

Herzlich willkommen

Zukunftsweisende Service-Einheiten:

Die Evolution in VR-Banken

Petra Cramer 02.02.2024



Westerwald Bank eG
Volks- und Raiffeisenbank



Kurzporträt der Bank



Westerwald Bank eG
Volks- und Raiffeisenbank

Die Westerwald Bank in Zahlen



Flächenbank
Ca. 70 x 80 km



3.873 Mio. € Bilanzsumme



Ca. 145.000 Kunden
davon ca. 87.000 Mitglieder



495 Mitarbeitende
davon 42 Azubis
/Duale Studenten

Die Westerwald Bank in Zahlen



18 Filialen



54 Geldautomaten



21 SB-Stellen



15 Kooperationspartner
Bargeldausgabe

Die Rolle des Service aus Sicht der Westerwald Bank



Westerwald Bank eG
Volks- und Raiffeisenbank

Welche Services suchen unsere Kunden ?

Zahlungsverkehr

Auskünfte

Ansprechpartner

Kartenservice

Kontoservice

Bargeldversorgung

Verbundprodukte

Produktservice

Termine

Bescheinigungen und Formulare

Support Online-Banking

Erwartungen der Kunden...

- freie Wahl, wie, wann und von wem das Anliegen erledigt wird
- jeder Kontaktpunkt bietet den gleichen hohen Standard und gleiche Abläufe
- ein Kontakt -> eine Lösung, schnell und unkompliziert
- digitale Erledigung 24/7 ohne technische Hürden im Self-Service
- Sicherheit und Vertraulichkeit als völliges Selbstverständnis

.....treffen auf Herausforderungen der Bank:

- Fachkräftemangel
 - Omnikanalberater sowie Omnikanalservicemitarbeiter (insbes. Digital-persönlich)
- digitale Services / Online Banking sind erklärungsbedürftig und erfordern Kompetenz und Disziplin
- nicht alle Kundenwünsche können digital erledigt werden
- Heterogenität ist unbefriedigend (Stationärer Service, Medialer Service)
- Phishingmethoden verunsichern Kunden
- Kostendruck (IT, Personal, Regulatorik, ...)

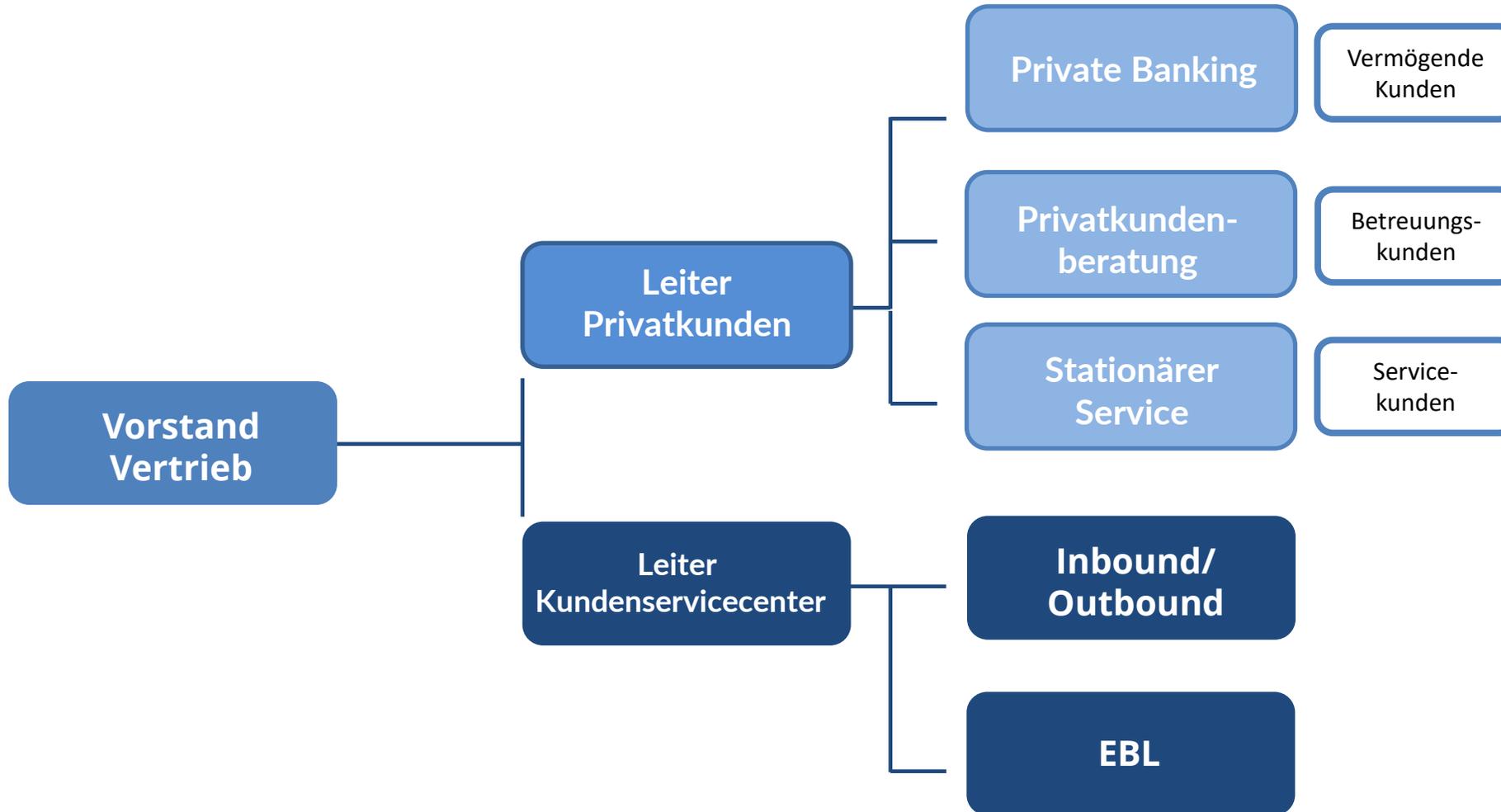
Welche zeitliche Erwartung haben unsere Kunden bei der Erledigung von Serviceanliegen ?



