

Zum Autor:

Markus Dauber ist Vorstand der Volksbank Offenburg.

E-Mail: markus.dauber@volksbank-offenburg.de

Die Bank in der Tasche

Die Volksbank Offenburg optimiert ihren mobilen Vertrieb per BlackBerry

Markus Dauber

Inseln sind schön, aber unpraktisch. Sie können auf Dauer viel Geld kosten - auch in der Vertriebsarbeit. Wenn Kommunikationswege nicht einheitlich definiert sind, es bei der Weitergabe von Dokumenten zu Brüchen kommt oder aktuelle Infos nicht zeitnah geliefert werden können, wünscht man sich oft eine einheitliche, durchgehende Infrastruktur.

Die Volksbank Offenburg hat beschlossen, die Integration und Steuerung aller Vertriebseinheiten voranzutreiben. Gesucht: eine Lösung, die sich als Basis für alle eignet. Mitarbeiter sollen an das Lotus Notes-System der Volksbank angebunden werden - um E-Mail- und Kalenderfunktionen für die Basiskommunikation zu nutzen. Zugleich sollen Daten aus einem CRM-System wie Kundenadressen oder Preisinformationen schnell und möglichst automatisch weitergegeben werden.

Bei der Wahl des geeigneten technischen Hilfsmittels war Mobilität ein entscheidendes Kriterium. Vertriebsmitarbeiter sollten weder durch stationäre PC-Arbeitsplätze noch durch die Mitnahme von Laptops eingeschränkt werden. Die Entscheidung fiel auf die BlackBerry Smartphones des kanadischen Herstellers Research In Motion (RIM). Es sind vollwertige Mobiltelefone, die in jedem GSM/GPRS-Mobilnetz weltweit betrieben werden können. Zudem sind es Kleincomputer mit integrierter Tastatur und genügend Leistungsvermögen für zusätzliche Businessapplikationen.

Durch die so genannte „Push-Technologie“ werden neue E-Mails und Einträge in Kalender und Adressbuch automatisch zwischen Lotus Notes und den Smartphones abgeglichen. Der Datenaustausch wird zudem sicher verschlüsselt. Im Juni 2007

wurden die ersten BlackBerry Smartphones ausgegeben. Kurz darauf wurde eine Anbindung an das Mailsystem erreicht. Herzstück der Datenbankorganisation ist der **BlackBerry Enterprise-Server** – hier werden die Anwendungen aus Lotus Notes (E-Mails, Kalenderfunktionen, Adressbuch) sowie die Anwendung „**Flowgate**“ mit den Datenbanken aus dem CRM-System der Bank zusammengeführt.

Jeder Außendienstmitarbeiter verfügt nun über eine Volksbank Offenburg E-Mailadresse Volksbank Offenburg und ist im Adressbuch für jeden Bankmitarbeiter sichtbar verzeichnet. Um Terminvereinbarungen zu vereinfachen, wurden die Zugriffsrechte modifiziert. Termine können über eine Einladung zur Besprechung angeboten, abgelehnt, geändert und neu vorgelegt werden. Damit wurden die technischen Voraussetzungen geschaffen, um die optimalen Vertriebskapazitäten von Bank und Verbund zu gewährleisten.

Seit Oktober 2007 besteht die Möglichkeit, über die Smartphones auf ein CRM-System und das Notes-Preisverzeichnis zuzugreifen. Neue Kontakte aus der CRM-Datenbank werden regelmäßig übermittelt. Die Rückschreibung auf die Datenbank erfolgt wiederum über den BlackBerry. Marktmitarbeiter können nun Impulse im CRM-System direkt an den mobilen Vertrieb weiterleiten.

Auch bei zentralen Vertriebsaktionen können Kontaktdaten direkt zur Bearbeitung eingestellt werden. Ergebnisse der Weiterleitungen und weitere Infos werden sofort sichtbar. Der Impulsgeber erhält bei Erledigung des Kontakts automatisch eine Feedbackmail. Der Erfolg wird in der Kundenakte (Kontakthistorie) im CRM hinterlegt. Daten sind nun überall und jederzeit verfügbar.

Für die gekürzte Form des Preisverzeichnisses (Infocenter) wurden die bestehenden Seiten zur Darstellung auf dem BlackBerry in ein passendes Format gebracht. Freigegebene Dokumente aus dem Infocenter können jederzeit und ortsunabhängig beim Kunden eingesehen werden. Konditionsänderungen werden zeitnah weitergegeben. Die Außendienstmitarbeiter bleiben stets auf dem aktuellsten Stand.

