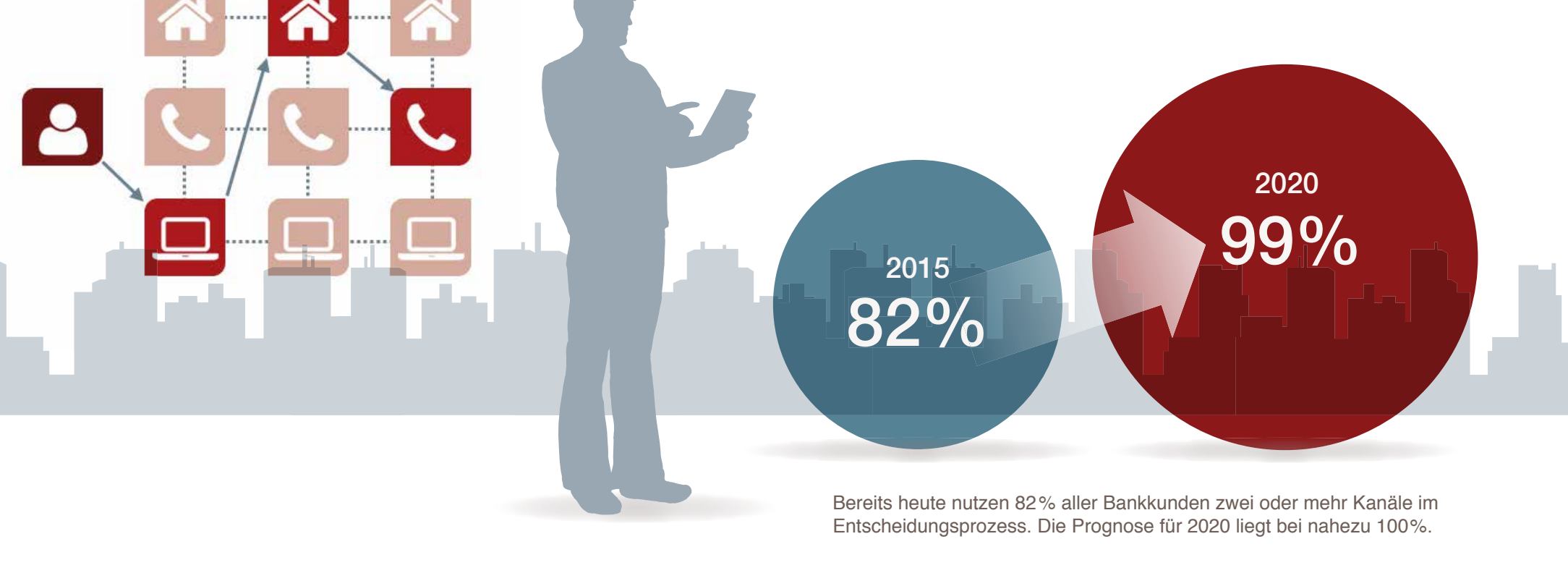


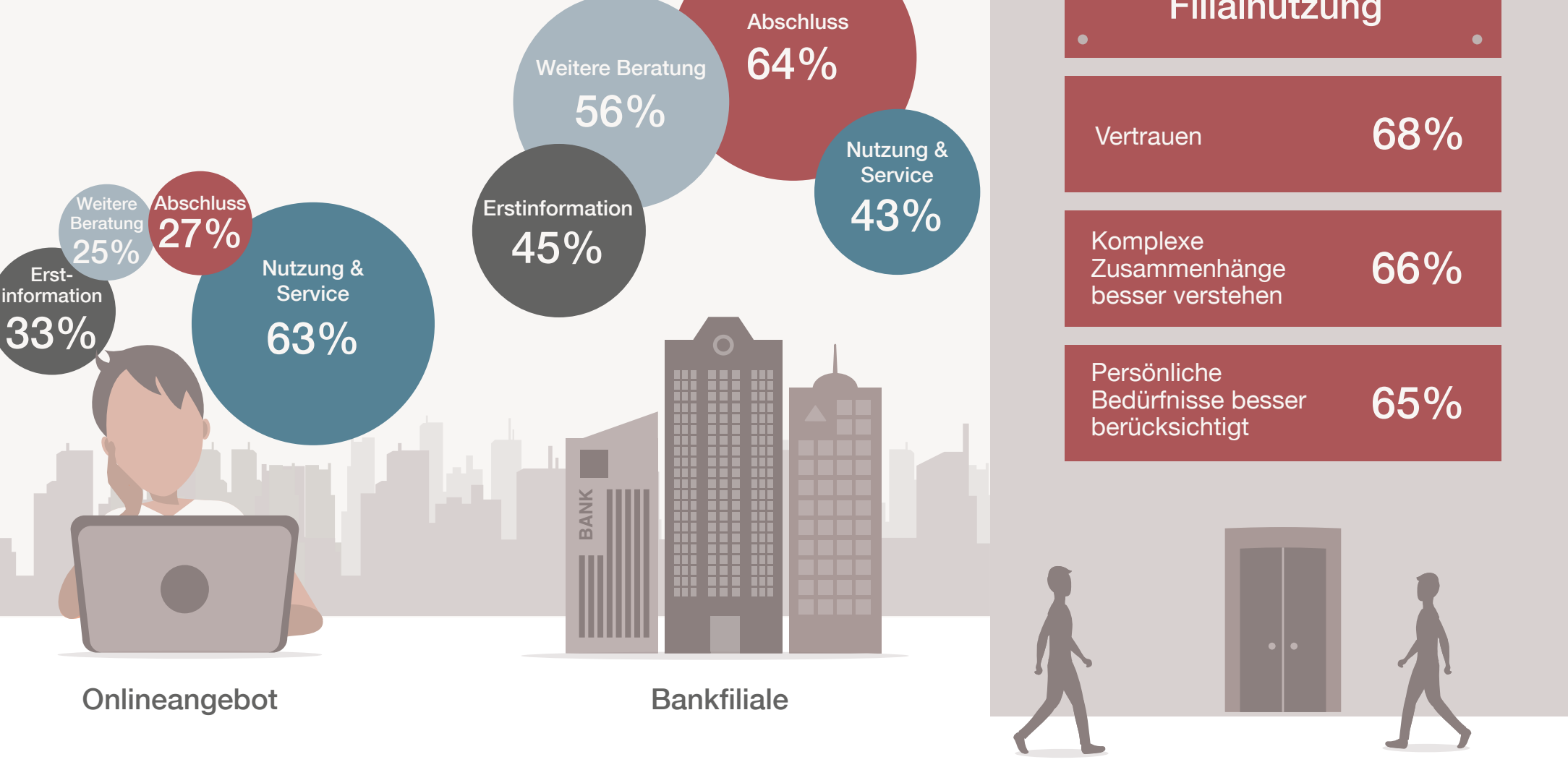
Kundentypen im Cross-Channel-Banking

Ein innovativer Segmentierungsansatz auf Basis einer repräsentativen Befragung von 3.200 Bankkunden

Cross-Channel-Banking ist bei Bankkunden der neue Standard.



