SAS® Forum
Switzerland 2014
make connections • share ideas • be inspired

Optimierte Leads als Baustein für den Verkaufserfolg -

ein Praxisbericht der BLKB.

Bertrand Comte
Leiter Produktmanagement PKDB

THE POWER TO KNOW.

Copyright © 2014, SAS Institute Inc. All rights reserved.

Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB).

- Gründungsjahr 1864
- Universalbank mit Hauptsitz in Liestal
- Umfassende Dienstleistungen und Produkte für Privat- und Firmenkunden
- Führende Bank im Aktiv- und Passivgeschäft für Privatkunden und KMU im Kanton Basel-Landschaft
- 773 Mitarbeiter, 654 Vollzeitstellen
- 24 Niederlassungen plus 6 Haltestellen der mobilen Bank
- Börsenkapitalisierung CHF 2.409 Mio.
- Zertifikate kotiert an der SIX Swiss Exchange
- Staatsgarantie durch den Kanton Basel-Landschaft

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Bausteine zum Erfolg im Verkauf mit Leads.

1. CRM / Kundendaten
2. Leads zu Verkaufsschwerpunkten
3. Bestellung der Leads durch die Niederlassungen
4. Verkaufschancen/-prozess
5. Erfolgscontrolling

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

CRM / Kundendaten.

Massgebliche Kundenangaben im Avaloq-CRM auf einen Blick

Kundengespräch mit Ermittlung der Kundenangaben auf Beratungsprotokoll

Vorbereitung Kundengespräch mit personalisiertem Beratungsprotokoll

- ⇨ Strukturierte Erfassung von Kundenangaben
- ⇨ Personalisierte Beratungsprotokolle mit Kundeninformationen als Mehrwert für den Berater
- ⇨ Ermittlung von Kundenangaben als Bestandteil der qualitativen Zielvorgaben

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Bausteine zum Erfolg im Verkauf mit Leads.

① CRM / Kundendaten

② Leads zu Verkaufsschwerpunkten

③ Bestellung der Leads durch die Niederlassungen

④ Verkaufschancen/-prozess

⑤ Erfolgscontrolling

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Verhaltensmuster zur Potentialermittlung.

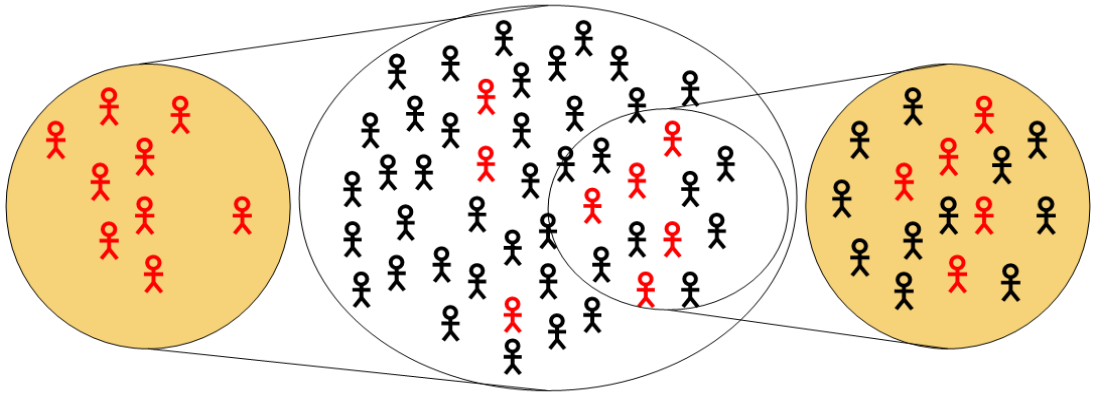
Data Warehouse (DWH)

Einsatz für Selektionen nach eindeutig auswertbaren Kriterien und Kombinationen im Kundenstamm.

Data Mining

Einsatz für Selektionen von Kundengruppen mit hoher Affinität aufgrund derer Verhaltensmuster. Jede Aktivität wird nach Abschluss auditiert, um zukünftige Selektionen zu optimieren.

Auswertung nach auswertbaren Merkmalen



Auswertung nach Verhaltensmustern / Auditierung der Massnahmen

Data Warehouse (DWH) **Kundenbestand** **Data Mining**

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Leads zu Verkaufsschwerpunkten.

