

Finanzdienstleistungen in einer neuen Ära des Kundenverständnisses

Wie Führungskräfte von Finanzdienstleistern
die fünf größten Herausforderungen von
heute bewältigen.



Einleitung

Führungskräfte in Finanzdienstleistungsunternehmen sind seit jeher bestrebt, zeitnah neue Technologien einzuführen, die ihre Aktivitäten optimieren und das Verständnis ihrer Kunden verbessern. In der heutigen Zeit ist das kein Alleinstellungsmerkmal mehr, das den Unterschied ausmacht. Es ist zu einer zwingenden Notwendigkeit geworden, da nun alle Finanzinstitutionen die Möglichkeit haben, mithilfe von Daten das Risikomanagement zu verbessern und die aufsichtsrechtlichen Anforderungen zu bewältigen.

Können also Daten die Antwort auf die steigenden Anforderungen der Branche sein? Ist ein herausragendes Kundenerlebnis bei zunehmender Regulierung möglich? Und nicht zuletzt: Können Sie, wenn Sie Ihr Risikomanagement neu aufstellen, Ihr gesamtes Unternehmen dabei einbinden?

Unsere Erfahrungen mit einigen der weltweit führenden Finanzdienstleistern legen nahe, dass dies alles durchaus möglich ist. Die Antwort auf diese Fragen ergibt sich daraus, wie Sie Ihre im Geschäftsalltag erfassten Daten nutzen. In diesem E-Book zeigen wir Ihnen, wie ein neuer Ansatz im Umgang mit Daten dem Finanzsektor bereits einen Schub verliehen und neue Kräfte freigesetzt hat.

- Sorgen Sie für echtes Verständnis der Kundenbedürfnisse
- Seien Sie der Regulierung immer einen Schritt voraus
- Ermitteln und reduzieren Sie Risiken
- Binden Sie das gesamte Unternehmen ein
- Beschleunigen Sie die digitale Transformation

88 %

der Kunden erwarten von Unternehmen, dass sie ihre digitalen Initiativen während der Pandemie beschleunigen.

Quelle: [Finextra](#)

64 %

der Finanzinstitutionen in der EU nutzen bereits Daten- und Analytics-Lösungen.

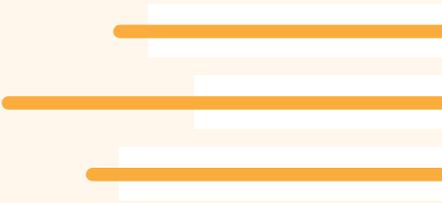
Quelle: [EBA 2020](#)

Sorgen Sie für echtes Verständnis der Kundenbedürfnisse

Mit der Entwicklung der Finanzdienstleistungen hat sich auch die Bedeutung, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, weiterentwickelt. Sie verlangen mehr Personalisierung und erwarten gleichzeitig, dass die Produkte einfach und leicht zu bedienen sind. Im Vergleich zu jeder anderen Branche sind Finanzdienstleistungsangebote von Natur aus komplex, aber die Transaktionen müssen sowohl schnell als auch reibungslos ablaufen.

Der Schlüssel, um die Kundenbedürfnisse zu erfüllen, ist zu verstehen, was seine Bedürfnisse tatsächlich sind. Es geht nicht mehr darum, auf Veränderungen im Markt zu reagieren, sondern darum, die Bedürfnisse Ihrer Kunden zu verstehen und sie zu erfüllen, bevor es Ihre Wettbewerber tun.

Und das bedeutet, alle Kanäle zu bedienen. Es bedeutet, eine herausragende Personalisierung zu liefern. Die Daten dazu haben Sie bereits, der Schlüssel liegt im Verständnis dieser Daten. Dann müssen Sie ein Kundenerlebnis bieten, das Ihre Kunden führt und nicht nur auf ihre aktuellen Bedürfnisse eingeht.



66 %

der Kunden erwarten von den Unternehmen ein besseres Verständnis ihrer speziellen Bedürfnisse und Anforderungen.