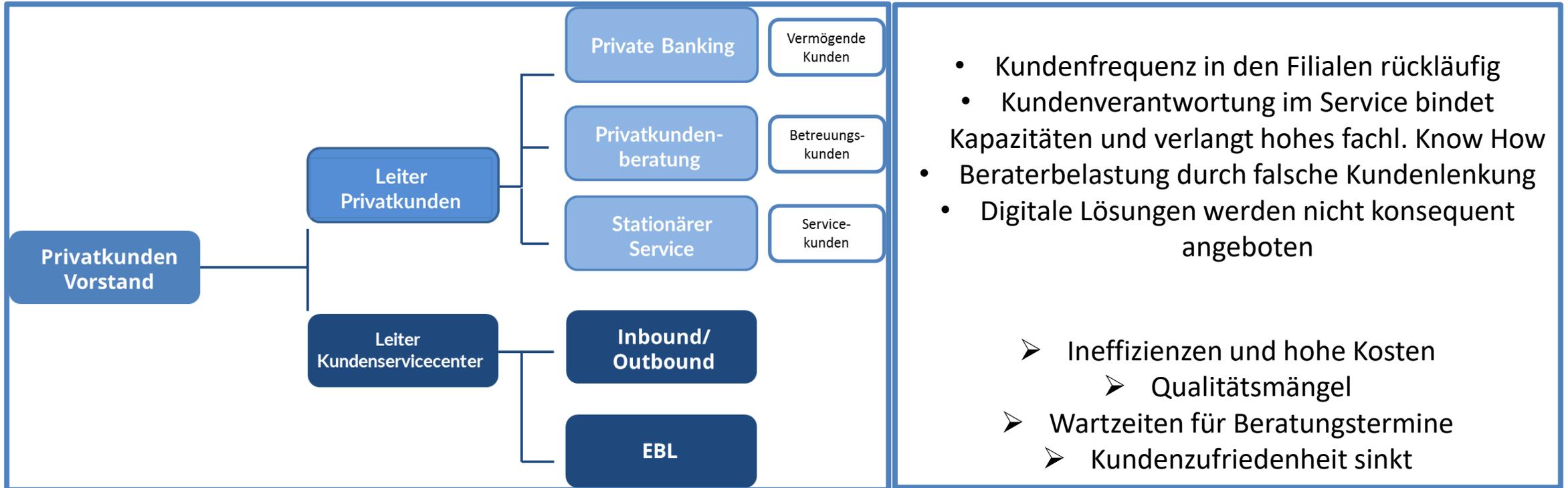
Quelle: BVR
Kundenbefragung
10/2023

Die frühere Organisationsstruktur

Westerwald Bank eG



Herausforderungen dieser Struktur



- **Konsequenter Umbau der Privatkundenbank, des Vertriebsmanagements und des Medialen Vertriebs zur Omnikanalbank**
- **Durchführung eines Kostenprojekts mit großen Veränderungen für den Stationären Service**

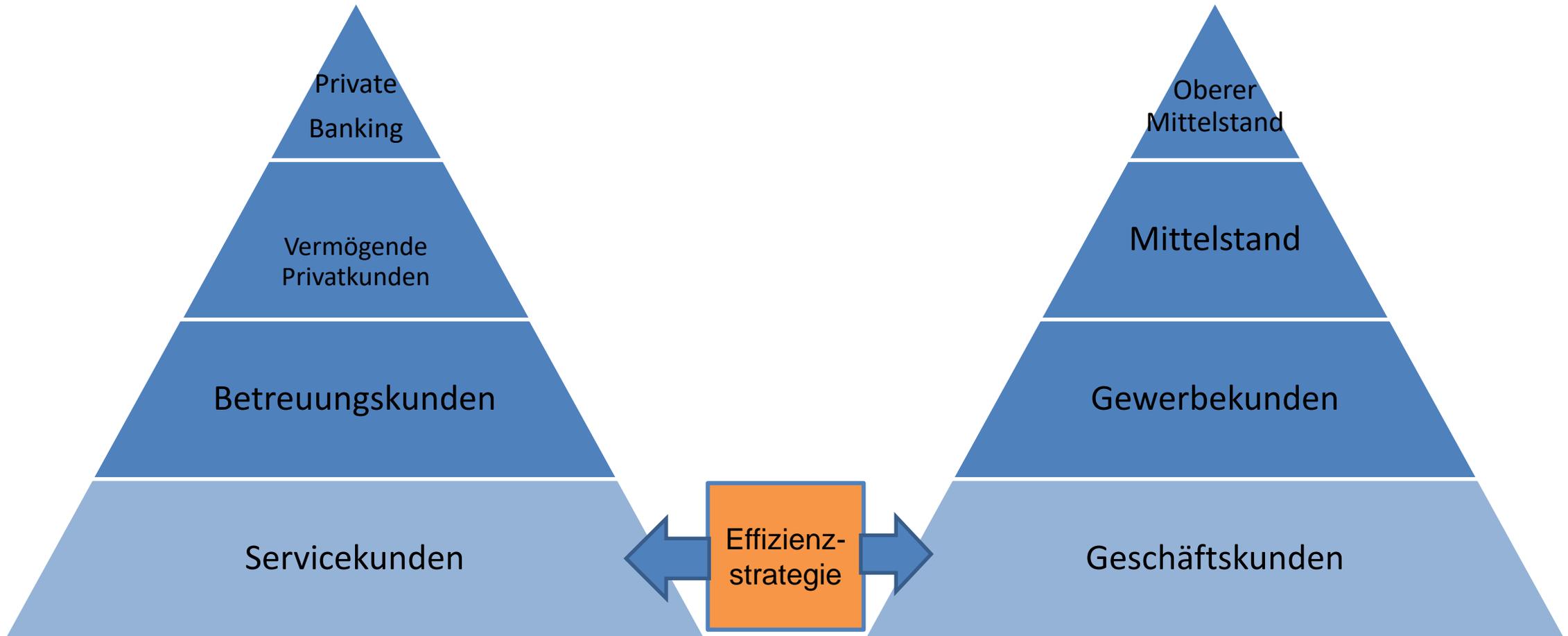
Umsetzung der Effizienzstrategie Servicekunden



