

Banken im Dialog 2020

WANN?

6. FEBRUAR 2020
9:30 UHR

WO?

VAN DER VALK AIRPORTHOTEL
AM HÜLSERHOF 57 • 40472 DÜSSELDORF

GET TOGETHER!

5. FEBRUAR 2020
19 UHR • VAN DER VALK

Programmübersicht

9:30

microm

Empfang & Begrüßung

10:00



Bernd Werner, Gruppe Nymphenburg Consult GmbH

„Finance on the brain“ – Bankkunden und Anleger aus neuro-psychologischer Sicht

Im Vortrag nimmt Bernd Werner Sie mit auf einen Ausflug in die Welt des Neuromarketings: Er räumt auf mit einigen hartnäckigen Mythen und Irrtümern und erklärt die (oftmals unbewusste) emotionale Wirkung des Themas „Finanzen & Geldanlage“ auf unterschiedliche Zielgruppen.

Anhand von repräsentativen Daten für Deutschland zeigt er anschaulich und praxisrelevant interessante Unterschiede und gibt erste Hinweise zur optimalen Ansprache von relevanten Bedürfnissen und Motivstrukturen der einzelnen Zielgruppen. Denn: DEN Bankkunden gibt es nicht; eine zielgruppengerechte Ansprache ist notwendig, da „one size fits all“ einfach nicht (mehr) funktioniert.

11:00



Oliver Gratzel, Stadtparkasse Remscheid

Analyse, Bewertung und Neuausrichtung von SB-Standorten

Sind wir als Stadtparkasse tatsächlich aus Kundensicht an den aktuellen Standorten richtig positioniert oder gibt es in unserem Marktgebiet weitere „Hot-Spots“ die für einen SB- oder GAA-Standort besser oder zusätzlich geeignet sind?

Wo ist aufgrund der hohen Frequenz vor Ort eine sehr starke Bargeldnachfrage – vor allem durch Fremdvorgängen – gegeben, so dass sich das Aufstellen eines Geldautomaten rechnet?

Mit welchen Modellen und Analysen können wir unser bestehendes Standort-Netz überprüfen und daraus Optimierungsmaßnahmen in Bezug auf Kundennähe, Auslastung und Wirtschaftlichkeit ableiten?

12:00



Gemeinsames Mittagessen

13:00



Tobias von Martens und Dr. René Michel, Deutsche Bank AG

KontoSensor – Data Science für Kunden erlebbar machen

Data Science hat bei Finanzdienstleistern durch das hohe Datenvolumen und den digitalen Charakter der Produkte und Services naturgemäß ein hohes Anwendungspotenzial. Analytics sind deshalb traditionell im Tagesgeschäft fest verankert.

Mit dem „KontoSensor“ unterstützt die Deutsche Bank seit September 2018, ihre Kunden bei der Suche nach Unregelmäßigkeiten im Zahlungsverkehr proaktiv, lässt ihn Analytik also direkt erleben. Neben neuen oder auslaufenden Daueraufträgen, Auslands- oder Doppelabbuchungen identifiziert der KontoSensor Kostensteigerungen und Gutschriftenminderungen regelmäßiger Transaktionen. Anhand von Prognosen werden Kunden sogar gewarnt, wenn der aktuelle Kontostand voraussichtlich nicht ausreicht, um künftige regelmäßige Abbuchungen zu decken.

Der Vortrag gibt einen Einblick in den „Maschinenraum“ des KontoSensors und den Entwicklungspfad von der Idee bis zum Mehrwert für den Kunden.

13:45



Thomas Weger, Raiffeisen Analytik GmbH

Big Data - Nur „Big“ oder auch die echte Power für Retail Banking? Wie mit datengetriebenen Analytiklösungen für Vertrieb und Marketing ein echter Mehrwert produziert werden kann!

An Daten mangelt es nur in den wenigsten Banken Europas, aber wie können diese abseits klassischer Vertriebskampagnen effektiv und höchst zielgerichtet im Kundenkontakt eingesetzt werden, damit sowohl für den Kunden als auch die Bank ein klarer Mehrwert entsteht?

Die Kombination von Analytik und Marktforschung für ein Kunde 360° Bild eröffnet uns vor allem im kostenintensiven Retailbanking neue Chancen - Big Data und NextBestActivity erlauben im Zusammenspiel eine auch DSGVO-konforme neue CRM-Unterstützung im Vertriebsprozess!