Rahmenbedingungen

- ⇨„On-demand-Service“ der Aduno mit Übernahme der Initialkosten durch die BLKB und Erfolgsbeteiligung der Aduno (Win-/Win-Modell)
- ⇨Aduno verfügt über langjährige Erfahrung und Mitarbeiter/innen mit den nötigen Berufsbildern
- ⇨Einsatz der SAS-Software durch die Business Analysten der Aduno
- ⇨Leads zu wiederkehrenden Themen werden mit einer etablierten „Test and Learn Strategy“ optimiert

Grobprozess

*) Business Analysts

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Bausteine zum Erfolg im Verkauf mit Leads.

1. CRM / Kundendaten
2. Leads zu Verkaufsschwerpunkten
3. Bestellung der Leads durch die Niederlassungen
4. Verkaufschancen/-prozess
5. Erfolgscontrolling

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Bestellung der Leads durch Niederlassungen.

- ⇨Die Leads unterstützen die individuellen Zielsetzungen und werden durch die Führungs-verantwortlichen im Intranet bestellt.
- ⇨Mit der Bestellung verpflichten sich die Kundenberater/innen zur Bearbeitung der kosten-pflichtigen Leads.
- ⇨Bestellte Leads werden den Berater/innen auf der Informatikplattform (Avaloq-CRM) als Verkaufschance zugeteilt. Der Bearbeitungsstatus und/oder der Vermögenszuwachs misst die Qualität des zugestellten Leads.

Bestellung im Intranet

Zuteilung zur Bearbeitung im Avaloq-CRM

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Bausteine zum Erfolg im Verkauf mit Leads.

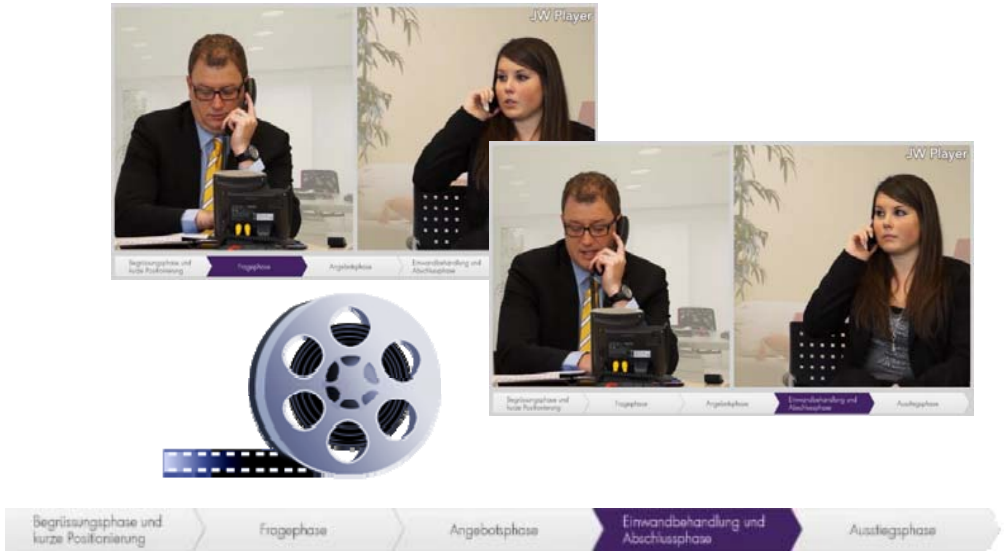
1. CRM / Kundendaten
2. Leads zu Verkaufsschwerpunkten
3. Bestellung der Leads durch die Niederlassungen
4. Verkaufschancen/-prozess
5. Erfolgscontrolling

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Verkaufschancen/-prozess.

Unsere Berater/innen erhalten eine umfassende Verkaufsschulung. Beratungsgespräche werden strukturiert in folgenden Phasen durchgeführt:

- Begrüssung
- Gesprächseröffnung
- Ziele und Erwartungen
- Situationsklärung
- Bedürfnis-, Motiv-, Bedarfsanalyse
- Nutzenorientiertes Angebot
- Einwandbehandlung
- Abschluss
- Weiteres Vorgehen
- Verabschiedung



Die strukturierte Vorgehensweise bei der Bearbeitung der Leads wird mit individuellen Schulungsangeboten und einem Videoleitfaden unterstützt (Bsp. Leads Kreditkarten).