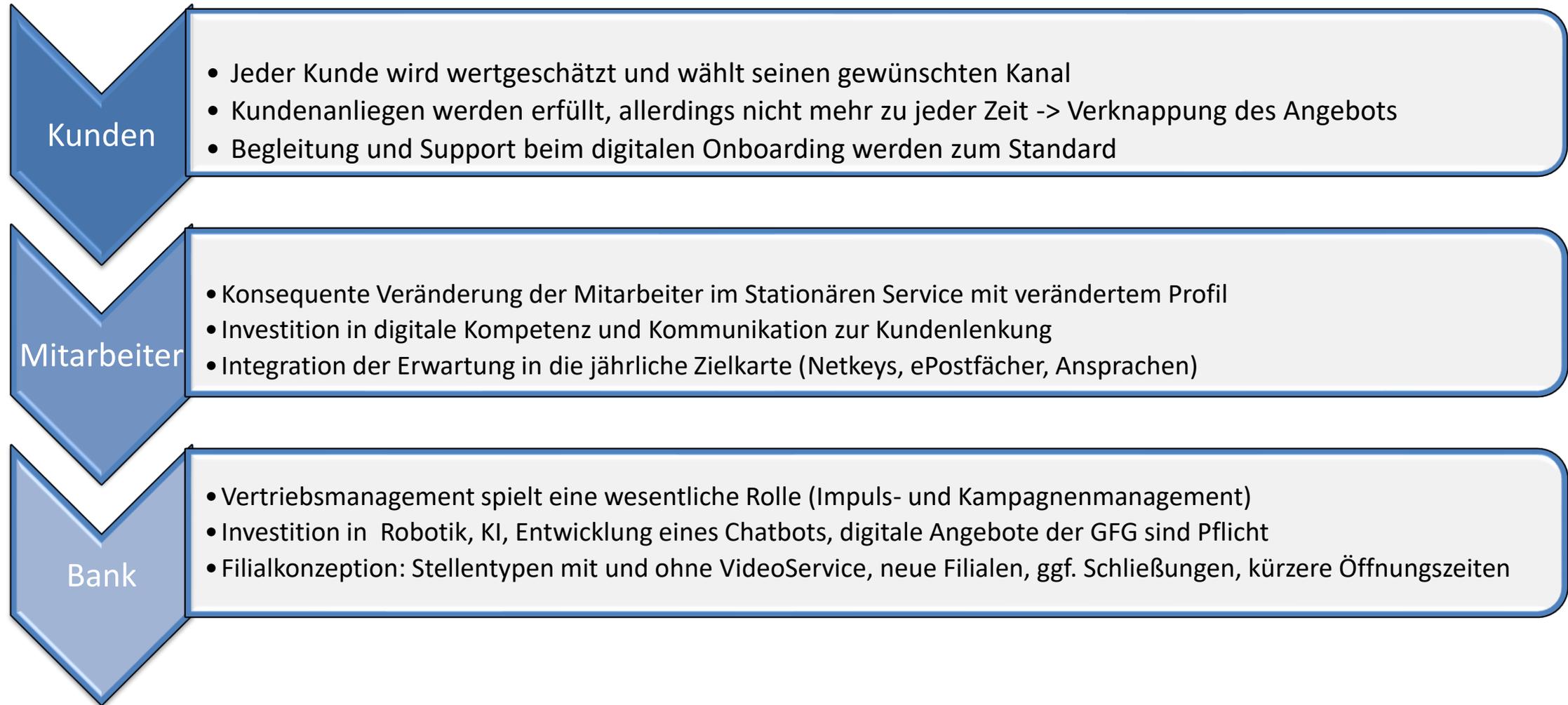
EFFICIENCY
LEVEL



Strategische Ausrichtung im Vertrieb Privatkunden- und Firmenkunden

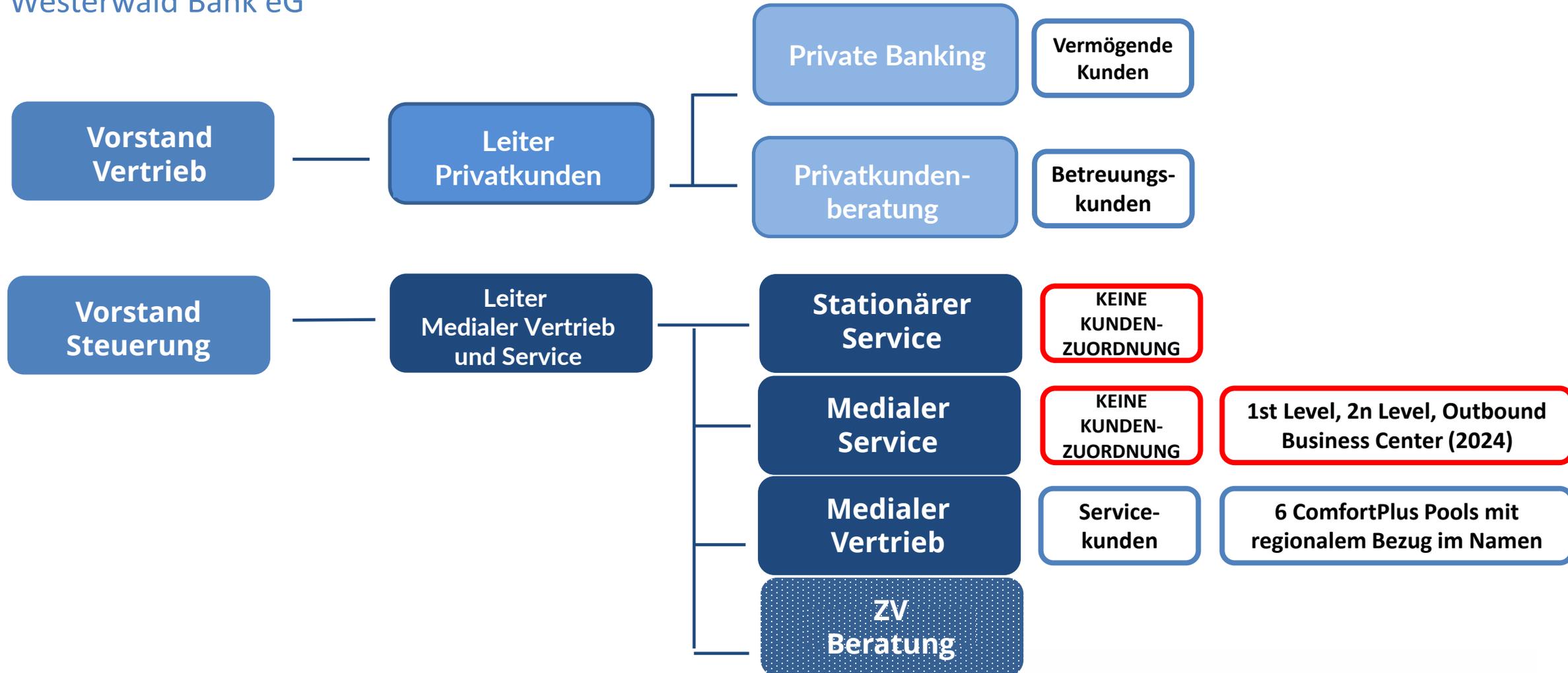


Rahmen und Zielsetzungen für den Change

