



OMNICHANNELMONITOR

Der OmniChannelMonitor liefert wertvolle Einblicke in den digitalen Alltag Ihrer Kunden, deren Erwartungen an das Banking und zeigt Ihnen wie fit Ihre Mitarbeiter für die digitale Herausforderung sind.

DAS EINZIGE, WAS SICH DERZEIT SCHNELLER WANDELT ALS DIE TECHNOLOGIE, SIND DIE ERWARTUNGEN IHRER KUNDEN.

Wie verändert die Digitalisierung den Alltag Ihrer Kunden?

Welche konkreten Wünsche und Erwartungen haben Ihre Kunden an das digitale Angebot der Bank?

Welche digitalen Kunden-Typen gibt es?

Wie erleben Kunden heute den digitalen Service und welche Touch Points werden kritisch bewertet?

Wie agil ist die eigene Belegschaft und wo würden Mitarbeiter anpacken?

INNOVATION IST NICHT EINE NEUE TECHNOLOGIE, SONDERN EINE VERÄNDERUNG IN DER VERHALTENSWEISE DER MENSCHEN.

WARUM?

Klar ist, der Digitalisierung entgeht niemand. Fakt ist aber auch, dass nicht alle Unternehmen Innovationsführer sein müssen. Vielmehr gilt es, zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Angebote für Kunden zu bieten. Doch wann ist der richtige Zeitpunkt? Wie rasch schreitet die Digitalisierung der Kunden voran? Wie fit sind die eigenen Mitarbeiter? Antworten auf diese Fragen sind von strategischer & ökonomischer Bedeutung. Der OmniChannelMonitor gibt sie - verlässlich und rasch und in vielen Varianten.

WELCHE ANTWORTEN LIEFERT DER OMNI CHANNEL MONITOR?

- Erfassen des digitalen Lebensstils Ihrer Kunden (Digital Native, Freizeitnutzer, etc.)
- Erheben des bevorzugten Kanals für Abwicklung und Information (Touch Points)
- Nutzung digitaler Dienste & Technologien (Chats, Bots, Shopping, Streamen, etc.)
- Nutzung von Fintechs und Challenger Banks
- Interesse an digitalen Angeboten
- Bewertung der aktuellen Angebote der Bank
- Wünsche und Ärger
- Nutzung interner digitaler Dienste durch Mitarbeiter (Intranet, Remote Sessions, etc.)
- Kenntnis und Zustimmung zur Digitalen Strategie der Bank
- Erleben und Bewerten des Wandels
- Wünsche und Anregungen zur Implementierung der digitalen Strategie

WIE MACHT ER DAS?

- Onlinebefragung von Kunden und Mitarbeitern auf Wunsch getrennt nach Segmenten Bereichen, Abteilungen etc.
- Auswertung in KPI Logik (= jeder Bereich ist in mehrere Key Performance Indikatoren unterteilt)

WELCHE WAHL- MÖGLICHKEITEN HABE ICH?

- Kundenbefragung und/oder Mitarbeiterbefragung
- Retailkunden und/oder Firmenkunden und/oder Private Banking
- Segmente von Kunden
- Vollerhebung oder Teilbereiche der Bank
- Umfassende Erhebung versus Kurzvariante
- Zusätzliche Vertiefungsmodule (z.B. Speziell zur Filialausrichtung, der Beratung oder Onlineproduktabschluss)

WAS IST BESONDERS?

- OmniChannelMonitor ist ein durchdachtes Instrument mit einfacher Durchführbarkeit
- Sofort startklar / kein Aufwand / rasche Ergebnisse
- Modular aufgebaut / erhoben wird, was Sie benötigen
- Benchmarks verstärken die Aussagekraft
- Liefert Daten und Fakten für strategische Entscheidungen
- Abgleich von Eigen- und Fremdbild

WIE GEHT'S WEITER?

Wir begleiten Sie auch gerne in der Umsetzung von Maßnahmen und führen Sie sicher in die digitale Zukunft.

Fordern Sie Ihr Angebot
(ab 4.500 Euro zzgl. Mwst.).

Mag. (FH) Barbara Bauer
Head of Analytics

+43 (0)2252 25 48 45-22
barbara.bauer@emotion-banking.at