Quelle: [Finextra 2020](#)

Banken konnten das Wachstum allein durch Verbesserung des Kundenerlebnisses um **27,5 %** steigern.

Quelle: [Qualtrics](#)



Kundenerfolgsbericht: Charles Schwab



PROBLEM:

Charles Schwab ist eine der größten an der Börse notierten Finanzdienstleistungsfirmen in den USA. Bei 345 Vertriebsniederlassungen und 13 Kundenzentren war das Kundenerlebnis im gesamten Unternehmen aber nicht so einheitlich wie erforderlich. Aufgrund des steigenden Wettbewerbs war ein maßgeschneiderteres Kundenerlebnis unabdingbar.



LÖSUNG:

Schwab hat seine Niederlassungen und Zentren für das Nachverfolgen sowohl der Kundenaktivität als auch der Kundenzufriedenheit einheitlich ausgerichtet. Ziel war es, Erkenntnisse zu Klienten zu gewinnen, mit denen sich die Kundenbedürfnisse besser nachvollziehen lassen. Durch Verknüpfung der Daten mithilfe von Tableau kann sich die Unternehmensführung nun ein besseres Gesamtbild verschaffen – nicht nur für die einzelnen Regionen, sondern auch für jeden einzelnen Kunden.



ERGEBNISSE:

Schwab bietet den 140 Niederlassungsleitern und 1.200 Finanzberatern in den USA einen Zugang zu den richtigen Daten zum genau richtigen Zeitpunkt. Dadurch kann jede Niederlassung im Unternehmen sich intensiver den Kunden widmen und auf deren individuelle Anforderungen reagieren.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

140

Niederlassungsleiter und 1.200 Finanzberater überwachen mithilfe von Tableau die Leistung und passen das Kundenangebot an.

„Die Niederlassungen haben nun die Möglichkeit, sich intensiver mit den Klienten zu beschäftigen und zielführendere Diskussionen über deren Bedürfnisse zu führen“



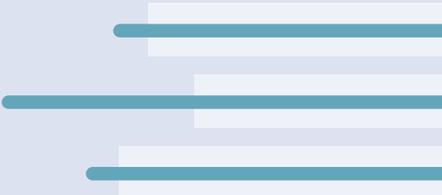
JACKIE CHIN
Vice President of Retail Analytics
Charles Schwab

Seien Sie der Regulierung immer einen Schritt voraus

In einem zunehmend fragmentierten globalen regulatorischen Umfeld müssen sich Finanzdienstleister mit zahlreichen Anforderungen in vielen verschiedenen Gebieten auseinandersetzen. Da sich die Branche in einer Phase des raschen Wandels befindet, sind viele dieser Anforderungen noch nicht endgültig festgelegt, was zur Folge hat, dass ihre Auswirkungen noch nicht vollständig erkannt wurden. Wenn Sie nur auf diese möglichen Anforderungen reagieren, verlieren Sie wertvolle Zeit.

Die Regulierung ist einer der größten Trends, die die Branche zu bewältigen hat. Verbesserte Datenfunktionen sind erforderlich, um die aktuellen Erwartungen zu erfüllen, z. B. die DSGVO innerhalb der EU. Dieser Trend wird sich wahrscheinlich fortsetzen, da die Aufsichtsbehörden verlangen, dass Daten häufiger und in einem schnelleren Zeitplan erfasst werden.

Da sich die Vorschriften verschärfen, ist es wichtig, vorbereitet zu sein. Ihre Daten können Ihnen einen vollständigen Überblick über Risiken, Verkäufe und Kundenergebnisse verschaffen und gleichzeitig kann die Erfassung dieser Daten dazu beitragen, künftigen gesetzlichen Anforderungen zuvorzukommen.



Das größte Problem für CEOs im Finanzbereich (50 %) ist Überregulierung. Dies ist seit 3 Jahren ein Hauptthema.