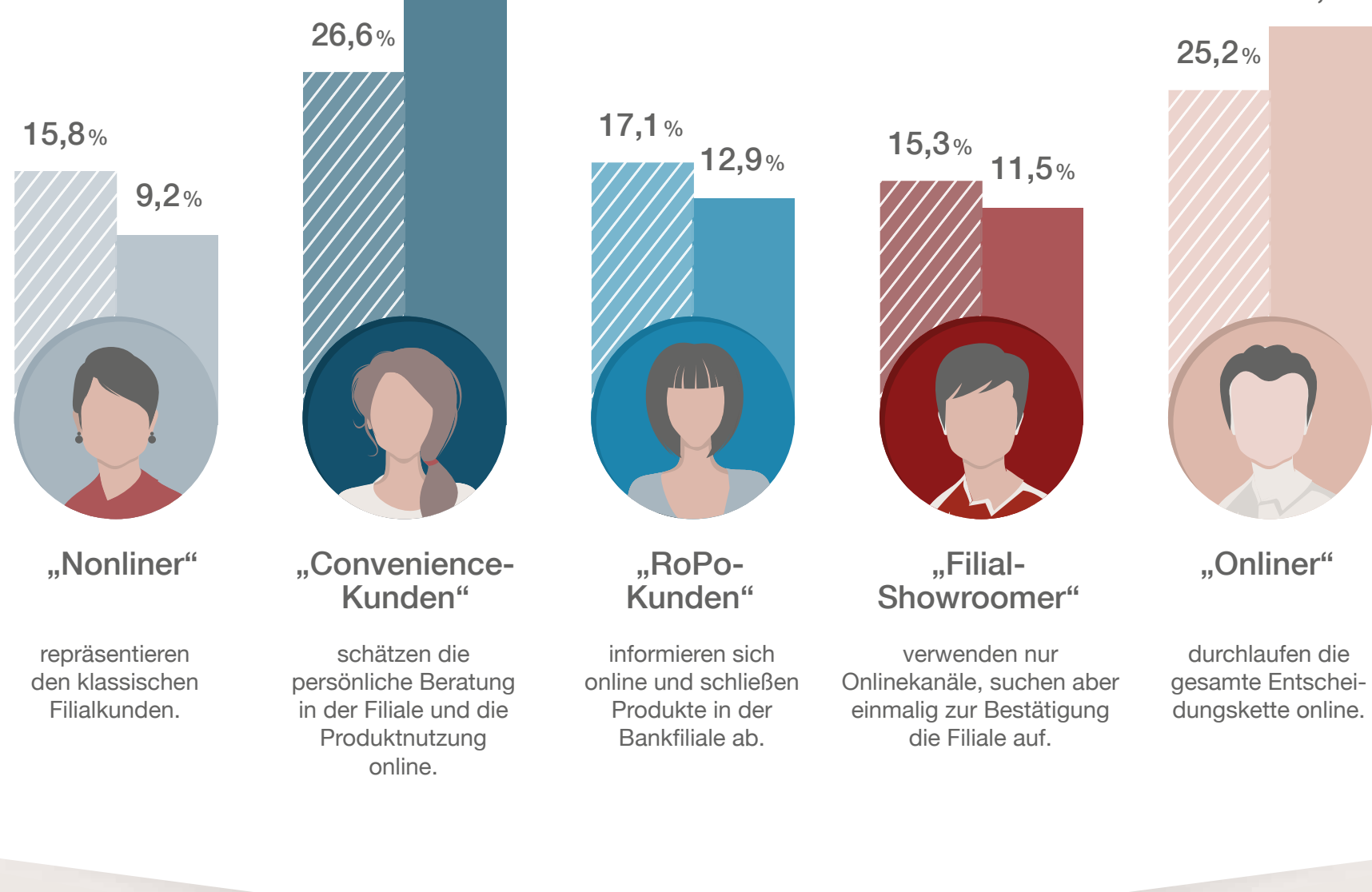
Kanalnutzungsverhalten Onlineangebot und Bankfiliale im Vergleich



