

Kundenbeziehung der Zukunft: Banken und Versicherer setzen auf Omnikanal-Strategie - Entscheider-Befragung zu den Servicestrategien im Finanzdienstleistungsmarkt

Von der zunehmenden Digitalisierung vieler Lebensbereiche ist nun auch die Finanzdienstleistungsbranche voll ergriffen. Entscheider und Mitentscheider aus Finanzdienstleistungsunternehmen nennen „Omnikanal-Betreuung“, „Online-Selfservices“ und „Online-Kommunikation mit Privatkunden“ spontan als die drei bedeutendsten Service-Trends in den nächsten fünf Jahren.

Von der zunehmenden Digitalisierung vieler Lebensbereiche ist nun auch die Finanzdienstleistungsbranche voll ergriffen. Entscheider und Mitentscheider aus Finanzdienstleistungsunternehmen nennen „Omnikanal-Betreuung“, „Online-Selfservices“ und „Online-Kommunikation mit Privatkunden“ spontan als die drei bedeutendsten Service-Trends in den nächsten fünf Jahren. Die Digitalisierung der Branche wird auch dadurch deutlich, dass Versicherer die derzeit noch geringen Nutzungsquoten für Online-Kundenportale und Mobile-Services in fünf Jahren als „viel höher“ einschätzen. Auch Banken sehen eine hauptsächlich qualitative Intensivierung des schon häufig genutzten Online-Bankings durch interaktive Beratungsangebote in den Neuen Medien. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Servicestrategien im Finanzdienstleistungsmarkt“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die im Februar und März 2014 insgesamt 140 Entscheider und Mitentscheider aus Unternehmen der Finanzdienstleistung zu den Markt- und Service-Strategien für das Privatkundengeschäft befragt wurden.

Service-Innovationen im digitalen Umfeld nehmen zu

Die Anforderungen der Kunden an das Service- und Produktangebot von Finanzdienstleistern verändern sich zunehmend, insbesondere weil Verbraucher immer häufiger in ihren Geschäftsbeziehungen professionell mit den Neuen Medien arbeiten. Besonders an den verschiedenen Kontaktpunkten erwarten sie deswegen seitens der Dienstleister einen innovativen Service. Zur Ermittlung von besonders herausragenden Service-Innovationen für Kunden und Vertriebspartner führt YouGov jährlich den Wettbewerb „Service-Innovationspreis“ durch, zu dem sich branchenübergreifend namhafte Unternehmen anmelden. „So waren in den letzten Jahren die eingereichten Service-Innovationen zunehmend digitale Lösungen zur Steigerung des Kundennutzens“, beschreibt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand bei YouGov, den Trend. „Im letzten Jahr waren mit einem Finanzassistenten von der Postbank und einem Remote-Service von Samsung gleich zwei der drei ersten Plätze eine digitale Service-Innovation“ so Dr. Gaedeke weiter.

Versicherer investieren in Mobile-Services

Wie wichtig Service-Innovationen besonders im Bereich mobiler Kommunikation sind, zeigt die aktuelle YouGov-Studie „Servicestrategien im Finanzdienstleistungsmarkt“ ebenfalls: Die Mehrheit der befragten Entscheider aus Versicherern schätzt die Bedeutung von Mobile-Apps in Zukunft deutlich höher ein. Hier geht es beispielsweise um mobile Lösungen zur Schadensmeldung und -regulierung oder um Apps mit GPS-Ortung bei Notfällen/Unfällen. Von sieben getesteten Apps glauben Versicherer am wenigsten an eine für die Risikoeinschätzung, beispielsweise für Hausratversicherungen. In Bezug auf innovative Serviceleistungen im Bankenbereich sprechen die Experten dem Mobile Banking bzw. Apps zum mobilen Bezahlen eine zukünftig größere Bedeutung zu. Apps für den Vergleich mit Peergroups werden aus den zehn

vorgelegten Konzepten dagegen keine Bedeutung zugeschrieben. „Die Studienergebnisse zeigen auch, wie wichtig Konzept- und Usability-Tests geworden sind. Ohne eine dialogorientierte Entwicklungsphase laufen aufwendige Service-Design-Investitionen schnell am Kundenbedarf vorbei“, weiß Dr. Gaedeke.

Insgesamt identifiziert die Studie auf 66 Seiten richtungsweisende Trends und Strategien zum Kundenservice der Zukunft. Dazu werden Kundenerwartungen und Technologieentwicklungen von Experten hinsichtlich der Relevanz für das eigene Geschäft beurteilt und Ableitungen von Strategien der Entscheider (Business Developer, Service-Designer, Vertriebs-, Marketing- und Marktforschungsleiter) erfasst. Der Abgleich der Expertenmeinung mit der Sichtweise im eigenen Haus soll den Lesern dieser Studie die Möglichkeit geben, ihre aktuelle Einschätzung der Marktentwicklung bei Themenfeldern wie Servicestrategien, Touchpoints, Dialog-Instrumente, Mobile-Apps, Trends in der Produktentwicklung, Marke und Kommunikation, Prozess- und CRM-Kompetenz, Service-Design und -Controlling zu überprüfen, zu aktualisieren oder gar zu korrigieren.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/servicestrategien-im-finanzdienstleistungsmarkt/>

Weitere Informationen zum Service-Innovationspreis und zur Anmeldung finden Sie unter: <http://research.yougov.de/services/service-innovationspreis-2014/>

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Ellen Werheid
- Consultant -
Telefon: 0221 / 420 61 - 413
E-Mail: ellen.werheid@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartnerbefragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten

wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