Quelle: [PwC](#)



Kundenerfolgsbericht: JP Morgan



PROBLEM:

Angesichts seiner bis in das Jahr 1799 zurückreichenden Wurzeln ist JP Morgan Chase & Co. eine der ehrwürdigsten Institutionen im US-Finanzbereich. Verdienste in der Vergangenheit sind aber keine Garantie für fortwährenden Erfolg. Das Unternehmen hat deshalb versucht, für die Entwicklung einer Zukunftsstrategie ein kompletteres Bild zu gewinnen, das zum einen Mitarbeiter unterstützen soll und mit dem sich zum anderen proaktiv auf kommende Regulierungen reagieren lässt.



LÖSUNG:

Das Führungsteam und die IT-Abteilung haben in Zusammenarbeit mit Tableau die Hürden für Geschäftsteams beseitigt und gleichzeitig eine Governance-Lösung in Verbindung mit Compliance, Prüfung und Risikomanagement entwickelt. Ziel war es, die Geschäftsteams zu unterstützen und gleichzeitig die internen wie externen Standards für die Daten-Governance zu verbessern.



ERGEBNISSE:

JPMC hat einen großen Sprung nach vorne gemacht in Richtung auf ein Selfservice-Datenmodell für Geschäftsbereiche, das Analysten in den Geschäftsteams die Möglichkeit gibt, Fragen an Daten zu stellen. Dadurch konnte der Zeitraum der Berichterstellung von Monaten auf Wochen verkürzt, die Transparenz erhöht und die Entscheidungsfindung verbessert werden. Im Ergebnis wurden die Möglichkeiten für Innovation und für ein besseres Verständnis der Kundenbedürfnisse erhöht.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Mehr als **500**
Teams nutzen Tableau für strategische Entscheidungen, die für den Erfolg der Bank entscheidend sind

„Selfservice in einem der am stärksten regulierten Bereiche – Benutzern gefällt das, weil sie nicht auf die IT warten müssen, und der IT gefällt es, weil die Benutzer zufrieden sind.“



SRIRAM BELUR

Head of Business Intelligence Delivery Centre
JP Morgan

Ermitteln und reduzieren Sie Risiken

Im Kern geht es bei Finanzdienstleistungen um Risikomanagement, aber der herkömmliche Ansatz des Risikomanagements ist nicht mehr zweckmäßig, wenn es darum geht, strategische Entscheidungen für das Unternehmen zu treffen. Eine neue Ära erfordert eine neue Herangehensweise an das Problem.

Nur wenige Finanzdienstleistungsunternehmen geben jedoch an, dass sie neue Technologien in ihre Risikomanagementfunktion integriert haben. Das Ergebnis ist, dass siloartige und redundante Praktiken fortbestehen, wodurch der gesamte Prozess nicht optimal ist. Die Nutzung von Daten kann helfen, Kosten- und Prozesseffizienzen zu überwinden und das Risikomanagement zu verbessern.

Mithilfe von Daten und Analysen können Finanzdienstleistungsunternehmen aufkommende Bedrohungen erkennen, Erkenntnisse zur Vorhersage und Warnung vor potenziellem Betrug gewinnen und das Risiko mindern. Der Schlüssel zu all dem ist die Bereitstellung eines Systems, das weitgehend frei von manuellen Prozessen und dem damit verbundenen Fehlerpotenzial ist.

Bis heute haben nur **35 %** der Finanzunternehmen eine Daten- und Analytics-Lösung zur Risikobewertung etabliert.

Quelle: [EBA](#)



Kundenerfolgsbericht: ABN AMRO



PROBLEM:

Mit mehr als 16 Millionen Handelstransaktionen pro Tag ist ABN AMRO Clearing einer der weltweit führenden Anbieter von Clearing- und Finanzdienstleistungen für börsennotierte Derivate und Wertpapiere gegen Geldleistung. Die Übernahme des Erfüllungs- und Abwicklungsrisikos, eine zentrale Säule der Geschäftstätigkeit der Bank, erfordert seit jeher eine detaillierte zeitnahe Überwachung.



