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

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort
effektives Marketing mit Customer Intelligence

Fabian Kollros
Leiter Marketingservices, PostFinance

THE POWER TO KNOW.

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

Das Kerngeschäft von PostFinance: einfache und attraktive Finanzprodukte

Zahlen & Sparen

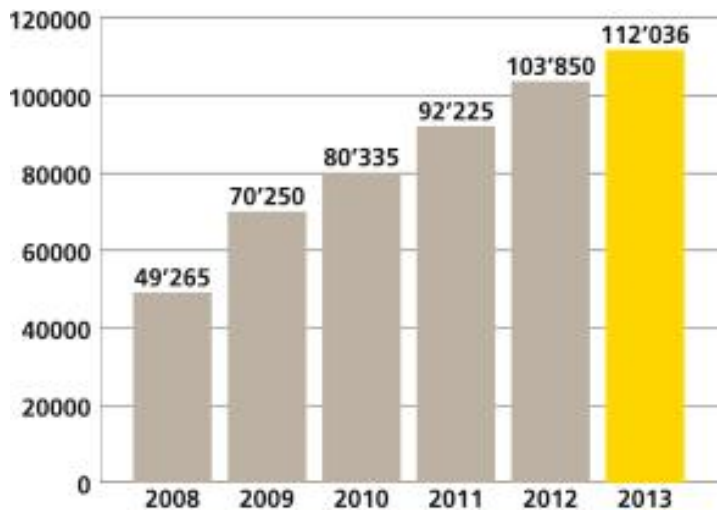
Vorsorgen & Anlegen

Finanzieren

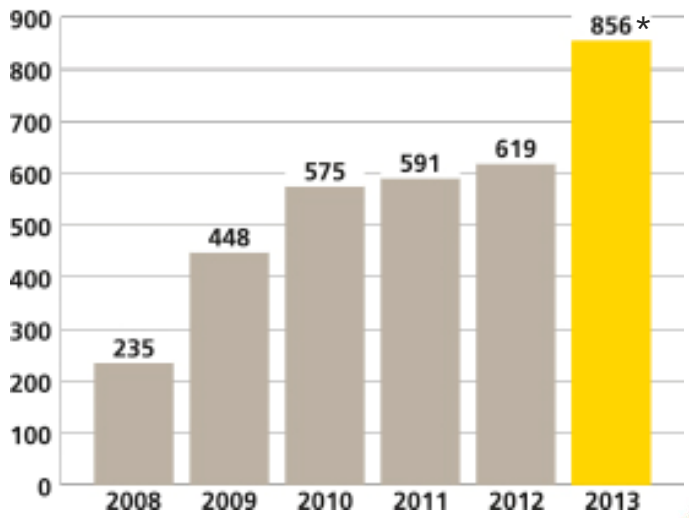
Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

PostFinance in Zahlen

Kundenvermögen (in Mio. CHF)
Immer mehr Kundinnen und Kunden vertrauen PostFinance ihr Geld an.



Unternehmensgewinn (EBT, in Mio. CHF)
Mit ihrem Beitrag ist PostFinance ein wichtiger Ertragspfeiler für den Post Konzern.

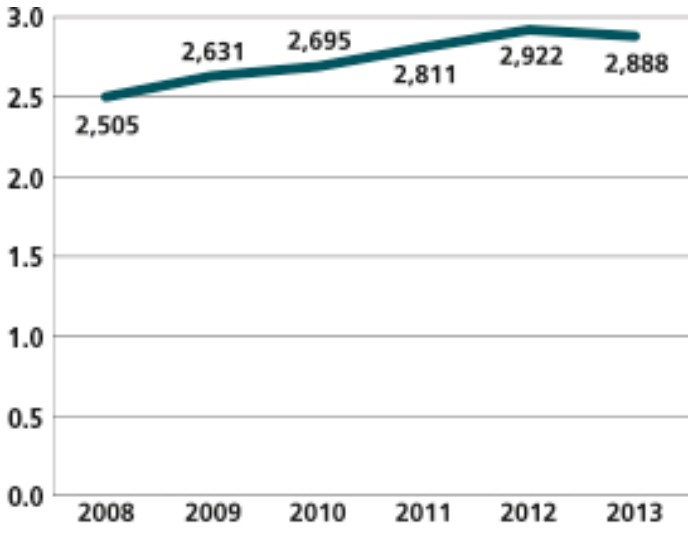


*Im EBT ist ein einmaliger Finanzerfolg aus dem Verkauf der Beteiligung Post Immobilien AG von 145 Millionen Franken enthalten.