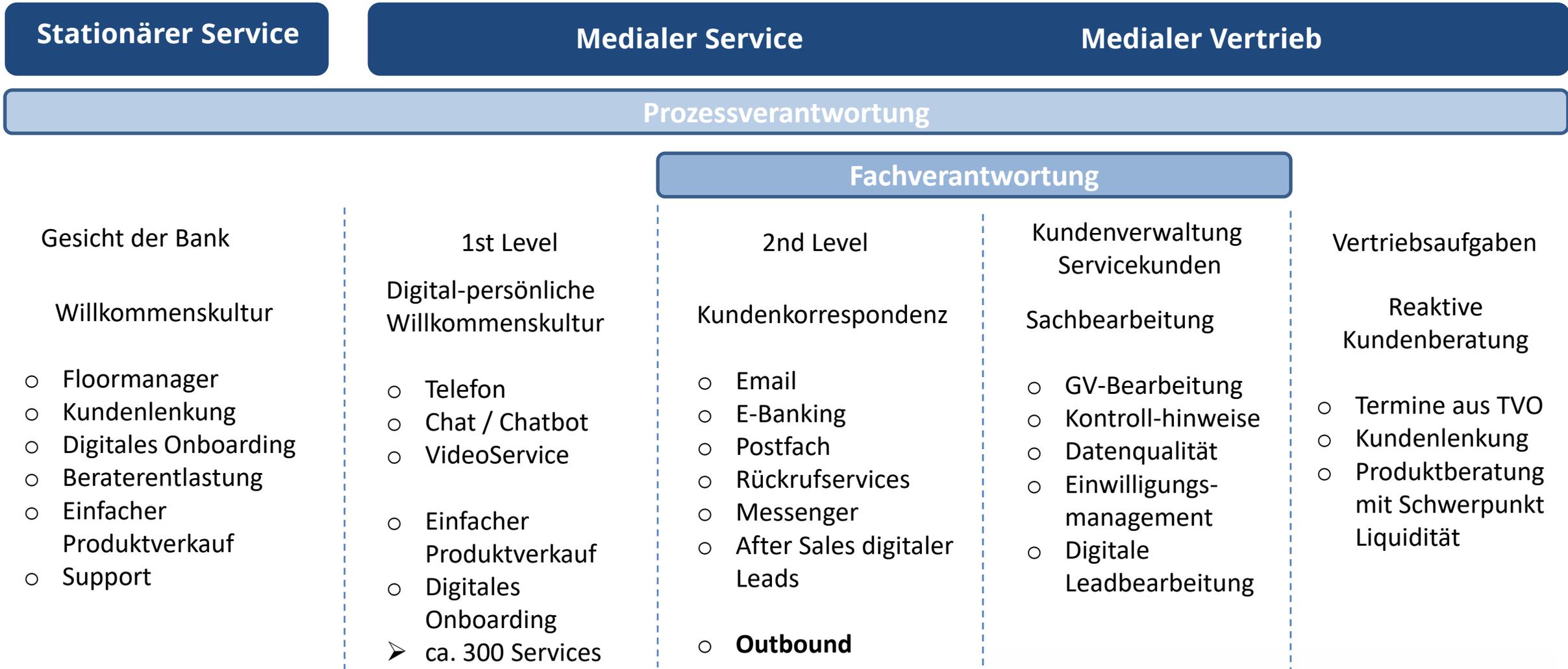


Organisationsstruktur nach heutiger Ausrichtung

Westerwald Bank eG



OE Service im Überblick



Kundenlenkung nach dem Omnikanal-Modell



Das nächste Level:

Digitalisieren

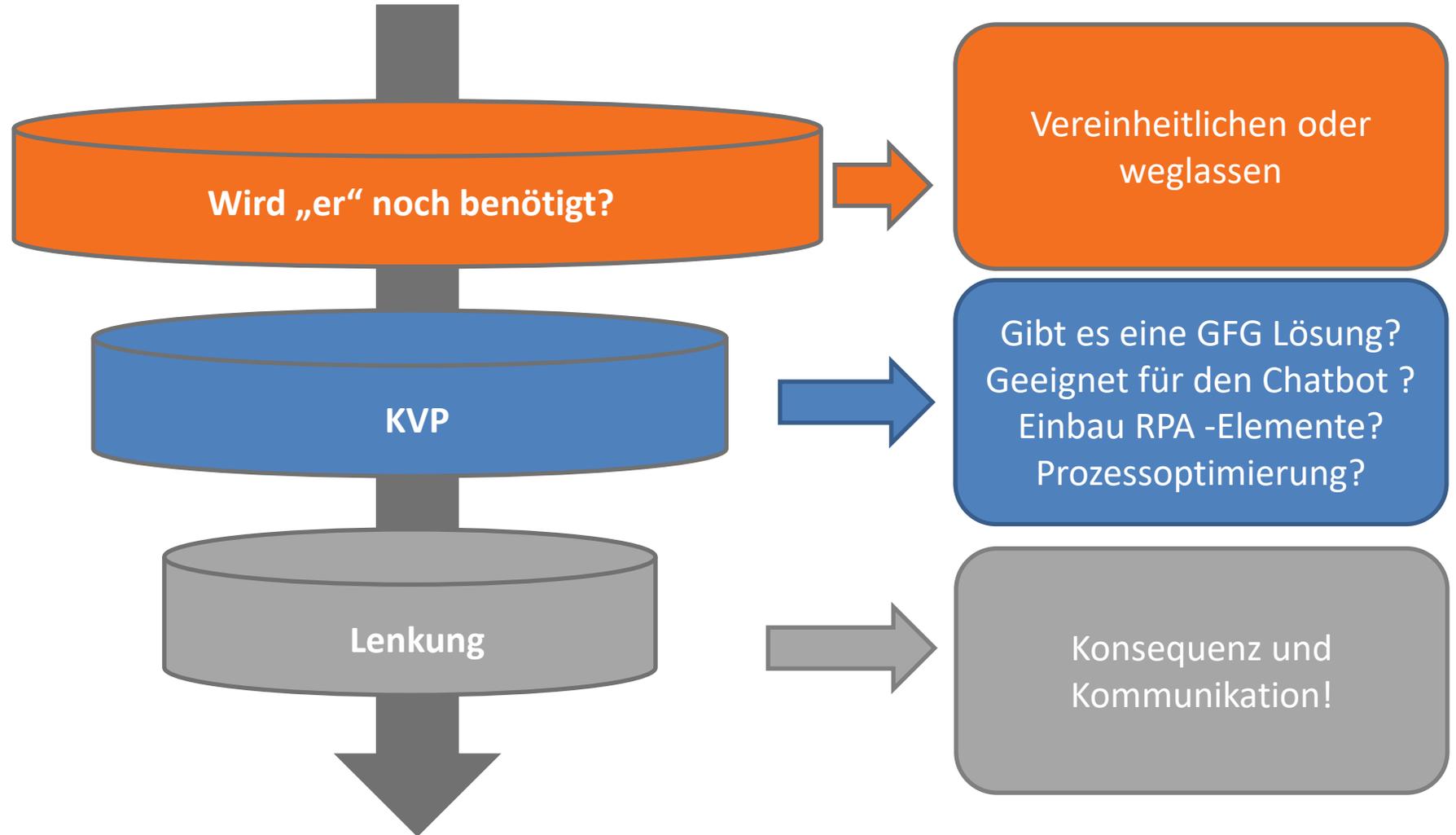
Automatisieren

Optimieren



Westerwald Bank eG
Volks- und Raiffeisenbank

Jeder Aufgabe, jeder Service kommt auf den Prüfstand

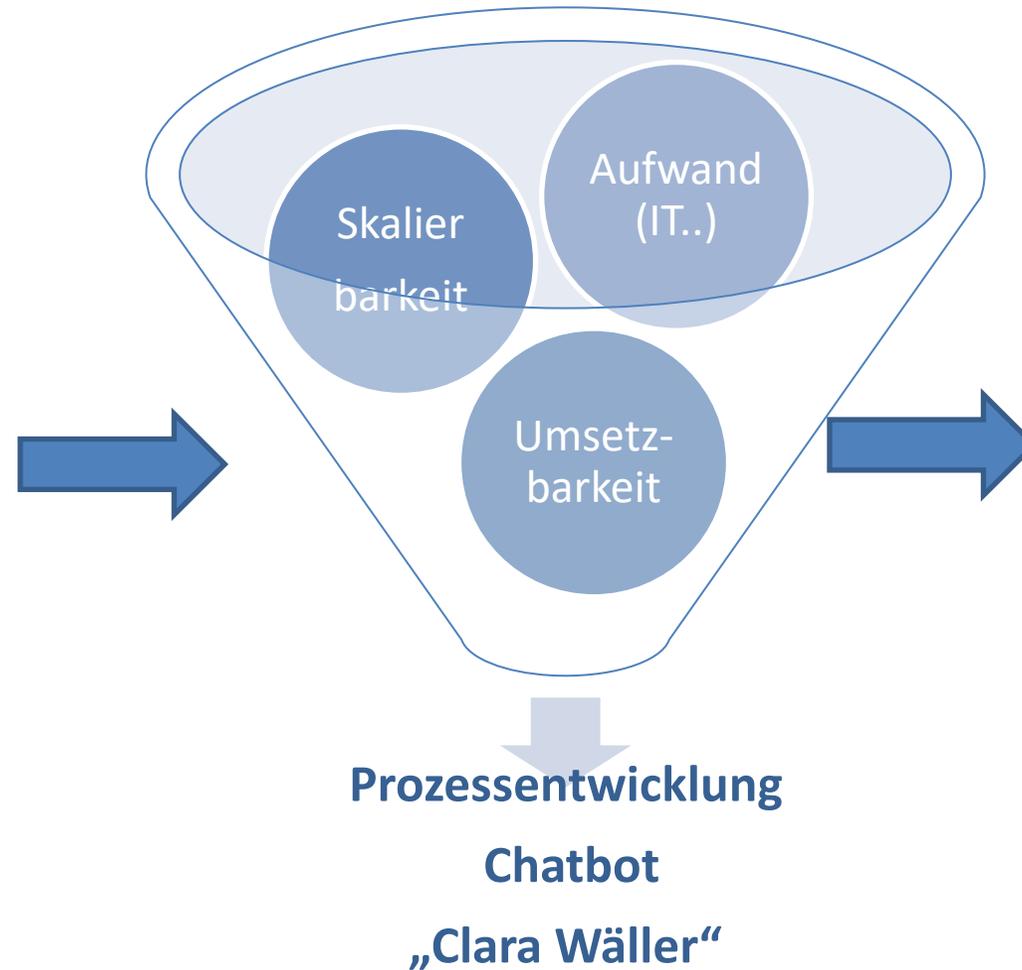


Wie können wir Serviceanliegen digitalisieren?

Ein Serviceprozess, ...

- der häufig nachgefragt wird
- für den der Kunde eine rasche und unkomplizierte Erledigung erwartet
- der Mitarbeiter bindet
- der standardisiert abläuft
- der wenig wirtschaftlich ist

....wird zur Automatisierung vorgeschlagen



Automatisierte Kundeninteraktion

- Verfügbarkeit 365 // 24/7
- Erfüllt Kundenerwartung
- Verkürzt die Prozesszeit auf Kundenseite
- Intuitive Bedienung schafft Akzeptanz
- Entlastet Mitarbeiter im Service
- Steigert Image der Bank