LÖSUNG:

Um die Zahlungsvorgänge zu überwachen und um seinen Beitrag zu sicheren wie transparenten globalen Märkten zu leisten, hat sich ABN AMRO Clearing für Tableau entschieden. Mithilfe von Tableau kann die Bank vertrauenswürdige Echtzeitdaten sicher auswerten und die damit verbundenen Risiken minimieren.



ERGEBNISSE:

Durch die Analyse des Erfüllungsrisikos in Echtzeit mit Tableau konnten Geschwindigkeit und Agilität verbessert sowie Risiken reduziert werden, auch wenn der Bedarf in diesem Kontext zuletzt dreimal höher als der Tagesdurchschnitt war.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Einfache Überwachung
und Analyse von über

40.000

Zahlungsvorgängen täglich
zu Spitzenzeiten.

„Tableau bietet uns die Möglichkeit, die Erfüllungsrisiken problemlos auch in schwierigen Märkten und sehr viel effizienter als bisher zu bewältigen.“



ROOS JANSSEN
Head of Client Operations
ABN AMRO

Binden Sie das gesamte Unternehmen ein

In einem so wettbewerbsintensiven Umfeld wie dem der Finanzdienstleistungen ist es immer wichtig, das Beste aus Technologie und Mitarbeitern herauszuholen. Führungskräfte müssen einen klaren Überblick haben, um die richtigen Entscheidungen zu treffen und für Effizienz und vor allem Innovation zu sorgen.

Der eigentliche Nutzen der Datentechnologie für Finanzdienstleistungsunternehmen liegt in der Fähigkeit, das Potenzial Ihrer Mitarbeiter freizusetzen. Eine funktionsübergreifende Sicht auf Ihre Abläufe gibt Ihnen Einblick in die Rollen und Funktionen im Unternehmen und eine klare Vorstellung davon, wo Sie den größten Wert schaffen können. Die Ausrichtung innerhalb des Unternehmens hängt davon ab, dass alle Mitarbeiter die Probleme verstehen und an Lösungen arbeiten.

Eine einzige Erkenntnisquelle zu haben, macht dies möglich. Ein erkenntnisorientierter Ansatz mit funktionsübergreifendem Verständnis ermöglicht es Ihnen, sich mit Sicherheit und Geschwindigkeit und in großem Umfang anzupassen. Agilität gedeiht mit Ausrichtung.



78 %

der Führungskräfte im Finanzbereich stimmen überein, dass die Unternehmen unter hohem Wettbewerbsdruck stehen und Innovation auch im Hinblick auf das Personal und die Unternehmensstruktur möglich machen müssen.

Quelle: [Accenture](#)

7–10 % der Aufgaben im Finanzbereich können bis 2025 automatisiert und **43–48 %** durch Technologie optimiert werden.

Source: [Accenture](#)



Kundenerfolgsbericht: AON



PROBLEM:

AON ist das weltweit führende Unternehmen für Consulting Services. Es hat sich durch schnelle Bereitstellung präziser Daten-Analytics für seine Kunden einen Namen gemacht. Nach eingehender Prüfung seiner Prozesse hat sich AON entschieden, seine unterschiedlichen Analytics-Tools durch eine andere Lösung zu ersetzen.



LÖSUNG:

Für diese interne Transformation hat AON Tableau eingeführt. Durch Zusammenführen der verschiedenen Datenpunkte hat AON seine zentrale Daten- und Analytics-Plattform zur Risikokontrolle neu konzipiert. Tableau gewährleistet nun die Einheitlichkeit dieser Plattform sowie anderer interner und nach außen gerichteter Plattformen.



ERGEBNISSE:

Die Teams von AON haben positiv auf diese neue Initiative reagiert. Eine leidenschaftliche interne Community schafft nun für das Unternehmen und seine Klienten die Grundlage für eine bessere und schnellere Entscheidungsfindung im Geschäftsbetrieb und unterstützt die Anwendung sowie Weiterentwicklung von Best Practices für Daten.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

50.000

Kollegen in 120 Ländern verbessern die Ergebnisse für Kunden durch Nutzung firmeneigener Daten und Analytics für Erkenntnisse, die Risiken reduzieren und die Leistung verbessern.



