

«PERSPEKTIVEN FÜR DIE FINANZINDUSTRIE»

ERFAHRUNGSBERICHT & HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN AUS SICHT EINES «AKZELERATORS»

IHRE HERAUSFORDERUNGEN

Kundenschnittstelle

- "Kundenzentrierung" wird unzureichend gelebt – Kundensicht bleibt zu oft "auf der Strecke"
- Filialmitarbeiter verwenden den Grossteil ihrer Arbeitszeit für die Transaktionsabwicklung und interne Prozesse – die wertschöpfende Vertriebsorientierung entwickelt sich ungenügend
- Überdimensioniertes Filialnetz mit hohem Kostendruck – der strategische Vorteil wird schrittweise preisgegeben und längerfristige (Omni-Channel-)Perspektiven fehlen
- Digitalisierung schafft trotz substanzieller Investitionen kaum Wettbewerbsvorteile und es fehlt die Transparenz, welche Initiativen echten Kundennutzen bzw. messbaren ROI schaffen

Business Modelle

- Umdenken im Marktangebot ("Schlüsselereignisse", hybride Geschäftsmodelle/Plattformen) finden kaum oder nur zögerlich statt, die langfristige Ertragsicherung ist bedroht
- Beratungserlebnis bleibt austauschbar, der GAP zwischen dem Anforderungs- und dem Kompetenzniveau bei den Kundenberatern wird grösser
- Potenziale durch Automation, Digitalisierung (Cash/Non-Cash) und Outsourcing (Operation, Logistik, IT) sowie Performance im Marktvergleich sind unklar

Transformation

- "Mindset" für Veränderung fehlt und diese wird als Bedrohung gesehen, wenig agile Organisation, "Stakeholder Management" funktioniert nur auf Top-Level zufriedenstellend
- Handlungsoptionen, Zielbilder und Masterplan sind unklar/fehlen, Umsetzungsplanung wird laufend revidiert, Entscheidungen werden wiederholt vertagt
- Initiativen kommen nur nach grossen Kraftakten "in die Gänge", Realisierung erfolgt langsam und "technokratisch" oder Projektziele werden nicht erreicht



«Vernetzung in der Kundenschnittstelle, Differenzierung im Geschäftsmodell sowie Agilität in der Transformation sind die strategischen Erfolgsfaktoren für Relevanz im 2025.»

"Commodity-Banking" ist weitgehend austauschbar, Potenziale eröffnen sich jedoch für Banken, welche zum "Traumerfüller" ihrer Kunden werden».

Ingo Sievers, Partner Value2go AG

UNSER ERFAHRUNGSBERICHT

Basierend auf unserer praktischen Expertise in Digitalisierungs- und Transformationsprojekten bei Schweizer Banken und deren Netzwerkpartnern teilen wir unsere "Best Practices" der letzten 12 Monate. Auch dieses Jahr treffen wir uns gerne mit interessierten Persönlichkeiten des C-Level-Managements für einen Erfahrungsaustausch.

Unserer "DNA" entsprechend steht dabei immer im Vordergrund, wie Sie mit Ihren Massnahmen bei Ihren Kunden eine messbare, positive Wirkung auf Kundenbindung, Wachstum und Profitabilität erzielen. Dementsprechend haben wir uns in den letzten Monaten intensiv mit den folgenden Fragestellungen befasst:

- Wie bleiben Sie an der Kundenschnittstelle langfristig im "Driver Seat"?
- Wie schafft die Digitalisierung einen messbaren Mehrwert für Ihre Kunden und die Bank?
- Welche Business Modelle generieren langfristig (nachhaltigen) "Value" und Wachstum?
- Wie fördern Sie eine agile, lernende Organisation und verkürzen die "Durchlaufzeit" Ihrer strategischen Initiativen und Programme?

Das Vortragen unserer "Best Practices" dauert 30-45 Minuten. Anschliessend stehen wir gerne für spezifische Fragestellungen und eine Diskussion zur Verfügung. Unsere Unterlagen werden Ihnen bei Interesse im Anschluss elektronisch abgegeben.

IHR VALUE

- Praktischen Einblick in unsere Erfahrungen als "Sparring-Partner", "Akzelerator" und "Umsetzer" von Wachstums- und Transformationsvorhaben in der Finanzindustrie und Vergleich mit anderen Branchen, "Best Practices" aus erfolgreichen Referenzprojekten
- Sie erhalten Handlungsempfehlungen, wie Sie die Lücke zwischen strategischer Planung und operativer Umsetzung wirksam schliessen (weniger Zeit-, Ressourcen- und Reibungsverluste)
- Neutrale und kompetente Aussensicht, Inspiration für neue Ansätze