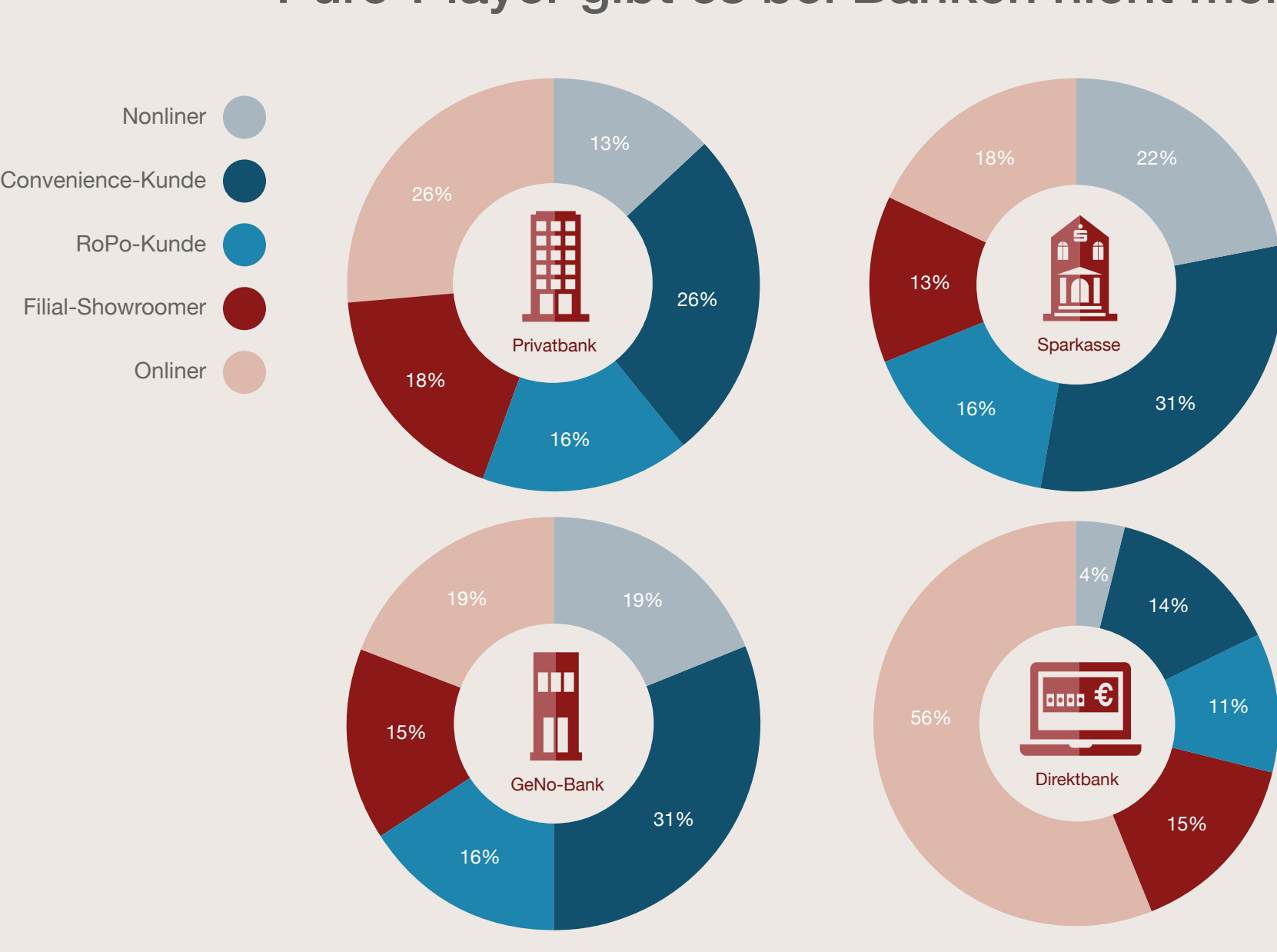
Kanalbezogene Segmentierung reduziert Komplexität