GIUSEPPE TORTORICI

Business Intelligence & Visualisation Manager
AON

„Wir können jetzt Erkenntnisse sehr viel besser kombinieren und mithilfe von Visualisierungen Daten sozusagen zum Leben erwecken. Mit der intuitiven „Drag-and-Drop“-Oberfläche von Tableau lässt sich Analytics noch schneller durchführen und so die Zeit für die Erkenntnisgewinnung erheblich verkürzen.“

Beschleunigen Sie die digitale Transformation

Digital ist nicht nur der Weg der Zukunft, sondern auch der Weg der Gegenwart für Finanzdienstleister. Die Branche befindet sich mitten in einem entscheidenden Wandel, der zum Teil von den Kunden und zum Teil von den Möglichkeiten, die sich daraus ergeben, vorangetrieben wird. Unternehmen, die es versäumen, sich an diese neue digitale Realität anzupassen, sehen sich sehr realen und wachsenden Risiken gegenüber.

Daten sind das Herzstück dieser Transformation. Sie bergen ein immenses Potenzial für die Branche, und die Unternehmen bemühen sich, ihre Geschäftsmodelle neu zu gestalten, um dieses Potenzial voll auszuschöpfen. Aber Altsysteme und ein Mangel an relevanten Fähigkeiten können große Hindernisse darstellen.

Die Veränderung der Art und Weise, wie Sie Ihre Daten betrachten und mit ihnen umgehen, wird Ihnen helfen, Ihre digitale Transformation voranzutreiben. Beginnen Sie mit der Zusammenführung von Daten, die herkömmlich in Silos gespeichert waren. Dies kann dem Unternehmen helfen, veraltete IT-Probleme und langsame, lästige manuelle Prozesse zu überwinden. Eine Kultur der Innovation erwartet Sie – die Erschließung der Daten, die Sie bereits erfassen, ist der Katalysator.

44 %

der Finanzdienstleister kämpfen mit Schwierigkeiten bei der Einbindung neuer Technologien in die bisherigen Systeme.

Quelle: [Accenture](#)

Obwohl die meisten Finanzdienstleistungsfirmen um die Bedeutung von Analytics wissen, haben weniger als **20 %** deren Potenzial ausgeschöpft.

Quelle: [McKinsey](#)



Kundenerfolgsbericht: Garanti BBVA



PROBLEM:

Seit 1946 bietet die Garanti BBVA Bank Dienstleistungen in jedem Bereich der Bankbranche, von der Unternehmensfinanzierung bis zum Einzelhandel. Allerdings war die Bank lange Zeit noch sehr traditionell aufgestellt. Im Jahr 2017 wurde deshalb ein ehrgeiziges Projekt angestoßen, mit dem die 900 Filialen in digital orientierte Servicezentren umgewandelt werden sollten.



LÖSUNG:

Das Projekt wurde innerhalb von nur 18 Monaten abgeschlossen. Garanti hat im Zuge dessen Tableau im Unternehmen eingeführt. Die Bank konnte dabei mithilfe von Tableau auf effektive Weise die internen Datensilos auflösen, die sich im Laufe der Zeit gebildet haben, Daten frei verfügbar machen und eine einzige einheitliche Datenquelle zur Analyse der von der Bank erfassten Kundendaten entwickeln.



ERGEBNISSE:

Mit Abschluss des Projekts sind viele Bankmitarbeiter für die Analyse von Daten nicht mehr vom zentralen Analytics-Team abhängig. Sie nutzen nun zum ersten Mal Selfservice-Analytics und können jetzt selbstständig maßgeschneiderte Entscheidungen für ihre Kunden treffen sowie neue Einnahmequellen für die Bank erschließen.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Digitale Transformation von

900

Filialen in nur 18 Monaten.

