

Interview mit Lars Lindner Leiter Multikanalsteuerung bei der Förde Sparkasse »

Online-Terminvereinbarung – Warum?

Ziel muss im Rahmen der Digitalisierung doch sein, dem Kunden unsere Angebote so einfach wie möglich zugänglich zu machen. Convenience ist hier das entscheidende Stichwort. Denn nur wenn eine Lösung convenient ist, werden unsere Kunden diese auch regelmäßig nutzen. Dies gilt für Services, die der Kunde selbstständig fallabschließend in unserer Internet-Filiale nutzen kann und natürlich gilt dies auch für den Zugang zu unserem wertvollsten Asset, unseren Beraterinnen und Beratern. Wir versuchen, die verschiedenen Kanäle um unseren Berater herum anzuordnen. Denn immer wenn sich ein Problem auftut, welches die Kunden nicht selbstständig lösen können, ist es wichtig, dass der Zugang zu unseren Beratern so einfach wie möglich ist. Die Online-Terminvereinbarung schließt hier eine Lücke, die bisher deutlich klaffte.

Warum die Online-Terminvereinbarung von pitcom?

Convenience! Die pitcom-Lösung ist konsequent vom Kunden her gedacht! Aus anderen etablierten Prozessen erwachsene Bedürfnisse der Sparkasse wurden bewusst hinten an gestellt und zwingen im Sinne des Kundenkontakts zum Umdenken. Sparkassen-interne Fragen wie ‚Kunde oder Nicht-Kunde?‘, welchem Segment der Nutzer zugeordnet wird und welchen Informationsbedarf der Berater zum Termin ggf. noch hat, spielen hier zunächst keine Rolle. Was zählt ist der Termin. Alles Andere lässt sich hinterher regeln.

**„Das Tool macht was es soll.
Es vereinbart Termine und
dies macht es sehr gut!“**

Optik und Haptik des Tools unterstützen den Nutzer maximal, sorgen für eine erstklassige User Experience und die friktionslose Überleitung des Kunden zum Berater. Gleichzeitig ist die technische Prozessintegration in einem Umfang gelungen, der ein sehr gutes Arbeiten ermöglicht.

Kurzum, die pitcom-Lösung bietet für uns eine gelungene Komplettlösung.



Wie wurde die Online-Terminvereinbarung eingeführt?

Digitalisierung ist immer nur vordergründig ein technisches Thema. Tatsächlich geht es um Nutzerverhalten. In diesem Fall meint dies natürlich das Verhalten der Kunden aber im gleichen Maße auch das Verhalten unserer Beraterinnen und Berater. Die Einführung der Online-Terminvereinbarung ist im gewissen Maße mit einem Kulturwandel für unsere Mitarbeiter verbunden. Der oben beschriebene Umgang mit etablierten Gewohnheiten kann Reibungen verursachen. Um eine bestmögliche Akzeptanz des Tools bei unseren Kolleginnen und Kollegen zu schaffen, sind wir daher mit einer kleineren Anzahl von Einheiten im Rahmen einer Pilotierung gestartet.

Die Pilotierung hat uns geholfen, erste Erfahrungen im Umgang mit dem Tool zu machen. Diese konnten wir dann aufbereiten und im Rahmen der Kommunikation zum Flächenrollout nutzen. Gleichzeitig konnten wir technische Fragen und Anforderungen klären, um der Masse unserer Kolleginnen und Kollegen bei Einführung dann eine gut geölte Maschine präsentieren zu können. »

Interview mit Lars Lindner Leiter Multikanalsteuerung bei der Förde Sparkasse »

In der Pilotphase konnten wir im Sinne der Feinjustierung technische und Prozessanpassungen vornehmen. Wahnsinn wie schnell das Support-Team uns hier immer wieder individuelle Lösungen geschaffen hat.

Wie sind die ersten Erfahrungen?

Das Tool macht was es soll. Es vereinbart Termine - und dies macht es sehr gut!

Im Rahmen der Pilotierung haben wir Kunden der ausgewählten Einheiten aktiv durch Online-Ansprachen und durch die Berater auf die neue Funktion hingewiesen. Und obwohl wir das Tool noch nicht fest in der Internet-Filiale verankert hatten, konnten wir bereits eine deutliche Zunahme der Online-Terminvereinbarungen im Vergleich zum alten Prozess verzeichnen. Insbesondere durch die Möglichkeit, beraterindividuelle Links zu nutzen, ist ein deutlicher Mehrwert entstanden. Terminanfragen von Kunden per Mail bspw. werden konsequent durch Verweis auf die Online-Terminvereinbarung beantwortet. Statt umständlich per Mail oder Telefon einen gemeinsamen Termin mit dem Kunden zu finden, sucht sich der Kunde, wann immer er zeitlich dazu kommt, den für ihn passenden Termin heraus. Es überrascht wenig, dass wir mit einer solchen Prozessvereinfachung, die gleichzeitig auch noch die Terminquote erhöht, sehr schnell für Akzeptanz bei den Beraterinnen und Beratern gesorgt haben.

Wir sind total gespannt, wie sich die Zahl der Online-Terminvereinbarungen entwickeln wird, wenn wir diese im nächsten Schritt hart in der Internet-Filiale verdrahten werden. Zukünftig wird sich hinter jedem 'Termin vereinbaren'-Button in der Internet-Filiale, in Kampagnenelementen und E-Mails das neue Tool verbergen und eingeloggte Kunden direkt auf den Kalender ihres Beraters lenken. Der Termin mit dem Berater ist damit tatsächlich nur noch einen Klick entfernt.

Fazit und Ausblick

Auch wenn unsere Erfahrungen bislang noch überschaubar sind, so sind wir bisher sehr zufrieden und überzeugt von der Online-Terminvereinbarung. Aufwände für Einrichtung und Pflege des Tools sind überschaubar. Die technische Integration in unsere Systeme funktioniert ohne Probleme. Und nicht zuletzt aufgrund des intuitiven Kundenfrontends, welches seinesgleichen sucht, funktioniert das Tool und macht was es soll. Dies führt zu einem absolut akzeptablen Preis-Leistungsverhältnis, auch vor dem Hintergrund des aktuellen Kostendrucks.

Nachdem wir nun den gesamten Privatkundenvertrieb auf das Tool gebracht haben, folgen im nächsten Schritt unsere Firmenkundenberater und anschließend die Spezialisten in unserem Haus.

Interessiert am Sparkassen-Termin?

Ihre Ansprechpartnerin:

Ivonne Strauß | pitcom GmbH

Telefon 03741 71971-36

Mail ivonne.strauss@pitcom.de

Web www.if-6.de | www.sparkassen-termin.de