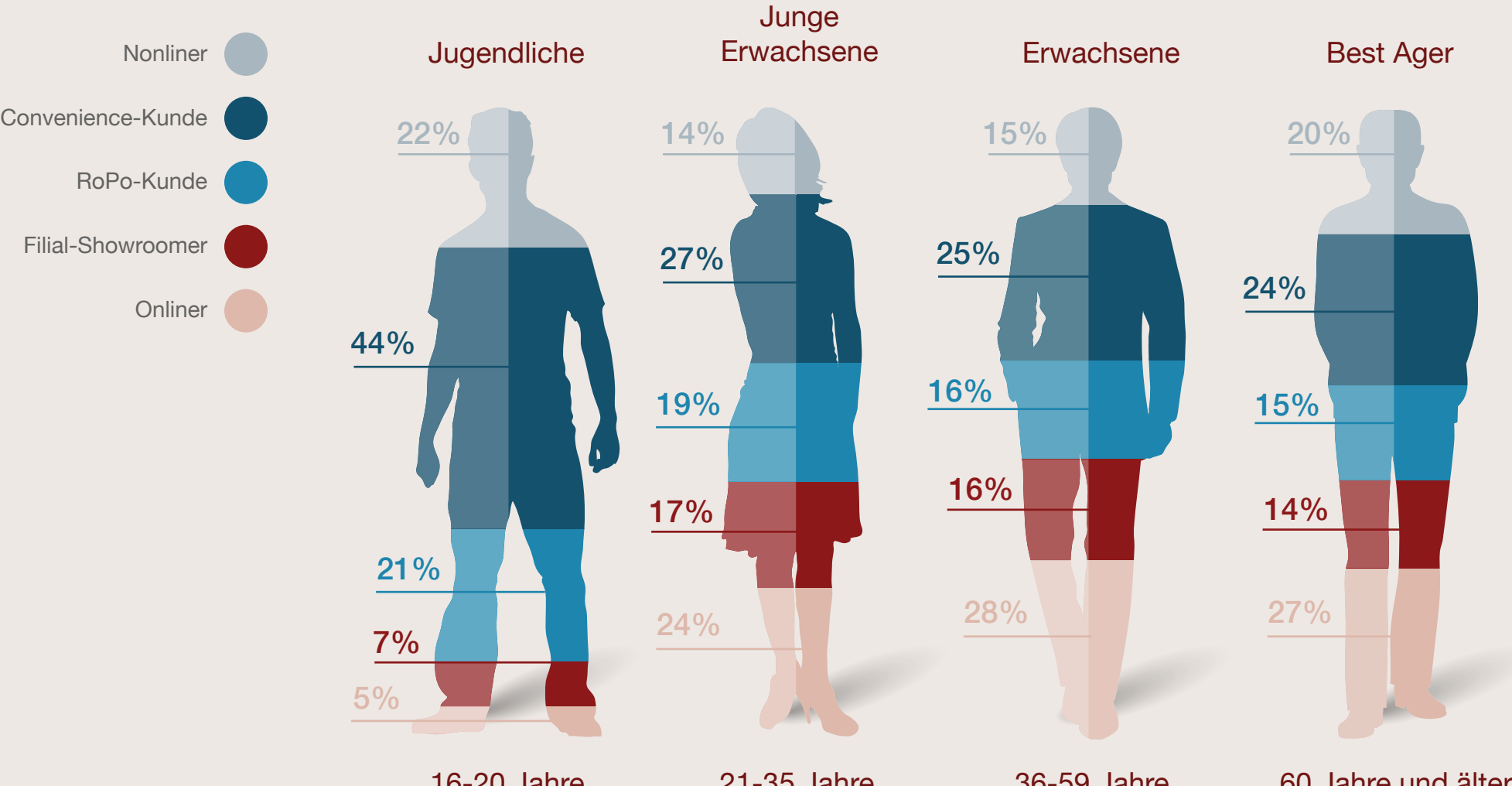
Mit nur **5** Kundentypen lassen sich über 80% aller Customer Journeys verstehen.