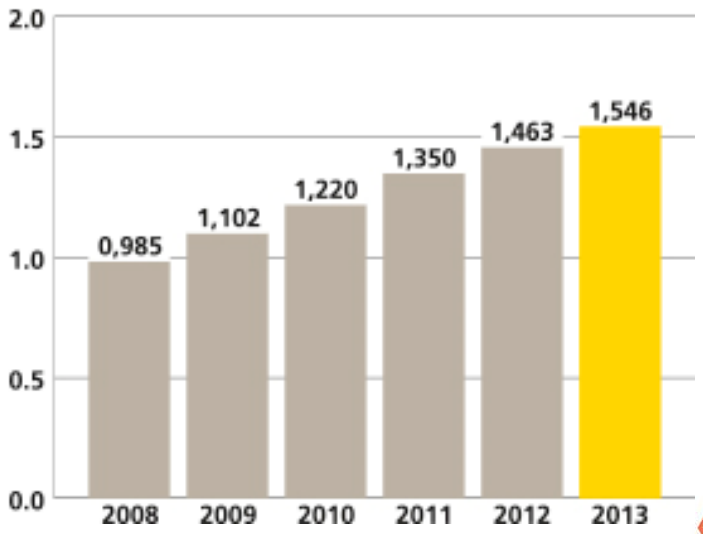
Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

PostFinance in Zahlen

2,888 Mio. Kundinnen und Kunden
PostFinance ist zum führenden Retailfinanzinstitut geworden.