Einführung des Chatbot im Mai 2021

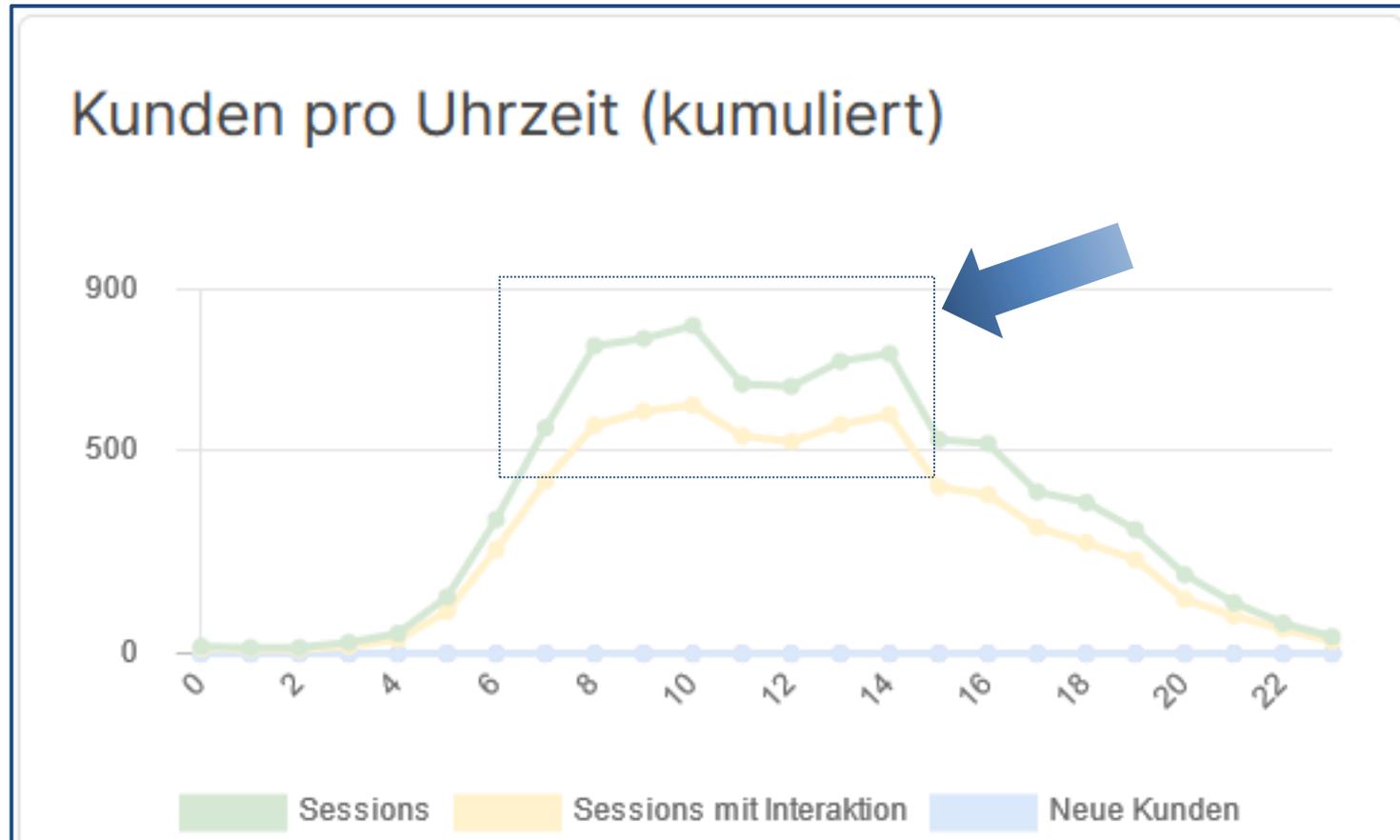
Mittlerweile bietet „Clara Wäller“ zu 38 Themen rd. 120 Experiences an



