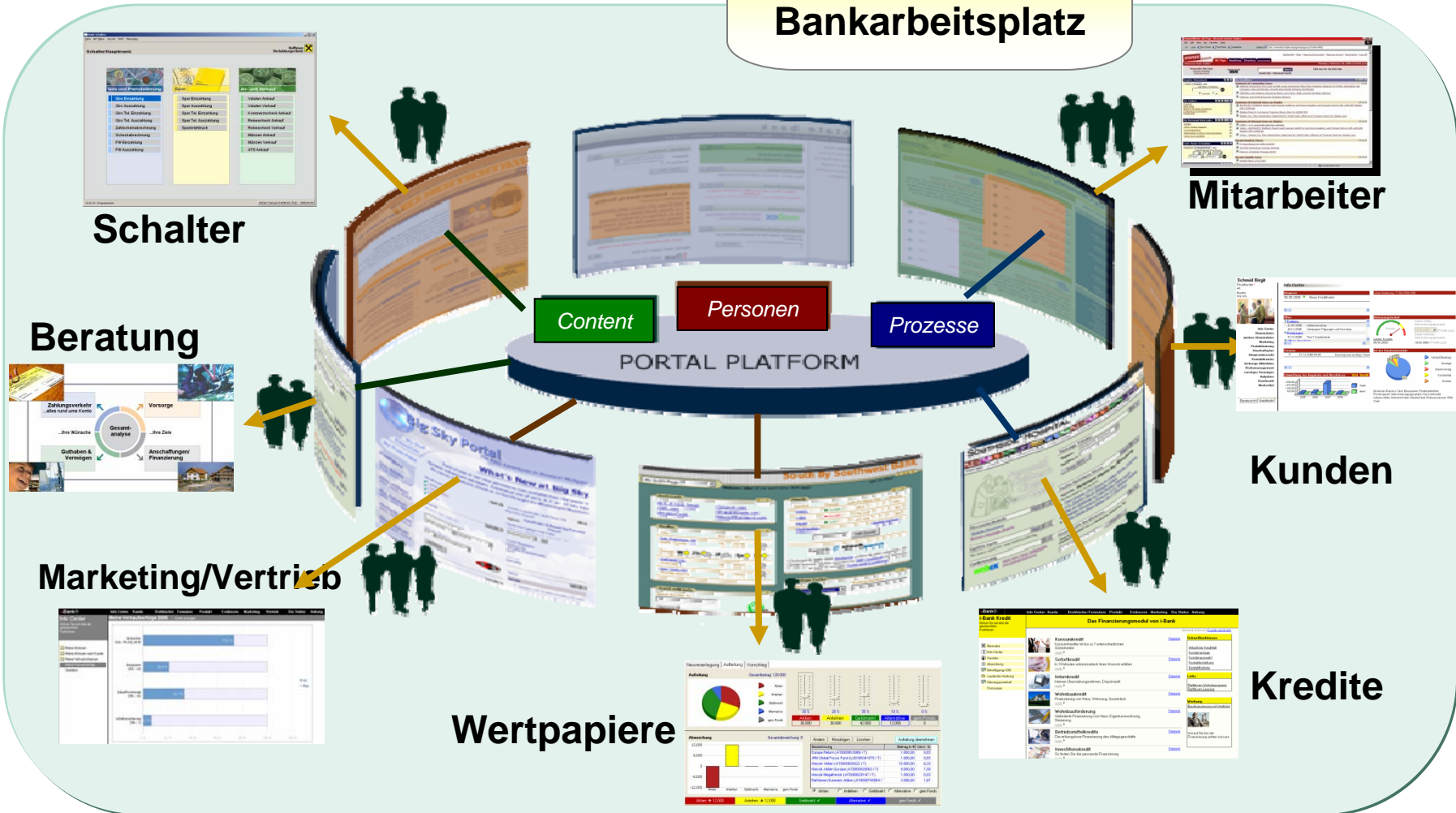
- Kredit Manager
- Veranlagung Spezial

2008

**i-Bank 2.0
Social CRM**

Ein Portal für alle Prozesse

Integrierter Bankarbeitsplatz



Ganzheitliche Finanzberatung



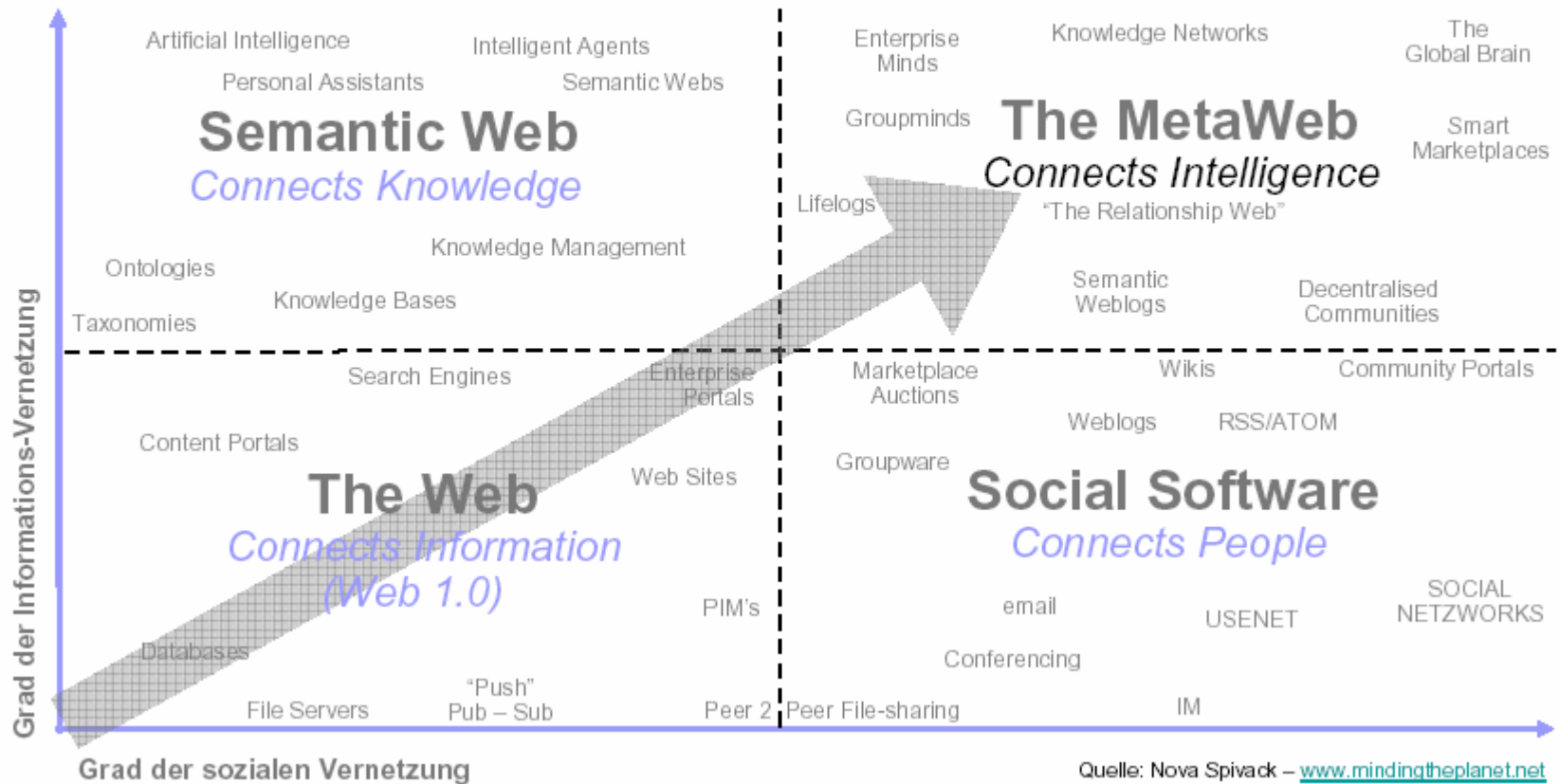


i-Bank 2.0

Social CRM und Finanzberatung im Einfluss von Web 2.0



Web 2.0 / Web 3.0 ...



Social CRM – Web 2.0

- **Neue Arbeitsweisen** ("Digital Natives" - die Facebook Generation), soziale Netzwerke
- **Mobilität** der Mitarbeiter und auch der Kunde unterliegen einem Wandel, der zu weniger Komplexität und mehr Effizienz führen muss
- Verbesserung der **internen Kommunikation** (Kollaboration, Vertriebs-Wikis, Blogs, Bewertungen von Produkten u. Verkaufsmaterial, Bewertungen von Kampagnen)
- Verbesserung der **Kommunikation zum Kunden** (Mail, Web, SMS, Chat, Blogs, ...)