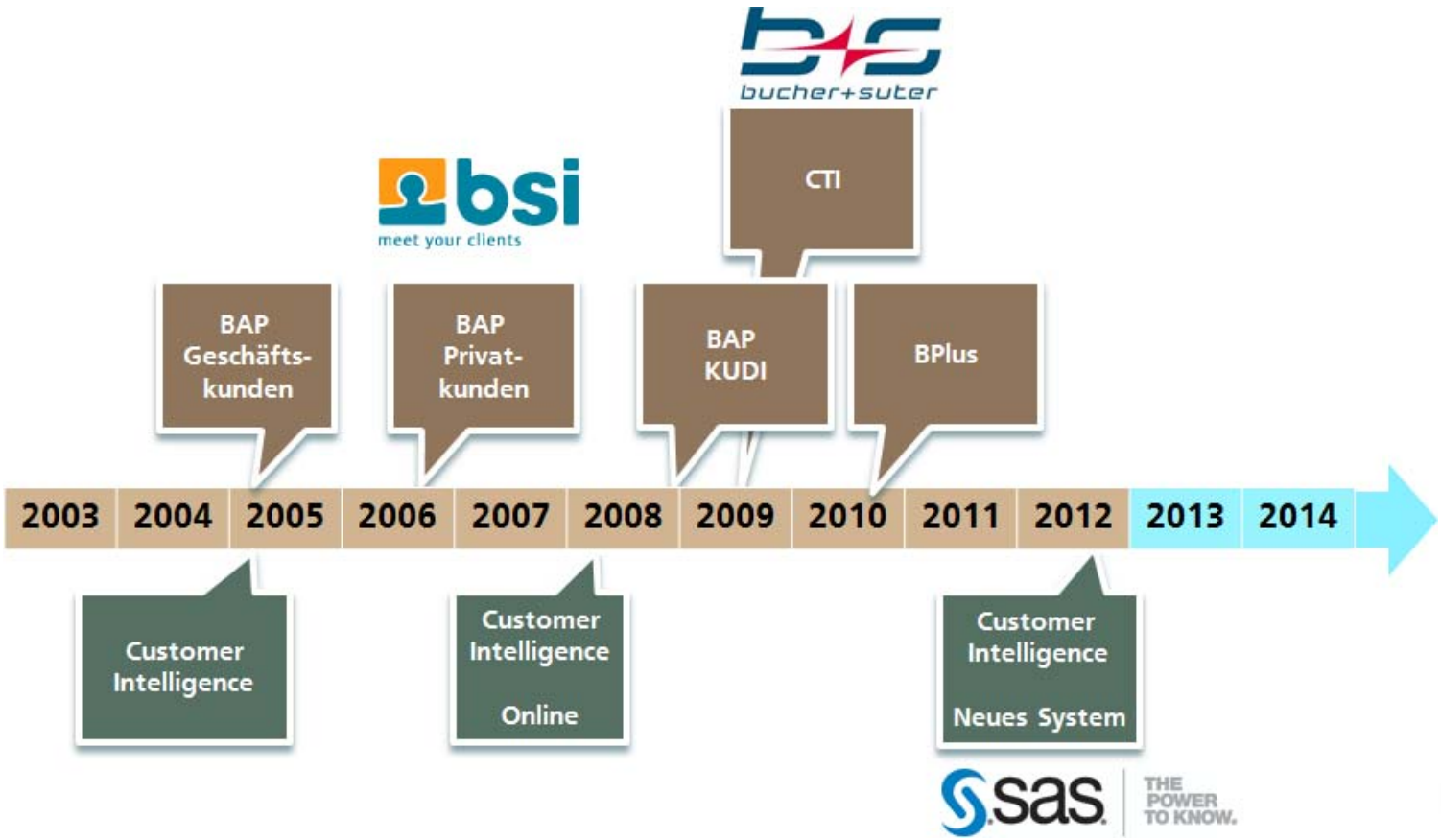


1,5 Mio. E-Finance Benutzer
Über 1,5 Mio. Kundinnen und Kunden erledigen alles rund ums Geld bereits online.



Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Meilensteine der CRM Infrastruktur



Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Vom “personalisierten” Direktmarketing…

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

über das “segmentorientierte” Dialogmarketing

BEISPIEL

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

zum ereignisbasierten Database-Marketing

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Weiterentwicklung der Marktbearbeitung

- Veränderte Werbewelt
- Andere, vielseitigere Kundenbedürfnisse
- Werbe- und Informationssättigung bei Kunden
- Neue Möglichkeiten mit datenbasiertem Marketing (SAS)
- Sinkendes Marktbearbeitungs-Budget
- Steigende Kundenzahl
- Weniger physischen Kundenkontakt
- Technologische Weiterentwicklung

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Grundsätze der Kunden- und Marktbearbeitung

