

Abstract

Titel: Co-Browsing in der Betreuung von Bankkunden

Kurzzusammenfassung: Aufgrund der Digitalisierung und den damit einhergehenden veränderten Erwartungen der Kunden an deren Betreuung in der Beratung und im Support sind Banken gezwungen, ihren Kunden-Bank-Dialog zu erweitern. Eine Möglichkeit ist das Co-Browsing: Das Screen-Sharing-Tool ermöglicht eine Live-Interaktion auf Distanz zwischen Kunde und Berater. Im Bankensektor kommt das Co-Browsing nahezu ausschliesslich im Support zum Einsatz. In diesem Bereich werden mögliche Einsatzgebiete aufgezeigt. Als potenzielle Co-Browsing-Einsatzgebiete haben sich in der Beratung im Finanzieren die (Online-)Hypothesen ergeben, Teile der Anlageberatung sowie das Co-Browsing als Kundenakquirierungstool auf der Homepage. Das Ziel ist, gesamtunternehmerisch auf eine Omnichannel-Präsenz hinzuarbeiten.

Verfasser/-in: Ramona Mamuzic

Herausgeber/-in: **Prof. Dr. Peter Jaeschke**

Publikationsformat:

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

Veröffentlichung (Jahr): 2015

Sprache: Deutsch

Zitation: Mamuzic, R. (2015). *Co-Browsing in der Betreuung von Bankkunden*. FHS St.Gallen, Hochschule für angewandte Wissenschaften.

Schlagwörter (3-5 Tags): Co-Browsing, Internetberatung, Omnichannel, Live-Support

Ausgangslage

Der Megatrend Digitalisierung hat uns in allen Lebensbereichen erreicht: Angefangen mit dem morgendlichen Zeitunglesen über den Online-Zeitungskiosk, den Abruf der Bahn-Abfahrtszeiten mittels SBB-App, über das Surfen mit dem mobilen Internet auf dem Tablet bis zum abendlichen Skypen mit Freunden. Nun schreitet die Digitalisierung auch in den Finanzsektor über. Das Ziel ist, alle Bankdienstleistungen digitalisiert anbieten zu können: Dazu gehört die Beratung, der Zahlungsverkehr sowie der Vertrieb.

Eine Schweizer Regionalbank möchte im Zuge ihrer Digitalisierungsstrategie die Kunden-Bank-Interaktion so optimieren, dass die durch Digitalisierung neu entstandenen Kunden-erwartungen und -bedürfnisse befriedigt werden können.

Ziel

Es sollen konkrete Einsatzmöglichkeiten des Co-Browsings im E-Banking-Support sowie der Privatkundenberatung bei einer Schweizer Bank eruiert werden – unter Beachtung der digitalisierungsrelevanten Veränderungen im Bankensektor. In beiden Bereichen (Support und Beratung) werden der Nutzen für die Bank und den Kunden aufgezeigt. Schliesslich soll anhand von Praxisbeispielen aufgezeigt werden, wie sich die Digitalisierung auf die Bankfilialen auswirkt und wie künftige Geschäftsmodelle für stationäre und digitale Filialen aussehen könnten.

Vorgehen

Kernauftrag der Bachelor Thesis (BATH) war die Ermittlung von Einsatzgebieten des Co-Browsings im E-Banking-Support sowie der Kundenberatung. Zur Ermittlung der wichtigsten digitalisierungsrelevanten Änderungen im Finanzsektor wurde eine Umweltanalyse durchgeführt und die wichtigsten Einflüsse grafisch zusammengefasst. Um erste Erkenntnisse zu Einsatzgebieten und Informationen zum Co-Browsing erhalten zu können, wurde eine Sekundärrecherche auf der Online-Plattform des Anbieters sowie ein Interview mit dem zuständigen Projektleiter geführt. Anhand von zwei Praxisbeispielen mit Einsatz des Co-Browsings, einerseits im Bankensektor und andererseits in der Telekommunikationsbranche, wurden Erfolgsfaktoren und mögliche Schwierigkeiten recherchiert.

Um massgeschneiderte und individuelle Einsatzmöglichkeiten im Support und im Besonderen in der Privatkundenberatung eruiieren zu können, stützt sich die BATH vorwiegend auf die Ergebnisse der Primärforschung. Dazu wurden Expertenbefragungen mit Mitarbeitenden der betroffenen Abteilungen, Kundeninterviews sowie Interviews mit zwei externen Fachexperten durchgeführt, welche die nötigen Inputs zur theoretischen Bearbeitung der Thematik lieferten. Zur Unterstützung wurden Sekundärrecherchen in Form von Online-Journalen, (Bank-)Magazinen, Fachliteratur und Studien hinzugezogen.

