

Die Beratungssituation wurde an die eines Face-to-Face-Gesprächs angepasst, damit die Gesprächspartner die „digitale Barriere“ vergessen“: Die Arbeitsfläche ist durchgängig, der Berater sitzt auf Augenhöhe und ein HD-Bildschirm sorgt für ein originalgetreues Bild.



GESCHÄFTSSTELLE
DES JAHRES 2011

Bestes
SB-Konzept



Virtuelles Bankgesicht

Cassa Rurale di Levico Terme. Die italienische Raiffeisenbank setzt Videokonferenztechnik ein, um ihre SB-Kunden wieder direkt ansprechen zu können. Sie kann damit nicht nur ihrer Kundenbeziehung eine persönliche Note geben, sondern auch die Beratungszeiten verlängern und Personal einsparen.

Die Cassa Rurale im Trienter Kurort Levico Terme gehört mit ihren 30 Mitarbeitern zu den kleineren Geldinstituten Italiens. Neben ihrem Hauptsitz in der Fußgängerzone von Levico Terme hat die Bank zwei Zweigstellen in Levico und der Nachbargemeinde Novaledo. Wie man in den letzten Jahren feststellen musste, kamen immer weniger Kunden zu persönlichen Gesprächen in die Bankfilialen. Viele unterteilten ihre Bankbeziehung nur noch über den Bankomaten – und das vorrangig außerhalb der Geschäftszeiten. Gemeinsam mit ihrem langjährigen Partner Dreika aus Bozen suchten die Verantwortlichen nach einer Lösung für das Problem und wurden fündig: „Virtual-Banking-Schalter“ stellen nun den persönlichen Kontakt zwischen Kunde und Bank wieder her, reduzieren den Personalaufwand und locken inzwischen auch neugierige Banker aus verschiedenen Landesteilen in die Region. Das System funktioniert dabei wie folgt: Während der Mittagspause (12:30 bis 14:30 Uhr) und nach Geschäftsschluss (15:45 bis 19:30 Uhr) ist

abwechselnd einer der vier Berater in der Hauptstelle über Videokonferenz mit den beiden Zweigstellen verbunden. Führt in dieser Zeit ein Kunde seine Bankomatkarte dort in das Lesegerät an der Eingangstür ein, zeigt der Bildschirm des Beraters am Hauptsitz dank eines ausgeklügelten CRM-Systems alle kundenrelevanten Daten. „Der Berater erhält zum Beispiel die Information: Dieser Kunde hat schon eine Kreditkarte, aber vielleicht noch keine Versicherung“, erklärt Alexandro Vettorazzi, Marketingmitarbeiter bei der Bank. „So kann sich unser Berater auf das anschließende Gespräch vorbereiten, während der Kunde noch den Bankomaten bedient“.

Nachdem der Kunde seine Bargeldabhebung gemacht hat und auf dem Weg zum Ausgang ist, spricht ihn der Berater über den Bildschirm mit seinem Namen an und lädt ihn zu einem Informationsgespräch in einen eigens dafür vorgesehenen Raum ein. 80 Prozent der Angesprochenen gehen in guten Zeiten auf das Angebot ein, erklärt Vettorazzi. Der virtuelle Berater schließt

hinter dem Kunden die Tür und erhellt den Raum. Draußen in der Eingangshalle geht automatisch Musik an, um die Beratung so diskret wie möglich zu gestalten.

Die Gesprächsatmosphäre ist locker und ungezwungen. Das Design des Beratungsplatzes lässt die die „digitale Barriere“ zwischen beiden Gesprächspartnern fast vergessen. So bildet die Arbeitsfläche des Kundenplatzes eine Ebene mit der des virtuellen Beraters – man hat das Gefühl, die Tischplatte geht in einem durch auf die andere Seite des Bildschirms. Zudem wurde darauf geachtet, dass der virtuelle Berater auf Augenhöhe einer durchschnittlich gewachsenen Person sitzt, so wie es bei einem normalen Gespräch von Angesicht zu Angesicht der Fall wäre. Auch durfte keine Zeitverzögerung im Gespräch auftreten, ein 47-Zoll-Bildschirm mit HD-Auflösung sorgt darüber hinaus für die nötige Bildschärfe. „Die Gestaltung des Beratungsplatzes war eine der größten Herausforderungen“, erinnert sich Werner Thaler, Verkaufsdirektor bei Dreika, an die Konzeptionsphase. „Uns war



Nach dem Bankomatgeschäft lädt der virtuelle Berater den Kunden zu einem Gespräch in das Beratungsseparé ein.

wichtig, dass der Kunde sich wie in einem Face-to-Face-Beratungsgespräch fühlt“.

Der Kunde erhält bei dem virtuellen Gespräch alle Leistungen, die er auch bei einer Beratung vor Ort bekommen würde. Über einen Bildschirm, der in die Tischplatte eingelassen ist, kann der virtuelle Berater dem Kunden Informationen unter anderem zu seinen Finanzen oder zu Börsenwerten geben. Ein Multifunktionsgerät im Beratungsraum druckt Verträge aus und scannt Dokumente des Kunden ein, damit der Berater diese sofort zur Hand hat. Bei Vertragsabschluss unterschreibt der Kunde den Beleg, gibt ihn in einen bereitgestellten Umschlag und wirft diesen dann in einen dafür vorgesehenen Postkasten ein. Per Kamera kann der Berater den gesamten Prozess begleiten.