Steuerung und Controlling

Zentrale Fragestellungen zu Steuerung und Controlling, die sich die Volksbank Offenburg im Vorfeld gestellt hat, waren:

- Wie kann eine systematische Vertriebssteuerung unter Einbindung einer zentralen Vertriebsunterstützung aussehen?
- Wie kann eine Verzahnung zwischen Ergebnis- und Aktivitätencontrolling stattfinden?
- Welche vertriebsunterstützenden Instrumente können den mobilen Beratern zur Verfügung gestellt werden?

Mit der neuen Technologie behandelt die Bank mobile Berater wie eigene Mitarbeiter. Durch die Einbindung des Verbunds in den Vertriebskreislauf des Instituts sind die mobilen Mitarbeiter an die Informationssysteme der Bank angeschlossen. Die Bearbeitung von Kontakten erfolgt einheitlich, ebenso die Einstellung der Ergebnisse samt Controlling. Schnellere Terminvereinbarungen und mehr Transparenz bieten Bank und mobilem Vertrieb eine fundierte Basis zu einer Erfolg versprechenden Zusammenarbeit – zugunsten einer aktiven Vertriebssteuerung, aber auch zum Vorteil des Kunden.

Die Mail- und Kalenderfunktion garantiert reibungslose Terminvereinbarungen und Erreichbarkeit der mobilen Mitarbeiter. Ruft ein Kunde im Kundenservicecenter (KSC) an und möchte einen Termin mit dem Außendienst vereinbaren, so ist das KSC sofort in der Lage, diesen im Kalender des Mitarbeiters einzustellen.

Der mobile Vertrieb hat eingeschränkten Zugriff auf bankinterne Informationen. So kann er vor Ort beim Kunden direkt auf Preisverzeichnis, Angebote, Kontomodelle zugreifen. Hier ist noch lange nicht das Ende des Machbaren erreicht. Viele Möglichkeiten stehen noch offen. So wird künftig bei Kampagnen das Outbound-Center der Volksbank Offenburg integriert.

Die Mitarbeiter des mobilen Vertriebs steuert die Volksbank Offenburg anhand einer zuvor vereinbarten Anzahl an Terminen (Soll-Ist-Vergleich). Außerdem werden Adressen aus Kampagnen eingestellt. Der Erfolg wird gemessen. Hinzu kommen direkte Weiterleitungen der Marktmitarbeiter. Jeder Teilnehmer kann im CRM-System den

Stand der Weiterleitung feststellen. Das Ergebnis der Kontaktbearbeitung wird automatisch beim Kunden im CRM hinterlegt. Es fließt direkt ins Controlling ein. Der Impulsgeber erhält automatisch bei Kontakterledigung eine Feedbackmail. Die gesamte Wertschöpfungskette im Vertrieb kann abgebildet werden.

Durch die Integration des mobilen Vertriebs in die bankeigenen Systeme – Außendienstmitarbeiter werden wie eine eigene Zweigstelle behandelt - kann die Bank jederzeit auswerten, wie viele Kunden angesprochen, wie viele Termine wahrgenommen und welche Produkte pro Gespräch verkauft wurden. Durch Bottom up-Planung ist jedes Produkt mit einem kalkulatorischen Deckungsbeitrag hinterlegt. Dies garantiert die Transparenz jedes mobilen Vertriebsmitarbeiters.

Die Ergebnisse fließen in eine Erfolgsbilanz „Verbund“ und somit in die Gesamtergebnisse des Instituts. Die Messung erfolgt per Abweichungsanalyse mit Ampelfunktion. Die zeitnahe Besprechung der Ergebnisse ist mittels eines Gesprächsmanagements – identisch dem der Bankmitarbeiter - möglich.

Systematisch und mobil

Die systematische Vertriebs- und Aktivitätensteuerung ist für die Volksbank Offenburg ein interner Erfolgsfaktor im prozessorientierten Vertriebsprozess. Sie ist Richtschnur für die zukünftige Ausrichtung. Sie dient Management und Mitarbeitern als verlässlicher Kompass.

60 Smartphones sind aktuell im Einsatz (20 bei mobilen Mitarbeitern und 40 bei Mitarbeitern der Bank). In 2007 gab es bereits weit über 1000 Weiterleitungen an einzelne Verbundmitarbeiter. Rund 5.000 Kundengespräche wurden geführt, 3.400 Produkte abgesetzt.

Nun wird das Marktservicecenter (MSC) der Volksbank eingebunden. Ist der Vertriebsmitarbeiter etwa beim Kunden zu Hause und möchte ein neues Konto anlegen, gibt er künftig den Hinweis zur sofortigen Erledigung direkt an das MSC. Ein weiteres Thema wird die Massenbearbeitung von Kontakten darstellen. Sollen beispielsweise zehn Kontakte markiert und gemeinsam auf einen späteren Zeitpunkt zur Wiedervorlage verschoben werden, ist dies künftig möglich.