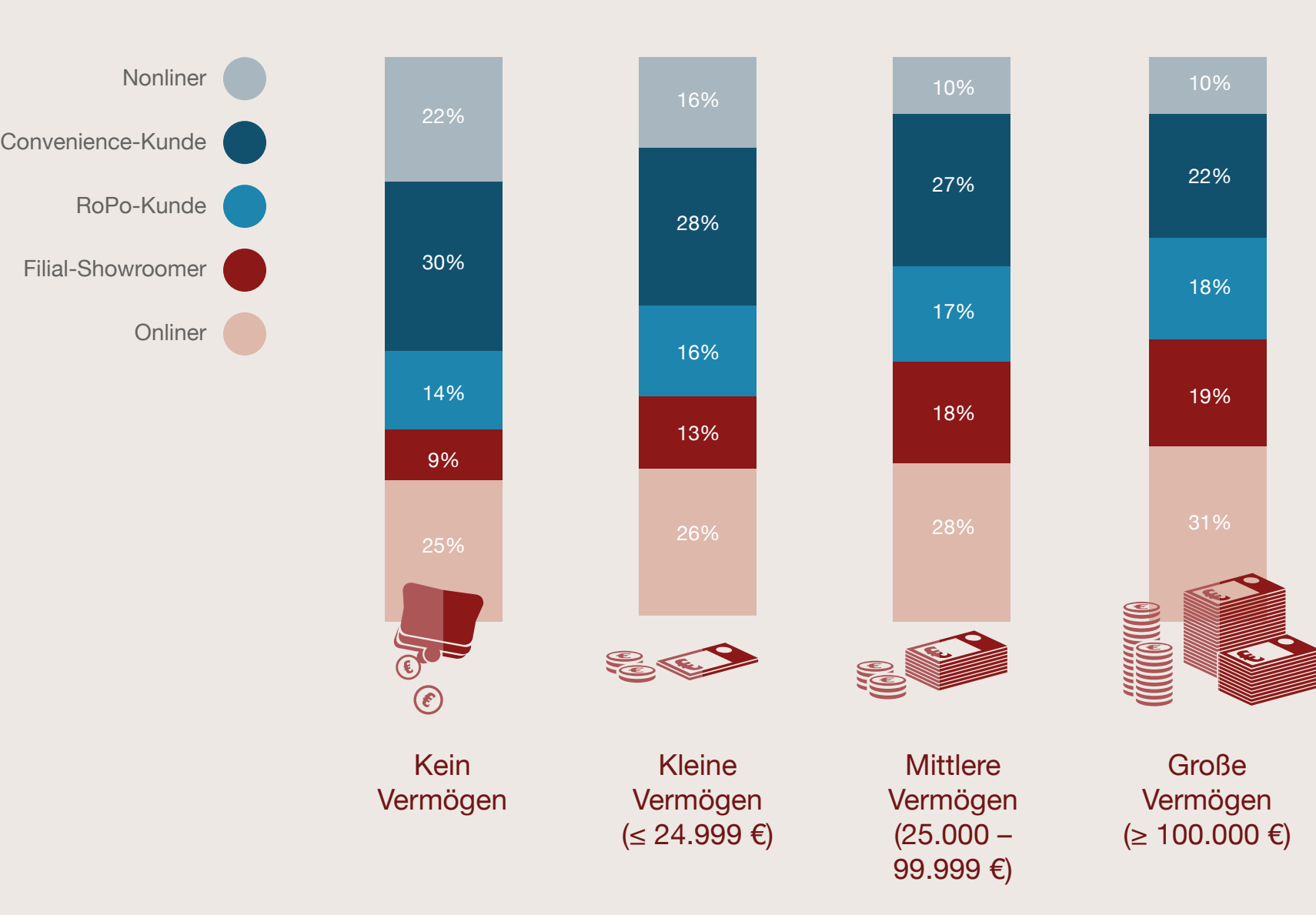
Cross-Channel-Kunden sind überall. Pure-Player gibt es bei Banken nicht mehr.