Social CRM, Vertrieb 2.0

- Web 2.0 mit sozialen Inhalten ändert die Wertvorstellung der ersten Generation von CRM-Systemen.
- Zuerst ging es darum, möglichst viel zu berichten.
- Jetzt geht es darum, **“mehr zu verkaufen und weniger zu berichten“**.

Merkmale und Vorteile von Social CRM

- **Netzwerkeffekt (optimale Zusammenarbeit)**. Das kollektive Wissen der Community wird genutzt.
- **Intuitive Anwendungen (iPhone-Effekt)**, die den Berater optimal bei seiner Arbeit unterstützen
- **Mash-ups (kontextreiche Daten)**: kombinierte Anwendungen aus verschiedenen Datenquellen (intern, extern) in eine Anwendung (Portal) integriert
- **Analyse von Verkaufsmustern**. Potentielle Kunden schnell und einfach finden
- **Marketingkampagnen** erstellen und verwalten und auf Kampagnenvorlagen zurückgreifen, die von anderen Kollegen erstellt und von der Community bewertet wurden

Social CRM Komponenten in i-Bank

- **Vertriebs-Wikis**: Unterstützen die Mitarbeiter, da der einzelne das Wissen der gesamten Community (z.B. Verkaufsteam, Verkaufsspezialisten) nutzen kann.
- Neue Erkenntnisse (über Produkte oder Verkaufsaktivitäten) können leicht an andere weitergegeben werden und durch **Tags und Bewertungen** verbessert werden.
- **RSS-feeds, blogs, Widgets** und Unternehmensdaten können in einer Anwendung integriert werden.
- **Mashups** ermöglichen ein schnelles oder ad hoc "zusammenschrauben" von internen u. externen Informationen oder Anwendungen

i-Bank Produktkatalog 2.0

- Neuer Aufbau nach Wikipedia-Konzept
- Cloud-Tags (Begriffswolke zum leichteren Navigieren)
- RSS-feed zur Verständigung der Berater bei Änderungen/Neuigkeiten von Produkten
- Blog des Produktverantwortlichen
- Bewertung von Produkten (intern durch Berater, später durch Endkunden)



Bereitstellen kontextreicher Daten Kunde 360° Panoramablick

Marketing System

Überwachung

Vertr. Steuerung

Kontakthistorie

Controlling

Privatkunde
CK
Berater:
HB HB



- Info Center
- Stammdaten
- weitere Stammdaten
- Marketing
- Produktnutzung
- Haushaltsplan
- Hinweisübersicht
- Kontakthistorie
- bisherige Aktivitäten
- sonstiges Vermögen
- Aufgaben
- Kundenakt
- Merkzettel

Beratersicht Kreditsicht

Info Center

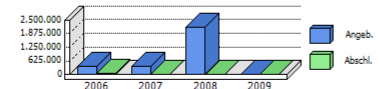
Hinweise
06.06.2009 Ablauf Lebensversicherung

Offen

- ▼ **Evidenz**
- 30.11.2008 Jahresvorschau
- ▼ **offene Angebote**
- 29.04.2009 Bausparen / Bausparen
- 29.04.2009 Bausparen / Bausparen
- 29.04.2009 Bausparen / Bausparen

Termine

Entwicklung der Angebote und Abschlüsse Wert Anzahl



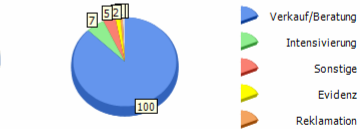
Cross-Selling: 04 ●●●●○●○●○●○●○●○

Letzte Änderung: 29.04.2009 (HB)
Bitte folgende Kundendaten aktuell halten:
■ Telefon (Stammdaten)
■ Hobbies (Marketing)

Betreuungsbedarf



Art der Kundenkontakte



American Express Card; Bankgarantie; Bausparen; Förderdarlehen; Fondssparen; Intensivierungsgespräch; Konsumkredit; Maestro-Karte; MasterCard; PolizierCheck; Polizierservice; VISA Card

CRM

Legacy System

Lotus Notes

Archiv System

Kredit-System

CRM – 360° Panoramablick

Privatkunde*
CK
Berater:
HB HB

Info Center
Stammdaten
weitere Stammdaten
Marketing
Produktnutzung
Haushaltsplan
Hinweisübersicht
Kontakthistorie
bisherige Aktivitäten
sonstiges Vermögen
Aufgaben
Kundenakt
Merkzettel