Raiffeisen Analytik zeigt anhand von zwei Usecases welche Anforderungen an die Daten, aber auch neue Chancen im Kundenkontakt zukünftig das klassische Mengengeschäft stärken können!

14:30



Kaffeepause

15:15



Marco Paparella, fino run GmbH

Less finance # more you – Neue Einnahmequellen für Banken

Der Slogan „Less Finance. More You.“ steht im Kern dafür, dass „der Kunde sich weniger mit seinen Finanzen beschäftigen muss und damit mehr Zeit für sich und die „schönen“ Dinge im Leben hat“.

Das „Finance“ bezieht sich hierbei nicht nur auf Finanzen im Sinne von Transaktionen und Geld, sondern berücksichtigt auch Verträge, Rechnungen (also Dokumente) u.v.m.

Das „You“ bezieht sich auf den Kunden und umfasst in Gänze sämtliche für den Kunden relevanten Aspekte wie Geld, Zeit, Komfort und Individualität.

Der Vortrag beleuchtet den Kontowechselservice der Zukunft mit beyond banking und spezifiziert, was „more you“ für Firmenkunden bedeutet und wie sich hierdurch neue Einnahmequelle für Banken eröffnen.

16:00



Dr. Rainer Bovelet, Synergie2 Kommunikationsforschung und -beratung

SchuldnerAtlas Deutschland Sozialer Indikator, sozioökonomischer Seismograph und mikrogeographisches Planungsinstrument

Der SchuldnerAtlas Deutschland liefert seit über 15 Jahren hochaktuelle und zugleich sozialräumlich hochaufgelöste Daten zur Überschuldung der Verbraucher in Deutschland.

Überschuldung korrespondiert in gesamtgesellschaftlicher Sichtweise mit verschiedensten Auslösern, Erklärungsmustern und Folgewirkungen. Diese reichen von der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, über Arbeitslosigkeit, Einkommens- und Altersarmut bis hin zu unangemessenem („irrationalem“) Konsumverhalten, zunehmenden Gesundheitsbelastungen und Krankheit. Überschuldung kann neben den traditionellen Indikatoren Arbeitslosigkeit, Geschäfts- und Konsumklima mittlerweile als ein weiterer wichtiger sozialer Indikator und sozioökonomischer Seismograph zur Bewertung der Gesamtlage von Gesellschaft und Verbrauchern eingestuft werden. Die jährlich gemessenen Überschuldungsquoten und weitere vertiefende Analysen können zur Identifikation von ökonomischen Problemzonen und sozialen Brennpunkten eingesetzt werden.

Auf diese Weise lassen sich Handlungsbedarfe und konkrete Maßnahmen für die Akteure in Kommunen, Politik und Sozialplanung ableiten, um beispielsweise zielgenau den Ausbau von Angeboten zur Insolvenz- und Schuldnerberatung planen zu können.

„Bereits zum sechsten Mal tauschen sich Experten zu den aktuellen Themen der FDL-Branche aus und erörtern gemeinsam neue Strategien für Vertrieb, Marketing und Expansion. Damit bietet die Veranstaltung traditionell wichtige Anregungen für Ihr Tagesgeschäft und Ihre zukünftige Ausrichtung am Markt.“

Wir starten unsere Veranstaltung mit einem informellen Get-Together am Vorabend, dem 5. Februar. Dazu treffen wir uns um 19.00 Uhr im Van der Valk Hotel auf ein kühles, frisch gezapftes Glas Altbier und köstliche Snacks. Wir freuen uns, wenn Sie unser Gast sind. Geben Sie bei Ihrer Anmeldung einfach an, ob wir mit Ihnen rechnen können.“



Micromarketing-Systeme & Consult GmbH

Nicole Oehl
Consultant Key Account Management
Telefon: 02131 109-706
E-Mail: n.oehl@microm.de

SEIEN SIE DABEI

Ihre Anmeldung:

Melden Sie sich einfach auf www.microm.de/bid2020 zum Preis von nur **249,- EUR** zzgl. **MwSt.** an und sichern Sie sich Ihre Teilnahme.

Wir freuen uns auf Sie!