Mit der Videoberatung hat sich die Raiffeisenbank ein Alleinstellungsmerkmal in der Region gesichert: Als einzige Bank bietet sie ihren Kunden jeden Werktag durchgehend von acht Uhr morgens bis 19 Uhr am Abend Beratungen an. „Jetzt brauchen sich die Leute keinen freien Nachmittag mehr nehmen, um ihre Bankgeschäfte zu erledigen“, verdeutlicht Alexandro Vettorazzi die Vorteile des neuen Beratungskonzepts. „Ohne Videokonferenz wäre dies höchstens in der Hauptstelle rentabel. Nun können wir das auch in den Zweigstellen vor Ort anbieten.“

Die neue Lösung präsentiert den vormaligen „Bankomat“-Kunden mit dem virtuellen Berater nun ein „Gesicht“ der Bank und schafft eine persönliche Atmosphäre. Darüber hinaus zahlt sich der virtuelle Berater auch durch seine Standortunabhängigkeit aus: So können die bei-

den Außenstellen der Bank seit dem Umbau mit drei statt fünf Mitarbeitern betrieben werden. Je nach Frequenz könnte ein virtueller Berater bis zu fünf Geschäftsstellen betreuen, schätzen die Verantwortlichen.

die Bank schließt daher nicht aus, in Zukunft neue kleine Filialen an die Zentralstation anzuschließen. Auch Werner Thaler hebt die Möglichkeit hervor, durch die Videoberatungen Per-

Cassa Rurale di Levico Terme: Videokonferenzlösung

Daten zum Institut

Bilanzvolumen: 280 Millionen Euro

Anzahl Mitarbeiter: 30

Anzahl Kunden: 5.000

Daten zum Projekt

Architekt/Konzeption:

→ Dreika AG – Bankprojects, Bozen

Einrichtung:

→ Bankeinrichter, Tische/Theken, Wände/Raumsysteme, Türsysteme:

Dreika AG – Bankprojects

→ Stühle: Emmegi, Rossin, Dauphin

→ Licht: Trilux

Technik:

→ IT-Systeme, spezielle Software: Icona

→ SB-Systeme, Sicherheitstechnik: Nicom

→ Multimedia/Video: Nitida Immagine



1 Der Berater sitzt am Hauptstandort in Levi-co. Über verschiedene Monitore stehen ihm Kundendaten zur Verfügung, die ihm im Verkaufsgespräch helfen sollen.

2 Über ein Multifunktionsgerät kann der Berater dem Kunden Verträge ausdrucken oder Dokumente einscannen.

3 Verträge können vor Ort fixiert werden. Über eine steuerbare Kamera kann der Berater nachverfolgen, ob der Kunde die Dokumente richtig ausfüllt.

4 Das ausgefüllte Formular kann der Kunde in eine bereitgestellte Postbox einwerfen.

Werner Thaler von Dreika hat das innovative SB-Konzept mit entwickelt.

sonal einsparen zu können: „Bei einem ähnlichen Projekt haben wir drei Geschäftsstellenleiter durch einen virtuell arbeitenden ersetzt“, erklärt der Verkaufsexperte. Dort arbeiten nun nur noch Servicemitarbeiter vor Ort und schalten ihren Vorgesetzten bei wichtigen Gesprächen einfach per Bildschirm dazu.

Einige Kunden der Raiffeisenbank in Levico Terme würden die Videokonferenz nach eigenen Angaben sogar einem persönlichen Gespräch vorziehen. Beim Videogespräch sei der Berater nur auf sie konzentriert und nicht nebenbei durch Telefongespräche oder ähnliches abgelenkt, erklärten sie bei Befragungen durch die Bank. „Vor allem ältere Menschen fühlen sich durch die Technik angesprochen“, erklärt Alexandro Vettorazzi. Aber auch jüngere Kunden würden sich nun eher trauen, Fragen zu stellen, weil das Gespräch am Bildschirm als weniger verbindlich wahrgenommen würde.

die Bank ist auch mit den Abschlussquoten bei den Videoberatungen sehr zufrieden: Bei durchschnittlich 14 Beratungsgesprächen täglich in der Filiale „Via Avancini“ enden rund 22 Prozent mit einem Abschluss. Da drängt sich die Frage auf, ob der virtuelle Berater nicht sogar der erfolgreichere Verkäufer ist. „Das glaube ich eigentlich nicht“, sagt Werner Thaler. „Aber die virtuellen Berater in Levico können nun gezielt auch Nichtkunden ansprechen. Diese Möglichkeit hat man sonst nicht“.

Autor: Markus Schulze Wehninck



Alexandro Vettorazzi, Mitarbeiter im Marketing, sieht das neue Beratungskonzept als Alleinstellungsmerkmal für die Bank in der Region.