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

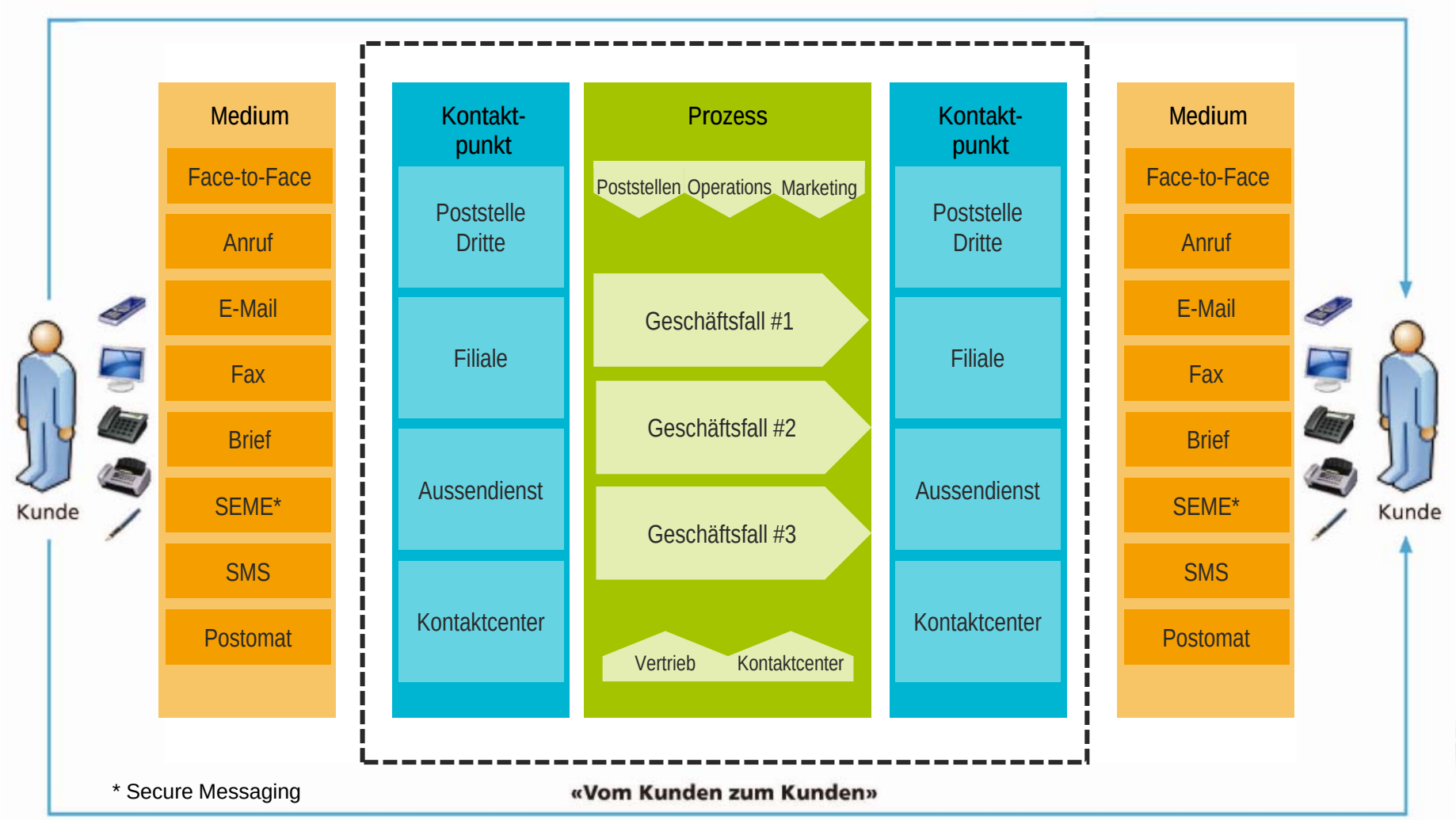
End-to-End und 360° Sicht

PostFinance will performante End-to-End Prozesse sowie ein komplettes Bild auf die Kunden haben.

- Kundenerlebniskette → End-to-End Kundenprozesse
- Einbezug aller Kontaktpunkte für Selektionen
- Zusammenspiel operatives und analytisches CRM

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Multidistributionstrategie PostFinance
360° Sicht



Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Förderung des Inbounds

PostFinance verfügt über mehrere Kontaktpunkte, an welchen die Kunden “freiwillig” mit PostFinance in Kontakt treten.

4 Mio. Anrufe ins Kontaktcenter
20 Mio. Logins ins E-Finance
60 Mio. Geldbezüge am Postomat

Nutzung der …

- Anrufe im Kontaktcenter
- Logins ins E-Finance
- Geldgeschäfte an den Postschaltern
- Geldbezüge am Postomat