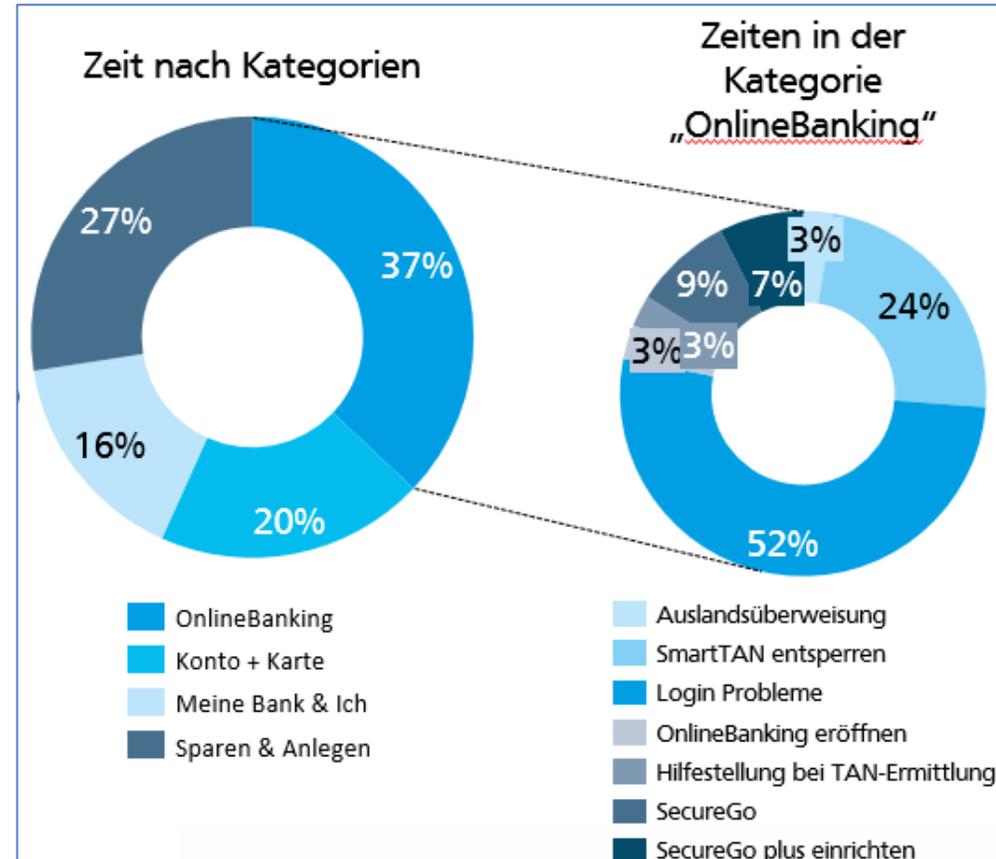
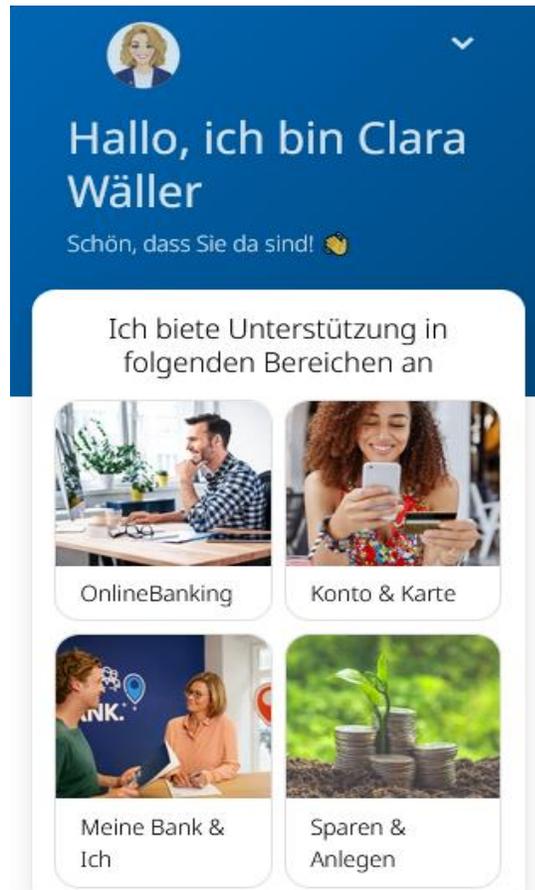
Zahlen der letzten 12 Monate

