

Service der Zukunft

Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Volksbank Ruhr Mitte

- im Herzen des Ruhrgebiets: Gelsenkirchen, Gladbeck und Herten
- 2,6 Mio Bilanzsumme
- 370 Mitarbeitende, 25 Auszubildende
- 10 Filialen, seit 2017 Trennung von Kundenberatung und Service
- 2 Filialen mit Videoservice
- KDC mit Inbound, Outbound und Beratungseinheit



Ziel des Projektes

Entwicklung eines Zielbildes für den Kundenservice in der Volksbank Ruhr Mitte unter Berücksichtigung

- der „Effizienzstrategie Servicekunden“ des BVR aus April 2022
- des BVR-Leitfadens „Organisationseinheit Service“ aus April 2023
- der Erfahrungen aus dem internen Projekt „Filialgeschäft 2025“ und
- des internen Projekts „Kostenoptimierung“ der VB Ruhr Mitte

 Neben der Effizienz muss auch das Kundenerlebnis im Vordergrund stehen

„Service der Zukunft“ – was heißt das für uns?



Mit dem Projekt wollen wir dem Service die Wertschätzung und Aufmerksamkeit schenken, die er verdient – denn er bildet die Basis für alles Vertriebliche



Wir wollen den Service stärken, um ihn zukunftsfähig zu machen und ihn im Einklang zu unserer Strategie entwickeln.



Welchen Weg der Kunde auch wählt: das Kundenerlebnis soll gleich sein – ob persönlich, telefonisch oder im OnlineBanking.



Service ist abwechslungsreich, entwickelt sich durch die Digitalisierung ständig weiter und ist nah am Kunden – diese Attraktivität muss in den Vordergrund.



Wir sind eine Bank – im Service ist es egal, wo der Kunde verschlüsselt ist. Er steht im Fokus!

Zielbild „Kundenservice“ in der VB Ruhr Mitte

Wo wird Service erbracht?

KDC-Inbound

- Sicherstellung einer Erreichbarkeit per Telefon, E-Mail, Chat und Videoservice zwischen 8 und 18 Uhr ohne lange Wartezeiten
- möglichst fallabschließende Erledigung aller Kundenanliegen (Ziel: 90%)
- Lenkung der Kunden in Self-Services & digitales Banking
- Add-on-Ansprachen zur Erschließung von Ertragspotenzialen
- telefonische Weiterleitung an Berater / Spezialisten

KDC-Backoffice

- Bearbeitung von komplexen, zeitintensiven Service-anliegen
- Typische Sachbearbeitung für Vereine, Parteien, Wohnungsgemeinschaften
- Betreuung der zentralen Mail-Adressen und sonstiger Schriftverkehr

Persönlicher Service in den FinanzCentern

- Sinnvoller Einbezug des Videoservice
- Erarbeitung Serviceleitlinien: Was ist z.B. nur im persönlichen Service möglich? Wie verbessern wir das Kunden-erlebnis?
- Lenkung der Kunden in Self-Services & digitales Banking alternativ: VR-Videoservice
- Add-on-Ansprachen und Signalerkennung zur Erschließung von Ertragspotenzialen
- Weiterleitung an Berater im FinanzCenter

KDC-Beratung

- Reaktive Betreuung des Servicekunden-Pools
- schnelle, fallabschließende Lösung der Kundenanliegen
- Teilbedarfsberatung
- Erkennung von Potenzial-kunden für FinanzCenter
- KompetenzCenter P-Kunden
- Perspektivisch:
 - Übernahme der potenziallosen Geschäftskunden
 - Übernahme aller Servicekunden

Teilthemen

Rechtliches und Ausstattung	Innovationen	Strategie u. Leitbild	Personal und Ausbildung	Kommunikation u. Umsetzung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Legitimationsverfahren vereinheitlichen ▪ Schnittstellen prüfen und definieren, Serviceleistungen innerhalb FC vereinheitlichen ▪ Agree21-Menübaum angleichen und vereinfachen ▪ Hardwarestandard definieren ▪ Online-Wiki für alle Servicekanäle ▪ Einbindung BR zur Etablierung einer zentralen Einheit, ggf. BV prüfen 	<div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Videoservice</div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Neuerungen OKP ▪ ChatBots, VideoBots – Einsatz prüfen ▪ VirtualSprachAgent der Atruvia ▪ Erstellung BusinessCase ▪ Etablierung in weiteren Niederlassungen ▪ Ausbau durch weitere Vorgänge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition der Strategie „Service der VBRM“ ▪ Leitbild erarbeiten ▪ Kommunikation durch Vorstand: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Was möchten wir erreichen? ▪ Wo sind die Mehrwerte für den Kunden? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellenprofil ▪ AKE-Berechnung <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; margin: 5px 0;">Mitarbeiterausbildung</div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachliche Schulungen ▪ PE-Maßnahmen nach geführten Gesprächen ▪ Hospitationen ▪ Rotationen ▪ Kommunikationsschulungen ▪ Signale / Cross-Selling-Ansätze erkennen 	<div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">Kommunikationskonzept intern</div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikationskonzept erarbeiten ▪ MA-Veranstaltung für Service ▪ FK-Präsentation <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">Kommunikationskonzept extern</div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internetauftritt ▪ Flyer u. sonstige Materialien
Enge Verzahnung zu VM, Orga, Personalbetreuung und Betriebsrat				

Projektlauf und Ergebnisse

Erste Ergebnisse 2024

- Einheitliche Vorgänge
- Anpassung Hardwarestandard
- Seiteneinsteigerprogramm „blau-orangener Anstrich“



10.07.2024

Kick-Off



Ergebnisse 2025

- Formulierung Serviceleitbild
- Interviews aller Servicemitarbeiter
- Standardisierter OnBoarding-Prozess
- Einführung einer neuen BIM
- Entscheidung gegen zentrale Einheit



2026 - Ausblick

- Präsentation Leitbild
- Ausbau Videoservice
- Serviceorientierte Aufbereitung von Inhalten in Teams
- Förderung Austausch von KDC & Service
- GenoGPT
- Filialhandbuch



Abschluss

- ✓ Kulturelle Verankerung
- ✓ Umsetzung aller Maßnahmen