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

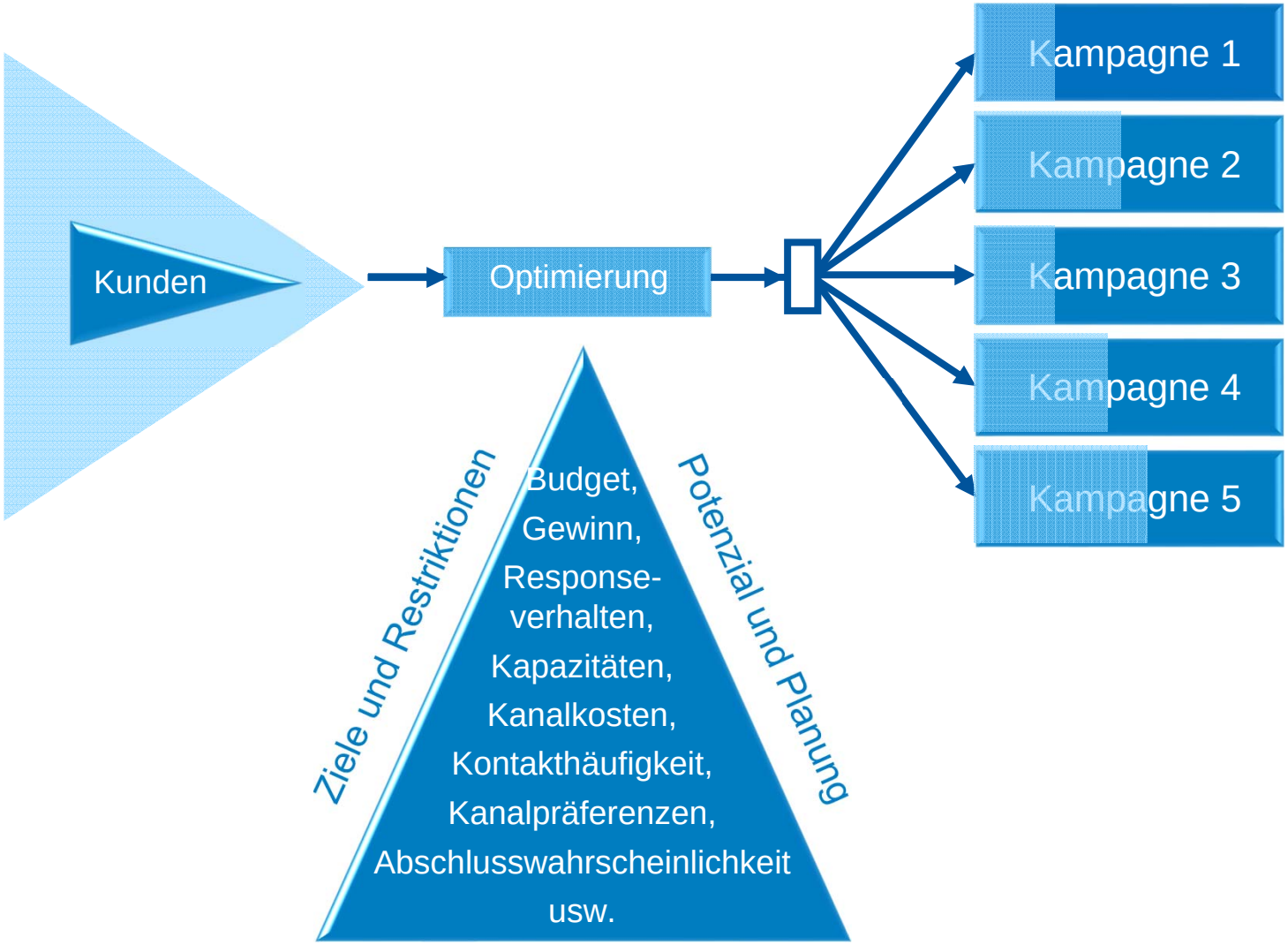
Kundenbeziehungsmanagement

PostFinance will dem richtigen Kunden das richtige Angebot über den richtigen Kontaktpunkt zum richtigen Zeitpunkt anbieten.