Info Center

Hinweise
06.06.2009 Ablauf Lebensversicherung
Letzte Änderung: 29.04.2009 (HB)
Bitte folgende Kundendaten aktuell halten:
■ Telefon (Stammdaten)
■ Hobbies (Marketing)

Offen
▼ **Evidenz**
30.11.2008 Jahresvorschau
▼ **offene Angebote**
29.04.2009 Bausparen / Bausparen
29.04.2009 Bausparen / Bausparen
29.04.2009 Bausparen / Bausparen

Termine

Entwicklung der Angebote und Abschlüsse Wert Anzahl

Betreuungsbedarf
Datum letztes Intensivierungsgespräch: 02.07.2007 16
Datum nächstes Intensivierungsgespräch: 01.07.2009 16
Letzter Kontakt: 26.03.2009 -

Art der Kundenkontakte

Kundenkontakte

Birgit (00010215) **Kontakthistorie**

☐ Angebote ☐ Sonstige ☐ Phasen ☐ Produkten
☐ Faxe/E-Mails ☐ Abschlüsse ☐ Kategorien ☐ Kontaktart

Die letzten 12 Monate

eff / Produkt	Art	Ergebnis	Mitarb.
[1 Kontakt]	Intensivierung Konsum V2 / Konsumkredit	Bank Angebot	KEIN BERATERNAME
[1 Kontakt]	Leibot Spar / Pensionskonto	Bank Angebot	KEIN BERATERNAME
[2 Kontakte]	Leibot Spar / Fondspolizee Portefeuille "Sichere Bank	Bank Angebot	KEIN BERATERNAME
[1 Kontakt]	F	Brief/Fax	Wagner Herbert (WAGG)
[1 Kontakt]	Leibot Spar / Lebensversicherung	Bank Terminusage	Wagner Herbert (WAGG)
[1 Kontakt]	Leibot Spar / Lebensversicherung	Bank Abschluss	Wagner Herbert (WAGG)

Cross-Selling Rate Detail

Folgende Kriterien müssen die Kunden der Cross-Selling Auswertung erfüllen:

- inländische Privatkunden (Kundenarten 0 = Privatkunde)
- ab 16 Jahren
- inkl. Girokonto (Kontoarten 200, 210, 220, 230 sowie...)

Produktgruppen:

Gruppe (■ = vorhanden)

1	Girokonto	incl. Maestrokarte, op
2	Kreditkarten	EuroCard, VISA, Ame
3	Privatfinanzierung	Abstattungskredit, Eir
4	Spareinlagen	Fonds, festverz. WP, I
5	WP-Depot	Fonds, festverz. WP, I
6	Bausparen	Anspargung
7	Unfallversicherung	
8	Sachversicherung	
9	KFZ-Versicherung	
10	Kapitalversicherung	LV, Einmalanlage, Fo

Guthaben & Vermögen

Bausparen

Nummer	Produktbezeichnung	Saldo
213005293	Bausparer	

Sparen

Nummer	Produktbezeichnung	Saldo
501973	Bestzinsspargbuch	

Wertpapierdepots

Nummer	Produktbezeichnung	Ku
006005409	006005409	21.698,28 0,00 231,36

Konten

Nummer	Produktbezeichnung	Saldo	Rahmen	Ablauf	Bemerkung
91074	EFFEKTEN-LEGITIMIER-RKM	162,90	0,00		

