

Grüezi Wiesendangen

Unternehmensanalyse und Marktforschung für die acrevis Bank Wiesendangen



pre nominated



Grüezi Wiesendangen

Die acrevis Bank AG ist eine Ostschweizer Regionalbank mit neun Standorten zwischen Bodensee und Zürichsee. Um ihr Marktgebiet im Raum Winterthur aktiver zu bearbeiten, hat die acrevis Bank AG im Juni 2013 die Sparkasse Wiesendangen übernommen. Das Projektteam erhielt den Auftrag, die neue Niederlassung eingehend zu analysieren.

acrevis Bank Wiesendangen

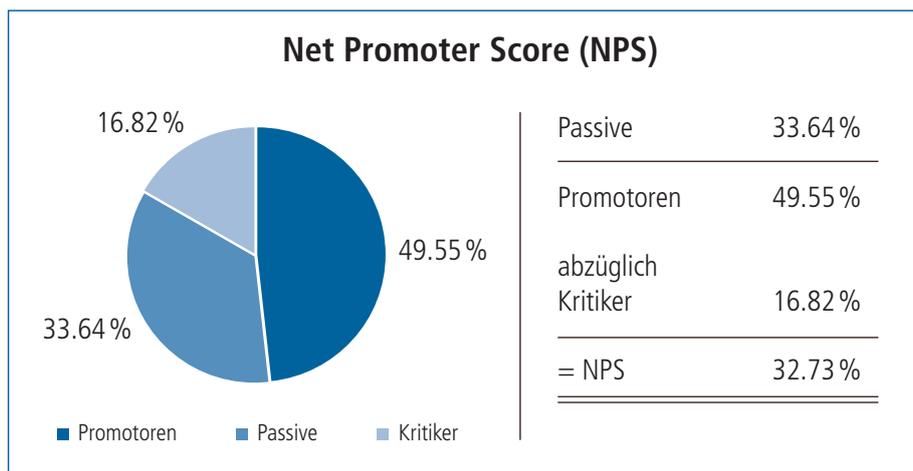
1903 unter dem Namen Sparkasse Wiesendangen als gemeindeeigenes Bankinstitut gegründet, war die Bank stets nebenamtlich verwaltet. Während des über 100 Jahre andauernden Bestehens wechselte die Bankleitung lediglich fünf Mal. 2013 verkaufte die Gemeinde Wiesendangen die Gemeindebank aufgrund steigender Geschäftsrisiken an die acrevis Bank AG. Die neun Mitarbeitenden der Niederlassung Wiesendangen betreuen ihre Kundschaft insbesondere im Bereich der Finanzierung von privaten Immobilien.

Methodik

Den Kern der Arbeit bildet eine Kundenzufriedenheitsanalyse bei der Niederlassung Wiesendangen. Der Rücklauf der schriftlichen Befragung betrug 35 %. Das Projektteam befragte die Kunden zu den Themen: Produkte, Service und Kommunikation sowie zu ihren weiteren Bankbeziehungen. Interviews mit drei Experten aus der Bankenbranche haben dazu beigetragen, eine fundierte Situations- und Ausblicksanalyse der acrevis Bank Wiesendangen vorzunehmen. Ebenfalls wichtig – und in die Unternehmensanalyse eingeflossen – sind die Ergebnisse einer Umfrage der Mitarbeitenden innerhalb der Niederlassung Wiesendangen.

Ergebnisse

Die Wahrscheinlichkeit, weiterempfohlen zu werden, ist bei der acrevis Bank Wiesendangen gemäss dem Net Promoter Score ausserordentlich hoch, nämlich 32.73 %. Besonders positiv bewertet die Kundschaft die Qualität der Kundenberatung sowie Lage und Öffnungszeiten ihrer Niederlassung. Die Konditionen werden hingegen als nicht zufriedenstellend beurteilt. Aufgrund von hohem Cross-Selling-Potenzial bei bestehenden Kunden und einer geringen Markenbekanntheit rät das Projektteam zu einer Marktdurchdringungsstrategie. Als Massnahme zur Steigerung der Markenbekanntheit empfehlen sich zudem die Durchführung einer lokalen Werbekampagne sowie weitere öffentlichkeitswirksame Massnahmen. Mit der Erhöhung der Markenbekanntheit entwickelt die acrevis Bank Wiesendangen die Basis, um die von ihrer Kundschaft geschätzte Qualität auch neuen Kundensegmenten nahe zu bringen.



PRAXISPROJEKT BB

Unternehmensanalyse und
Marktforschung 2014

Projektteam (v. l. n. r)

Fabio Brändle, St.Gallen
Denise Oertig, St.Gallen
Ramon Hilber, Waldkirch, Projektleiter
Fabian Ehmann, St.Gallen
Nina Schmid, St.Gallen
Nico Heiniger, St.Gallen

Kundschaft

acrevis Bank AG, St.Gallen
Hugo Loretini, Bereichsleiter Compliance/
Kreditoffice, stv. Vorsitzender der Geschäfts-
leitung
www.acrevis.ch



Die Marktforschung durch das Projektteam der FHS St.Gallen hat einen interessanten und aufschlussreichen Beitrag darüber geliefert, wie unsere neuste Niederlassung

Wiesendangen von unseren Kunden wahrgenommen wird. Wir werden die Hinweise aus dem Projekt bei unseren Aktivitäten im Raum Winterthur gerne berücksichtigen.

Coach

FHS St.Gallen
Rolando Zahner, lic. oec. HSG



Mit einer fundierten Analyse zeigt das Team auf, wo die Herausforderungen in der 2013 übernommenen Filiale zu finden sind. Die Erkenntnisse der Kunden- und Mitarbeiterumfrage haben geholfen, die strategischen Wachstumstreiber zu identifizieren.

Klare strategische Empfehlungen und interessante Massnahmen runden das Konzept ab.