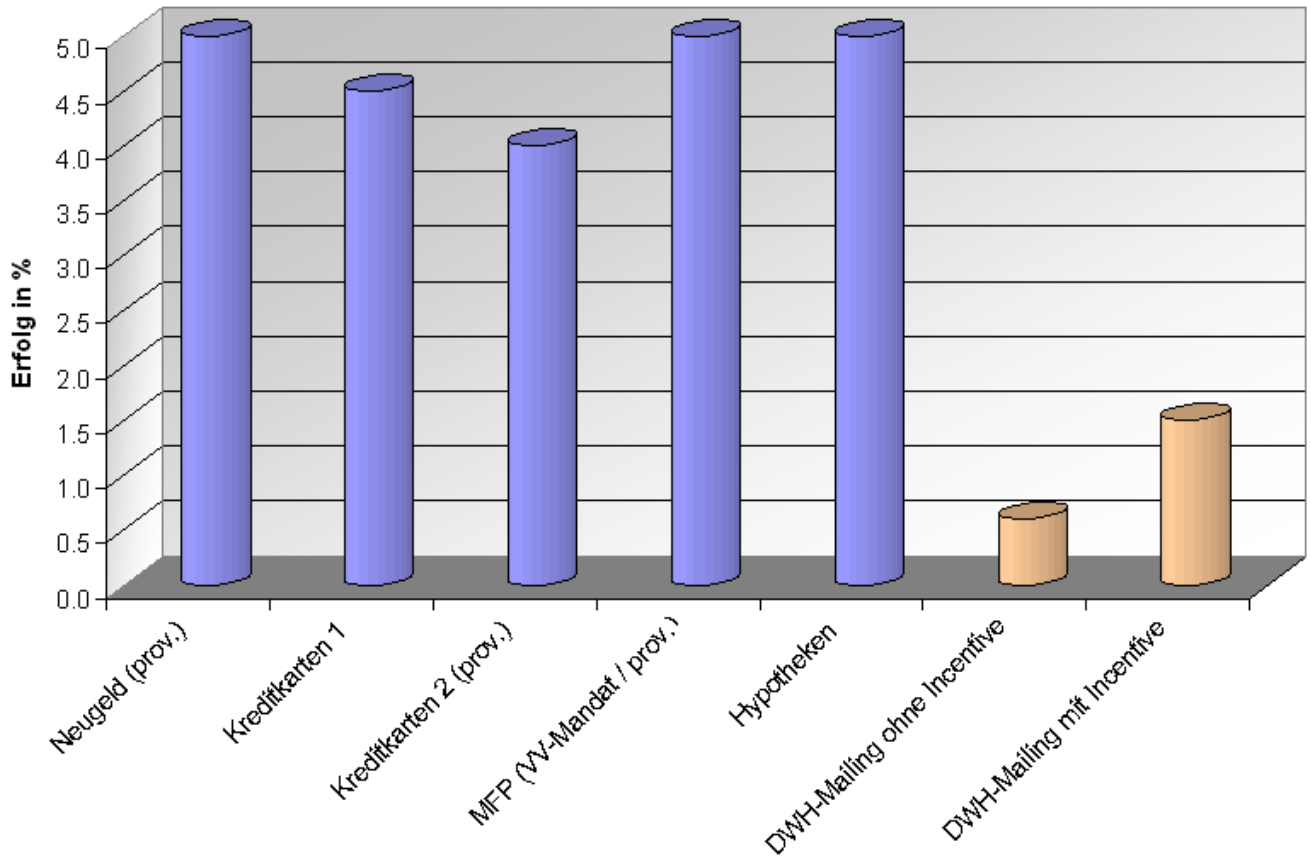
Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Bausteine zum Erfolg im Verkauf mit Leads.

1. CRM / Kundendaten
2. Leads zu Verkaufsschwerpunkten
3. Bestellung der Leads durch die Niederlassungen
4. Verkaufschancen/-prozess
5. Erfolgscontrolling und Erfolgsfaktoren