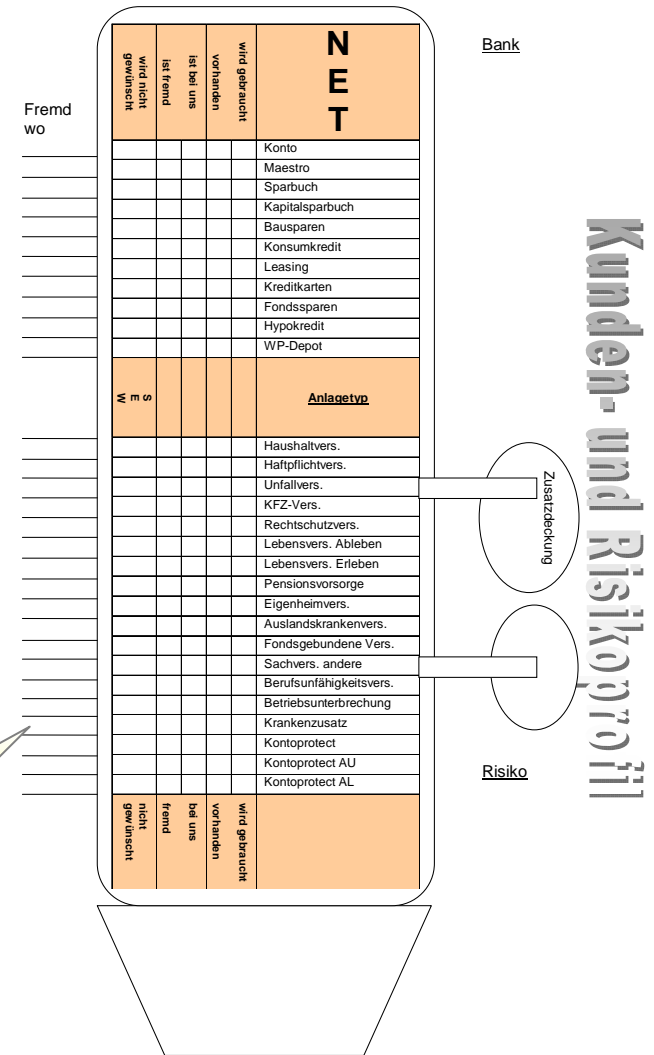
Guthaben & Vermögen

■ Bargeld/Giroeinlagen (0,1%)	■ Spareinlagen (2,2%)
■ Bauspareinlagen (3,3%)	■ Wertpapiere (10,0%)
■ Versicherungen (84,4%)	

Customers N.E.T. Program

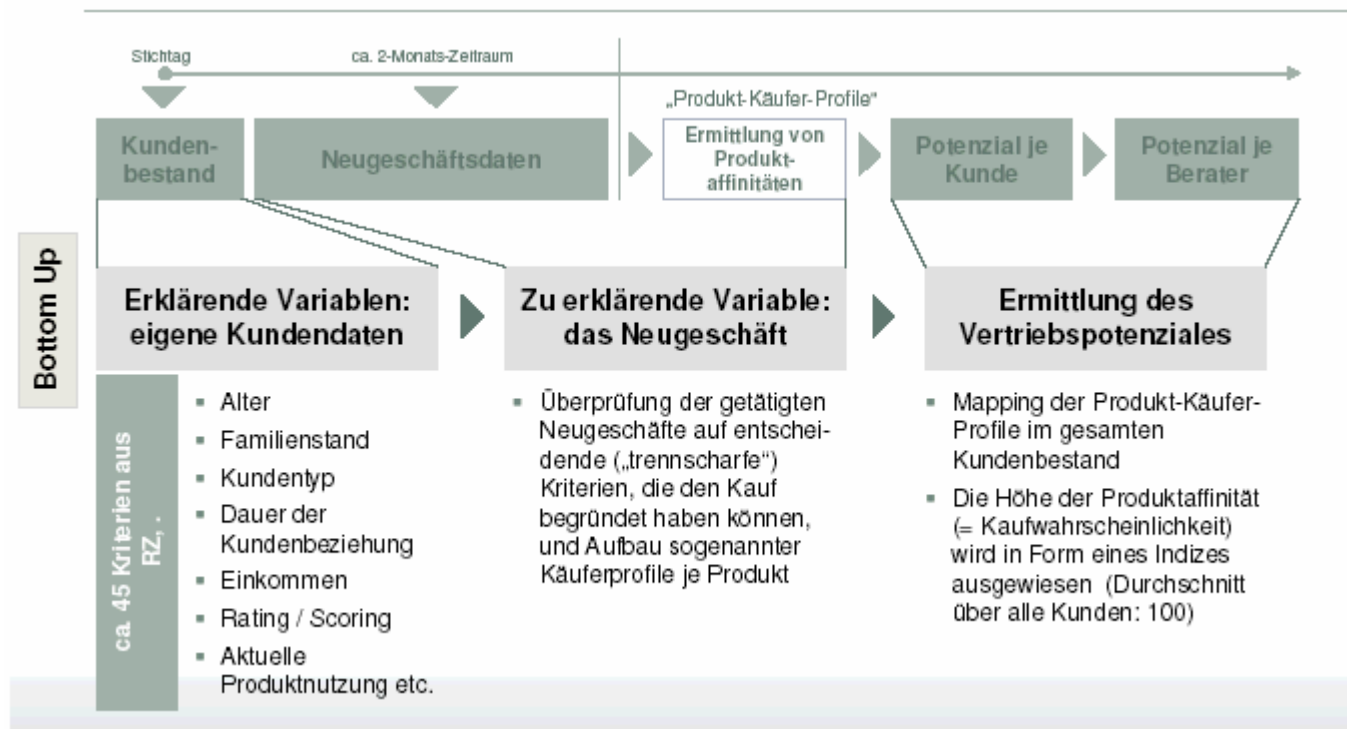
- N.E.T = Normbedarf, Erweiterter Bedarf, Top-Bedarf
- Customers N.E.T Program in i-Bank ist der aktuellste Beratungsansatz
- Bestandteil der Kunden-Gesamtanalyse