Erkenntnisse

Die Umweltanalyse im Finanzsektor ergab die folgenden zentralen Einflüsse:

- Verschärfte Regulierungen: Der künftige automatische Informationsaustausch (AIA) sowie das Finanzdienstleistungsgesetz (Fidleg) zwingen Banken dazu, mehr Kundendaten und Risikoprofile aufgrund der Dokumentierbarkeit zu erheben.
- Konkurrenz durch FinTechs: Branchenfremde Finanztechnologieunternehmen, Apple, Google und Facebook entwickeln innovative Zahlungsmethoden und nagen damit an der Wertschöpfungskette von Banken.
- Änderung im Kommunikations- und Informationsverhalten der Kunden: Aufgrund des ROPO-Effekts (Research Online Purchase Offline) recherchieren Kunden vor dem Kauf online und sind damit meist besser informiert als der Berater. Dies stellt erhöhte Anforderungen an die Beratung.
- Big Data: Steigende Bedeutung der Datenanalyse zur Eruierung von individuellen Kundenbedürfnissen und Ausarbeitung von massgeschneiderten Bankdienstleistungen.
- Generationenwechsel: Digital Natives sind die Bankkunden von morgen. Sie sind online- und technikaffin, wünschen sich Transparenz, eine einfachere Interaktion sowie Erreichbarkeit rund um die Uhr.

Aus den Befragungen der Bankmitarbeitenden ergaben sich sechs konkrete Szenarien für den Einsatz des Co-Browsers im E-Banking-Support:

- Zahlungsverkehr (Erfassung, Änderung und Bestätigung einer Zahlung)
- Börsenhandel (Erfassung Kauf/Verkauf, Annullation)
- Filterfunktionen im Kontoauszug
- E-Rechnungen
- E-Banking-Einstellungen
- Personal Finance Manager (PFM)

Die Sekundärrecherche derzeitiger Trends im Kundendialog zeigt eine Verlagerung der Bankberatung in das Internet. So sind Online-Beratungen über Video oder Live-Chats bei deutschen Banken schon Gang und Gäbe, während die Schweizer Banken noch weitgehend zurückhaltend sind. Die Befragung der Schweizer Bankkunden ergab eine grundsätzlich noch konservative Einstellung gegenüber der Co-Browsing- bzw. Online-Beratung. Das heisst, dass der persönliche Kontakt in Form eines Beratungsgesprächs in wichtigen Themen wie der Anlageberatung unabdingbar bleibt. Präsenzberatungen können durch das Co-Browsing oder Online-Beratungen nicht ersetzt werden. Dennoch sind einige Kunden bereit, Bankprodukte wie Hypotheken über den Online-Vertrieb, beispielsweise im E-Banking, zu beziehen. Hier sehen sie auch die Einsatzmöglichkeiten des Co-Browsers.

Die Primärforschung hat in der Beratung die folgenden Einsatzgebiete ergeben:

- Online-Hypotheken (Neuabschluss und Verlängerung)
- Anlageberatung (Kurzbesprechungen betreffend Depotperformance im E-Banking)
- Kundenakquirierungstool auf der Homepage (proaktives Angebot für Co-Browsing-Beratung)

Um die Bedürfnisse aller Kunden befriedigen zu können, empfiehlt sich für Banken längerfristig die hybride Beratung. Das bedeutet, dass die Präsenz- mit den Co-Browsing-Beratungen verknüpft werden – das Co-Browsing jedoch immer nur als Option. Die Verbindung dieser Beratungselemente ermöglicht, je nach Kundeneinstellung, eine massgeschneiderte Beratung nach den jeweiligen Präferenzen. Mit dem Co-Browsing nutzt die Bank die Chance zur Leistungserweiterung und Differenzierung gegenüber anderen Wettbewerbern.

Gesamtunternehmerisch betrachtet ist das Ziel die Entwicklung zu einer Omnikanalbank, die ihren Kunden die Information, Beratung, den Vertrieb sowie den Abschluss über die von ihnen jeweils gewünschten Kanäle ermöglicht.

Wichtigste Literaturquellen

Um massgeschneiderte Einsatzmöglichkeiten im Support und der Beratung erarbeiten zu können, stützt sich die BATH vorwiegend auf Ergebnisse der Primärforschung, d.h. Expertenbefragungen von Bankmitarbeitenden, Kunden und Fachexperten.

Weitere wichtige Quellen bildete die folgende Literatur:

- Artikel und Beiträge in *Bankfachklasse*, *Die Bank* und *Bankmagazin*
- Baur, I. & Reichmayr, C. (2015). *Marktplätze im Umbruch. Digitale Strategien für Services im Mobilen Internet*. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Rennhak, C. (2010). *Studie: Kundenservice der Zukunft. Mit Social Media und Self Services zur neuen Autonomie des Kunden* [Elektronische Version]. Bonn: De-tecon International GmbH.
- Keck, M. & Mertes, S. (2015). Einfluss der Digitalisierung auf die Bankfiliale – neue Technologien für mehr Kundennähe. In M. Seidel & A. Liebetrau (Hrsg.). *Banking & Innovation 2015: Ideen und Erfolgskonzepte von Experten für die Praxis*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.