- Der richtige Kunde: Entwicklungspotenzial
- Das richtige Angebot: Next-Best-Product-Modell
- Der richtige Kontaktpunkt: Kanalaffinität und –sperren
- Der richtige Zeitpunkt: ereignisbasierte Kundenansprache

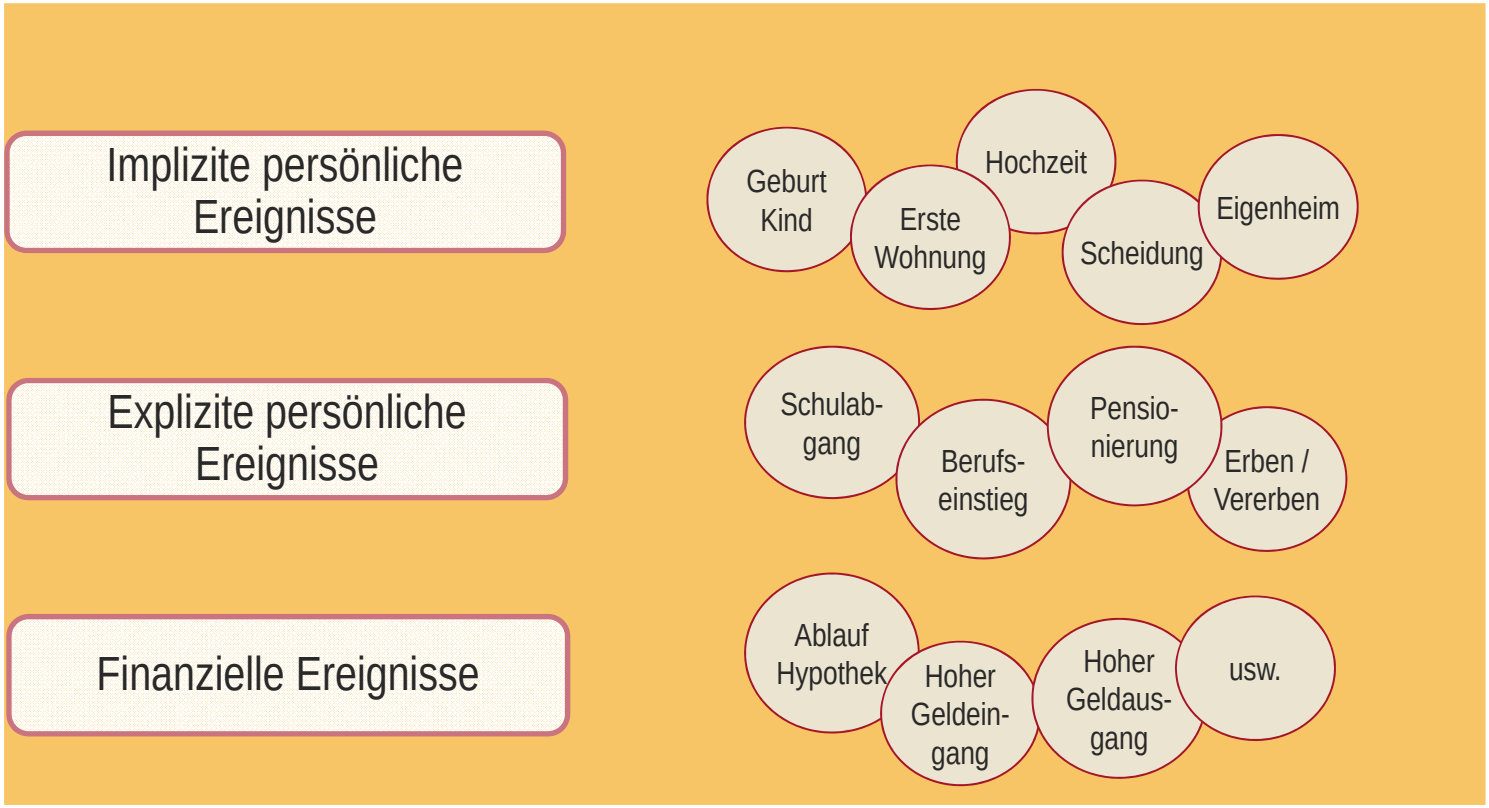
Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Das richtige Angebot



Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Der richtige Zeitpunkt



Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

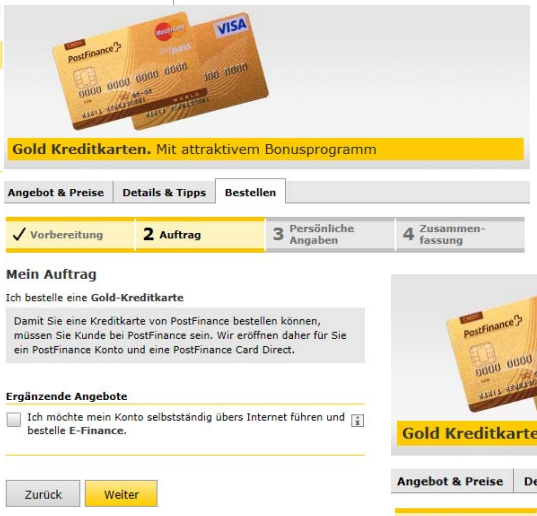
Selbständigkeit des Kunden

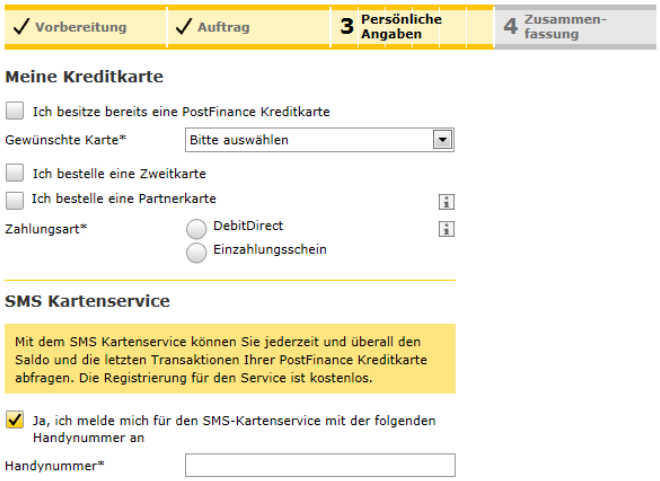
PostFinance will die erste Wahl für Kundinnen und Kunden sein, welche ihre Finanzen selbständig verwalten.

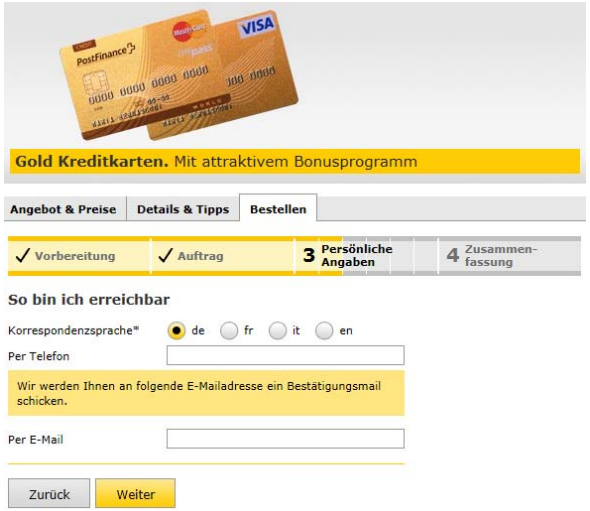
- Vermehrte Kommunikation über digitale Kontaktpunkte
- Selbständige Response- und Abschlussmöglichkeiten
- Aktive Vermarktung des digitalen Leistungsangebots

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Einfache Abschlussmöglichkeiten







Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

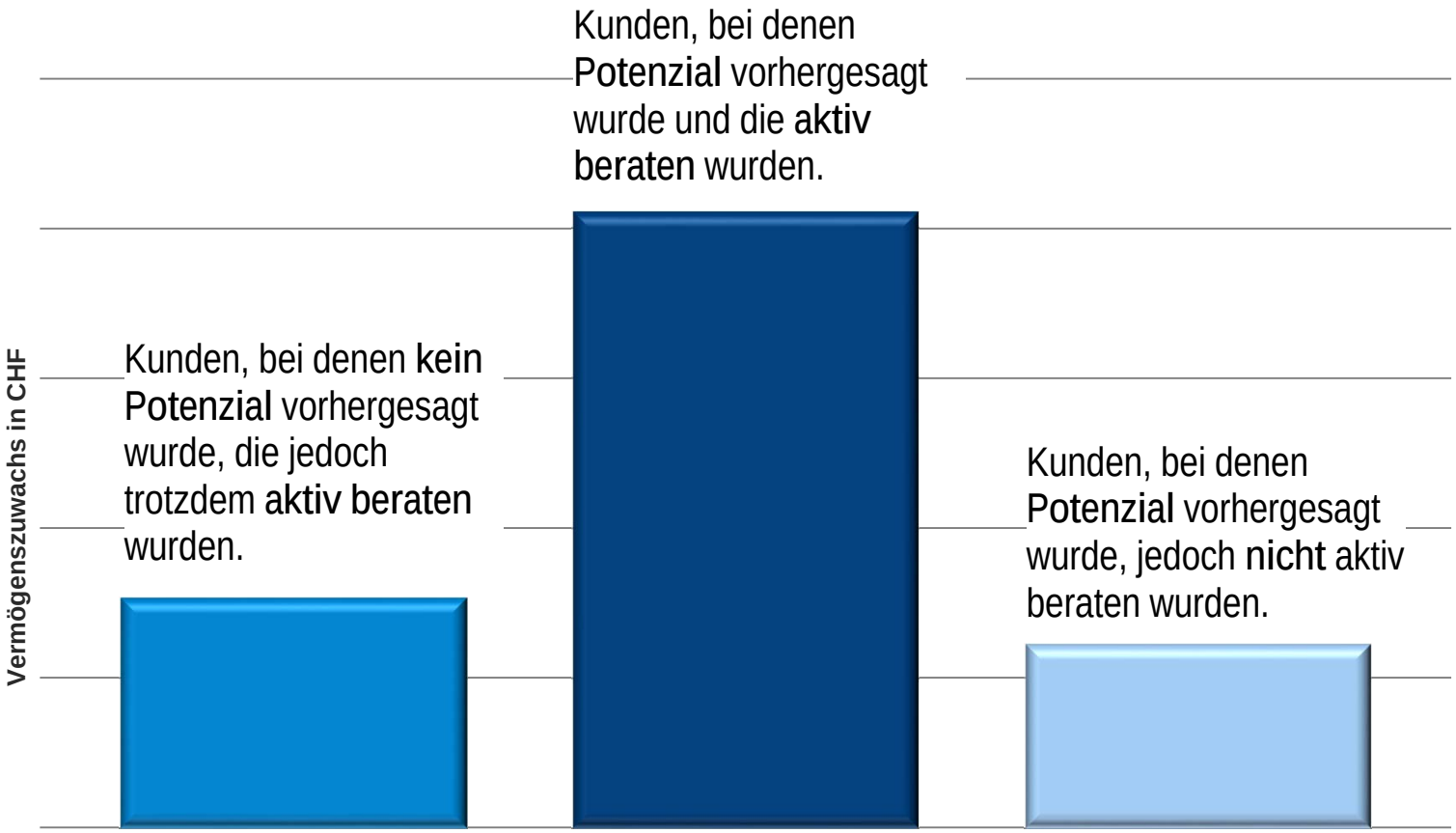
Customer Intelligence bei PostFinance

Aus den Daten Kundenwissen gewinnen

- 4’140’000 Mailings 2013 (inkl. Kommunikation zur AG Gründung)
- 2’900’000 bearbeitete Kunden
- 2’700’000 tägliche Crosssellingvorschläge
- 1’600’000 tägliche Betreuungshinweise
- 70’000 jährlich erfolgte Terminvereinbarungen
- 11’500 Mitarbeitende als Lead-Empfänger
- 161 jährlich einmalige Kampagnen
- 90 jährlich wiederkehrende Kampagnen

Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Der Nutzen



Copyright © 2014 SAS Institute Inc. All rights reserved.

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

Danke für Ihr Interesse!

Fabian Kollros
Leiter Marketingservices

Mobiltelefon: +41 79 515 12 15
E-Mail: fabian.kollros@postfinance.ch

THE POWER TO KNOW.

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