N.E.T.
"Thermometer"



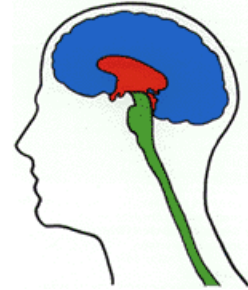
Potenzialorientierte Vertriebsplanung

Auf Basis der automatisierten Ermittlung von Kaufwahrscheinlichkeiten und Affinitäten erhält man kunden- und produktbezogene Vorschläge für Betreuungsstandards bzw. Kampagnen



Biostrukturanalyse in i-Bank

- **In der Beratung:** Mit der i-Bank Biostrukturanalyse kann der Berater die Persönlichkeit sowie die individuellen Wünsche und Bedürfnisse seiner Kunden einschätzen und das passende Produktangebot und die wirksamsten Argumente finden.
- **Im Marketing:** Zielgruppen, Kunden, Produkte, Mitbewerber und die Art der Kommunikation werden analysiert und zueinander in Beziehung gebracht.



Die neue Dimension in der Finanzberatung

Info Center	Kunde	Produktkatalog	Formulare
Konten	Anlegen	Vorsorgen	Finanzieren

Kundensuche

Zuname:

Vorname:

Schnellfunktionen

Sametime-Kontak...

Aktivitäten

Tag auf einen Blick

Do 07.08.2008

09:00 - 12:00
AGRU i-Bank Kredit
TZ Itzling
Gerhard Schmid

12:00 - 13:00
Besprechung Mag. Schmidt
TZ Itzling

- Home
- Info Center
- Kunden Management
- Drehbücher
- Formulare
- Produktkatalog
- Evidenzen
- Marketing
- Vertrieb
- Kreditabwicklung
- Hilfe
- Setup

Produktkatalog

Schnellsuche

Produktparten

- Anschaffungen/Finanzierung
- Dienstleistungen
- Guthaben & Vermögen**
- Vorsorge
- Zahlungsverkehr

5 Tags

CRM i-Bank 2.0 InfoCenter
Produktkatalog social CRM

Subscribe to RSS

- Latest Pages
- Recently Revised

Guthaben & Vermögen
Portfolio Management
Portfolio-Management - Portfolio Aktien
Portfolio-Management - Portfolio Anleihen
Portfolio-Management - Portfolio Ertrag
Portfolio-Management - Style Portfolio
Portfolio-Management - Vermögensreporting
strukturierte Produkte
Wertpapierdepot

Live Demo

Herbert Waggers Blog

Biostrukturanalyse in i-Bank i-Bank

Herbert Wagger 16 July 2009 11:01:10 2.0 Biostrukturanal

Mein Plan ist eine **Kundenansprache**, die sowohl im Verkauf als auch im Marketing mit Hilfe der Biostrukturanalyse gezielt eingesetzt wird.

Wir müssen die Biostruktur des Kunden mit jener des Produktes und tw. des Beraters zur Deckung bringen. Der Kunde bekommt aus der Signalfut genau jene Signale mit, die für seine Kaufentscheidung wichtig sind.

Mit der i-Bank Biostrukturanalyse kann der Berater die Persönlichkeit sowie die individuellen Wünsche und Bedürfnisse seiner Kunden einschätzen und das passende Produktangebot und die wirksamsten Argumente finden. Voraussetzung dafür ist eine Produktkenntnis, die sich nicht nur auf Produkteigenschaften

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!!!

Hinweis: Sehen Sie **i-Bank[®]** live in Salzburg oder im

European Banking Industry Solution Center IBM Barcelona