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

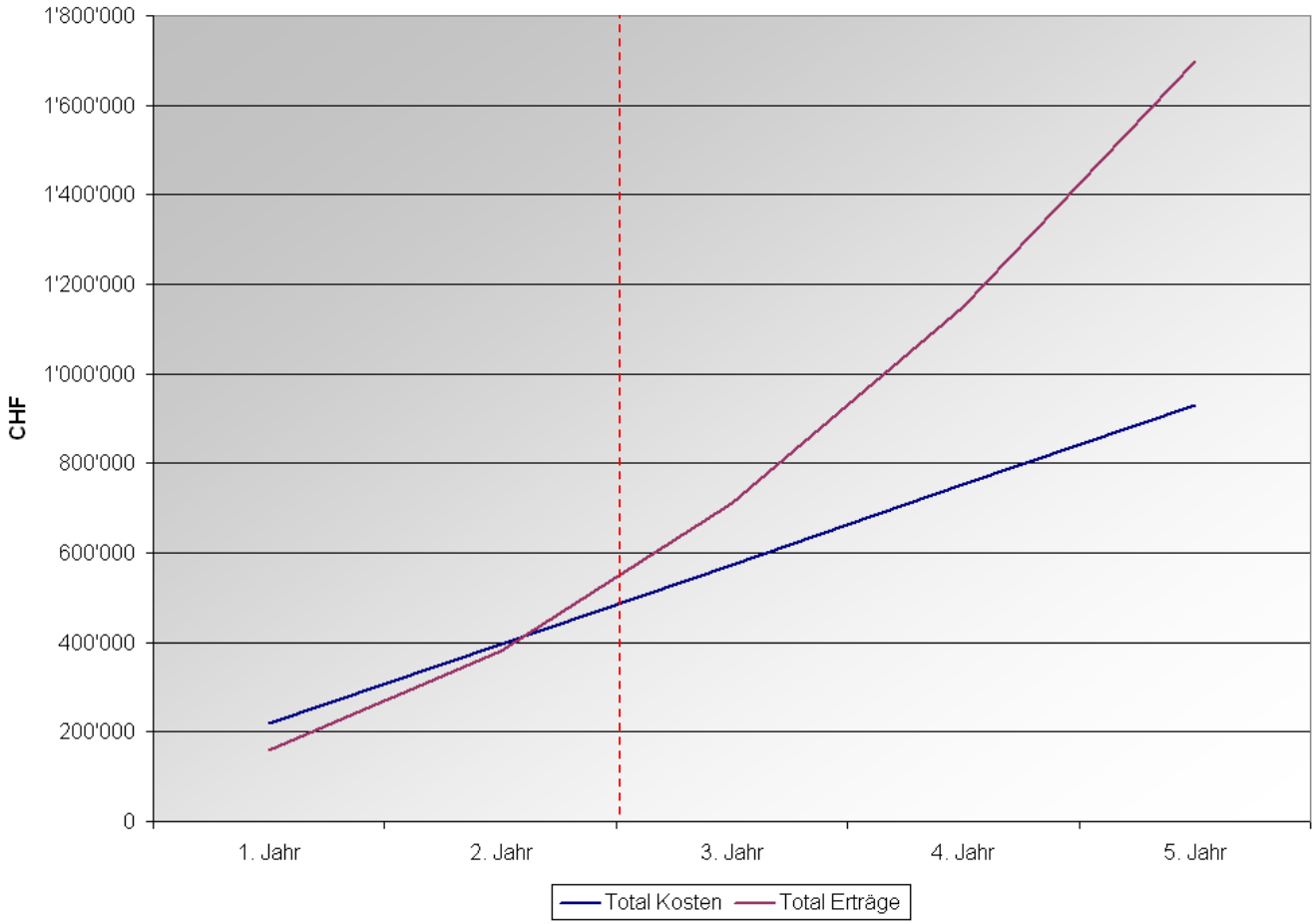
Erfolgscontrolling.



Im Vergleich zu konventionellen Mailings mittels DWH-Selektion sind die Leads mit einer Erfolgsquote von 4-5% wesentlich erfolgreicher.

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Erfolgscontrolling.



Der Break Even wird mit der Nutzung der Data Mining – Lösung am Ende des zweiten Jahres erreicht. Ab dem dritten Jahr steigen die Erträge überdurchschnittlich. *)

*) Modell zu Themenschwerpunkten Neugeld, Hypotheken und Kreditkarten.

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Warum sich Data Mining lohnt.

- Professionelles, zeitgemässes und zielgerichtetes Verkaufsmanagement.
- Gezielte Unterstützung der Kundenberater/innen bei der Zielerreichung.
- Bessere Potentialausschöpfung bestehender Kunden und Akzeptanz im Verkauf.
- Investitionskosten werden durch die höhere Erfolgsquote bei entsprechender Nutzung der Software amortisiert.
- Mit zunehmender Erfahrung nimmt die Erfolgsquote zu (Umsetzung der Learnings).

- Initialkosten.

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Erfolgsfaktoren im Einsatz von Data Mining.

- Möglichst vollständige Stamm- und Bewegungsdaten sind Voraussetzung für die Qualität der zur Verfügung gestellten Leads.
- Mehrwert der Leads wird durch die Kundenberatenden erkannt.
- Bewusster „Make or buy“-Entscheid für die Nutzung der Data Mining - Software je nach geplanter Nutzung und Einsatzmöglichkeiten.
- Nutzung aller technischen Möglichkeiten zur Unterstützung der Kundenberatenden im Verkaufsprozess.
- Ein strukturierter Verkaufsprozess sowie Verkaufsschulungen unterstützen den Erfolg bei der Bearbeitung der Leads massgeblich.

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.