- rd. 30.000 User
- 3,4 Min durchschnittliche Nutzung
- 6.800 Sessions mit Texteingaben
- 52 Live Chats mit unseren Mitarbeitern
- 260 Rückruftermine gebucht
- Nutzung 29 % Mobil, Desktop 71 %
- 90 % Auswahl „Duzen“
- NPS konstant zwischen 8 – 9 (Scala 1-10)

Die Nutzungszeiten von Clara Waller stehen im direkten Zusammenhang mit der Erreichbarkeit und Warteschlange des KundenServiceCenters



Lieblingsthemen der Clara – User: Online Banking





Neue fallabschließende Experiences:

SmartTan entsperren

VRNetkey Zugangsdaten zusenden

VRNetkey PIN zusenden

In Vorbereitung:

Nutzung ChatGPT (Wissensmanagement)

Vorbereitungen für Beratungsgespräche (Baufi, Riester)

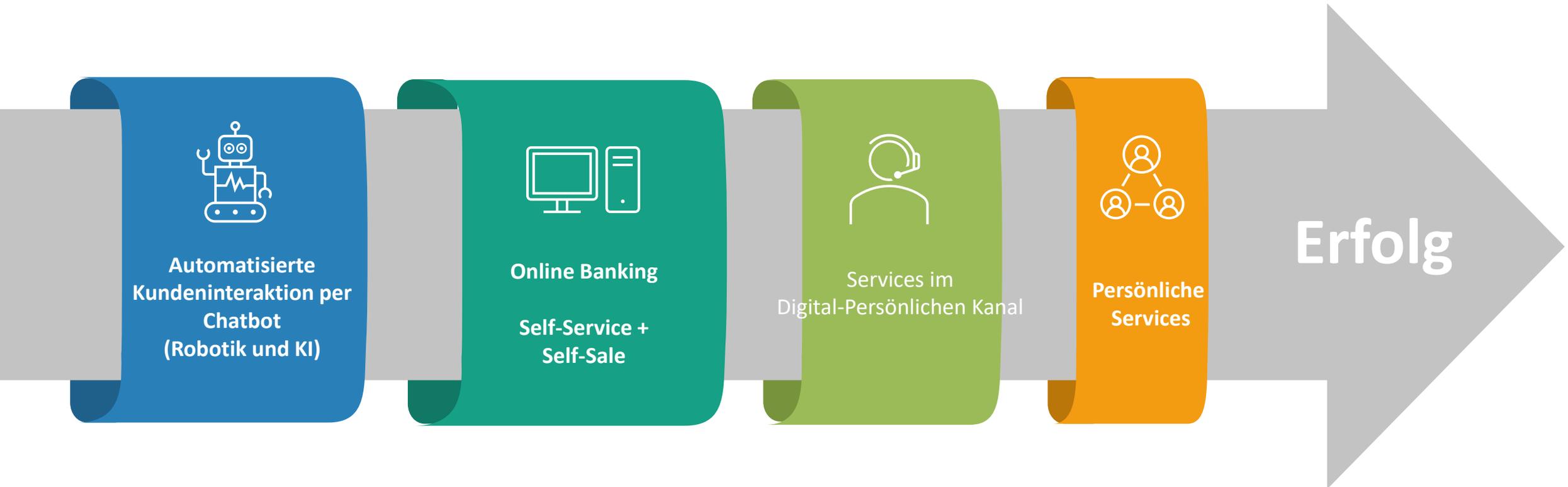
Recruiting und Bewerbungsprozess (Azubi-Projekt)

Gewinnspiele

Fazit:

Der Change gelingt Schritt für Schritt.

Es braucht ein klares Ziel, konsequentes Handeln und hin und wieder mutige Entscheidungen



Petra Cramer

Bereichsleiterin Medialer Vertrieb und Service



Adresse

Neumarkt 1-5
57627 Hachenburg



Phone

02662 961-318



E-mail

Petra.cramer@westerwaldbank.de



Website

www.westerwaldbank.de