Auch Digital Natives brauchen die Filiale.

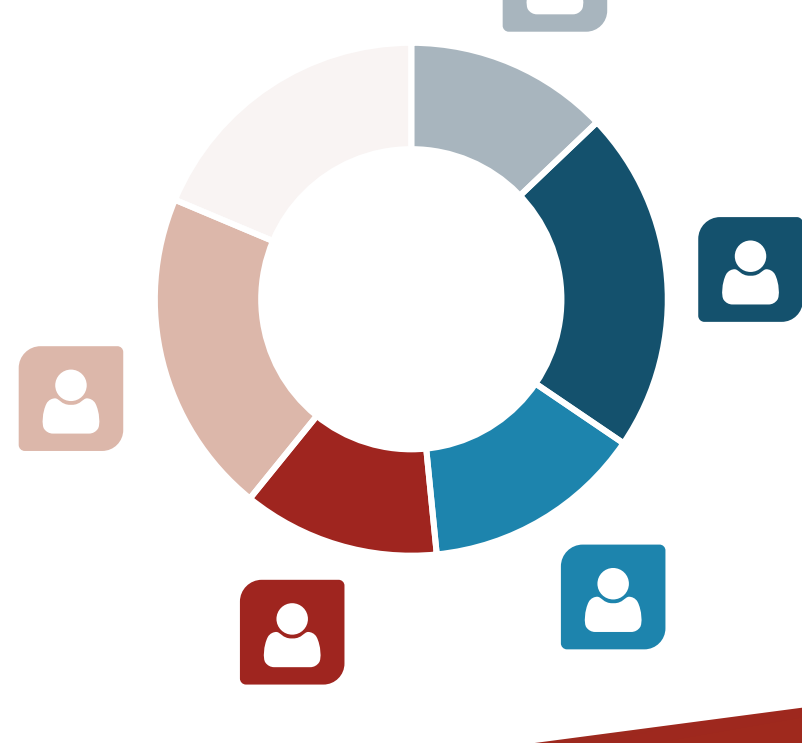


Besitzer großer Vermögen sind stärker online-affin.



Key Facts:

- Das Kundenverhalten beim Abschluss von Bankprodukten ist entlang der Customer Journey sehr heterogen.
- Kunden wollen nur zweimal im Jahr ohne konkreten Anlass kontaktiert werden.
- Die kontaktbasierte Segmentierung mit nur 5 Kundentypen bringt Ordnung ins Customer-Journey-Chaos und die Kundenansprache.



Vorteile für Banken:

- Klare Charaktermerkmale für die individuelle Kundenansprache
- Effizientere Verwendung von Marketingbudgets
- Höhere Abschlussquote durch bedürfnisgerechtere Ansprache