„Durch die Verknüpfung von Oracle, Microsoft SQL und einer Reihe von Flat Files und Protokolldateien über Tableau haben wir eine einzige einheitliche Datenquelle geschaffen, die von allen Mitarbeitern und auf allen Unternehmensebenen genutzt werden kann.“



ARZU DILAVER

Workforce Optimisation und Service Quality Management Supervisor
Garanti BBVA

Wie Tableau Finanzdienstleistungsunternehmen bei der Nutzung des Potenzials von Daten für ihre Kunden und für ihr Geschäftsergebnis unterstützt

In der schnelllebigen Welt der Finanzdienstleistungsbranche haben die Unternehmen heutzutage nur eine Chance, wenn sie ihren Kunden problemfreie, aufeinander abgestimmte Komplettdienstleistungen anbieten. Alle diejenigen, die ihre Daten optimal nutzen, werden bestehen und Erfolg haben, alle anderen stehen vor einer ungewissen Zukunft.



Freie Verfügbarkeit von Fakten und Erkenntnissen im gesamten Unternehmen

Tableau bietet Selfservice, sodass jeder Erkenntnisse in Echtzeit gewinnen kann, um die richtigen datengesteuerten Entscheidungen zu treffen, auch und gerade in Zeiten volatiler Märkte.



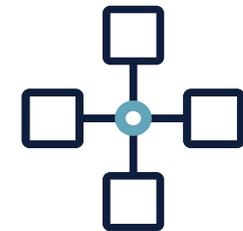
Echtzeitansicht des gesamten Unternehmens

Machen Sie sich ein Bild von der realen Geschäftssituation, um mit den integrierten Daten des gesamten Geschäftsbetriebs die richtigen Entscheidungen zu treffen – mit Daten, die immer auf dem neuesten Stand sind.



Durch Kundenverständnis die Erwartungen übertreffen

Tableau bietet Kundenanalysen und Erkenntnisse, mit denen Sie Ihre digitalen Möglichkeiten für Kundeninteraktionen erweitern können.



Gesamtbild für Führungskräfte

Unterstützen Sie eine erfolgreiche Ausführung der einzelnen Tätigkeiten im Unternehmen und geben Sie Führungskräften die Möglichkeit, sich über unser übergreifendes interaktives Dashboard ein Gesamtbild zu verschaffen.

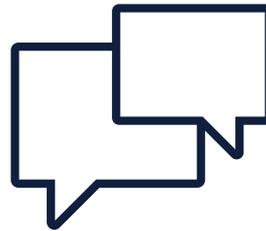
Was sind die nächsten Schritte?

Für jedes Unternehmen gelten für die hier dargestellten Probleme andere Prioritäten. Wir wollten zeigen, wie verschiedene Firmen diese mit Tableau bewältigen konnten. Vielleicht lässt sich genau das auf Sie übertragen. Dies ist aber nur der Anfang.



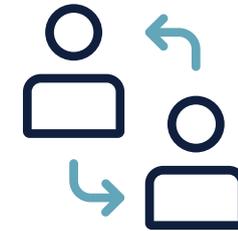
Lernen

Wir laden Sie ein, an unseren Führungskräfte-Briefings oder Webinaren unter tableau.com/de-de/ teilzunehmen. Sie finden dort eine Fülle an Informationen und Schulungsmöglichkeiten, die zeigen, wie wichtig ein aussagekräftiges Bild des Kunden ist.



Besprechen

Wenn Sie sich direkt darüber austauschen möchten, wie Tableau Sie bei der Lösung Ihrer Herausforderungen unterstützen kann, freuen wir uns auf ein Gespräch mit Ihnen. Kontaktieren Sie uns einfach und wir vereinbaren einen Termin.



Teilen

Beginnen Sie mit der Zusammenstellung Ihres Teams und beziehen Sie die Führung mit ein. Geben Sie dieses E-Book weiter, initiieren Sie Diskussionen und verschaffen Sie sich dann ein klareres Bild von Ihrem Kunden.



www.tableau.com