



# Signifikant mehr Abschlüsse durch digitalen Vertrieb

## Herausforderung

Kundenerfahrungen mit Online- und Videomedien sowie die steigende Digitalisierung verändern das Profil der Beratung. Nach einem ersten Gespräch sind die Kunden durchaus bereit, per E-Mail, Video-Chat oder ganz klassisch per Telefon mit ihrem Ansprechpartner in Kontakt zu bleiben.

## Lösung

Snapview ermöglicht einen virtuellen Beratungsraum mit Audio-, Video- und Bildübermittlung, wo der Kunde dem Berater sozusagen über die Schulter schauen kann. Die Lösung begleitet den gesamten Beratungsprozess von der Kontaktaufnahme über eine Internetseite, die Koordination von Terminen, die persönliche Beratung mit Live-Videoübertragung und Screen Sharing bis zum digitalen Vertragsabschluss mit elektronischer Unterschrift.

## Ergebnis

Die Kunden beurteilten die neue Beratungsform zu 90% positiv. Der Vertriebszyklus vom Erstkontakt bis zum Abschluss verkürzte sich. Im Vergleich zur herkömmlichen Beratung stieg die Abschlussquote signifikant.

### Herausforderung

Produkte wie eine Immobilienfinanzierung sind sehr komplex und beratungsintensiv. Privatkunden verfügen hier in der Regel über keinerlei Erfahrungen und sind deshalb unsicher und zurückhaltend. Sie erwarten neben günstigen Konditionen ein maßgeschneidertes Finanzierungsangebot und vor allem eine persönliche Beratung von hoher Qualität. Die Direktbank ING-DiBa geht hier mit einer digitalen Beratungsplattform für den Vertrieb einen neuen Weg. Mit erstaunlichem Erfolg.

” Für mehr als 70 Prozent der Befragten ist der Betreuer extrem wichtig

Bain-Studie „Was Bankkunden wirklich wollen“

Durch die Digitalisierung verändern sich auch im Bankensektor die Kundenbeziehungen. „Für mehr als 70 Prozent der Befragten ist der Betreuer extrem wichtig“, so die Bain-Studie „Was Bankkunden wirklich wollen“. Die Analysten waren überrascht, dass für Kunden das persönliche Gespräch mit dem Berater auch im Internetzeitalter entscheidend bleibt. Auch hier gelte der RoPo-Effekt (Research online, Purchase offline). „Aber schon heute zeigen vertiefende Kundeninterviews, dass die Beratung in vielen Fällen auch online erfolgen kann. Dabei wird künftig insbesondere der Video-Chat eine wichtige Rolle einnehmen.“ Der Grund: Kundenerfahrungen mit Online- und Videomedien sowie die steigende Digitalisierung verändern das Profil der Beratung. „Nach einem ersten Gespräch sind die Kunden durchaus bereit, per E-Mail, Video-Chat oder ganz klassisch per Telefon mit ihrem Ansprechpartner in Kontakt zu bleiben. So verbreiten sich in den USA mobile und Social-Media-Anwendungen von Banken noch schneller als in den 1990er-Jahren das Online-Banking.“

### Lösung

Mehr als 8 Mio. Kunden vertrauen der ING-DiBa. Sie ist die Bank mit den drittmeisten Kunden in Deutschland und laut Wirtschaftsmagazin „Euro“ auch Deutschlands „Beliebteste Bank 2016“. Die ING-DiBa konzentriert sich dabei auf wenige, transparente Produkte und günstige Konditionen. „Unsere Kunden werden immer digital-affiner und sie erwarten hier mehr Funktionen und Angebote. Dabei soll das Banking auch Spaß machen. Deshalb haben wir die

## Kundenfallstudie

Möglichkeiten einer neuen digitalen Beratungsplattform für den Vertrieb intensiv erprobt und mit der Liveberatung eine attraktive Beratungsform gefunden“, berichtet Jan Timo Bender, Leiter des Projekts „Liveberatung“ bei der ING-DiBa.

Die Liveberatung erweitert die bisherigen Kontaktformen Telefon, E-Mail und Internetseiten um eine browsergestützte Onlinekommunikation. „Bei der Liveberatung ist unser Berater völlig ortsunabhängig über einen der gängigen Browser per Bild und Ton mit seinem Kunden verbunden. Wir nutzen den direkten Onlinekontakt, um beispielsweise mögliche Finanzierungsoptionen Schritt für Schritt zu entwickeln“, so der Projektleiter. Berater und Kunde haben dabei den gleichen Bildschirminhalt vor Augen (Bildschirmübermittlung in Echtzeit). Der Kunde kann so jede Eingabe des Beraters verfolgen, sofort Rückfragen stellen oder Änderungswünsche formulieren. „Das Online-Tool ermöglicht es dem Berater, mit einem digitalen Stift auf der gerade sichtbaren Onlinemaske etwas zu markieren oder hervorzuheben. Durch diese visuelle Unterstützung werden auch komplexe Beratungsschritte sofort transparent und verständlich“, verweist Jan-Timo Bender auf die neuen Möglichkeiten im Beratungsgespräch.

” Die wichtigste Anforderung an eine solche Lösung war die Akzeptanz durch Kunden und Berater

Jan-Timo Bender, Leiter des Projekts

Der Projektleiter bei ING-DiBa erläutert die Herangehensweise und Erfahrungen des neuen Beratungsansatzes: „Die wichtigste Anforderung an eine solche Lösung war die Akzeptanz durch Kunden und Berater. Das wiederum erforderte eine maximal einfache Bedienung bei einem maximal hohen Datenschutzstandard. Und schließlich sollten sich die Investitionen auch rechnen und höhere Abschlussquoten ermöglichen“, fasst Jan-Timo Bender die Anforderungen zusammen.

Zu den Voraussetzungen zählte lediglich ein Webbrowser zur Onlinekommunikation per Bild und Ton, ohne dass auf Kundenseite eine zusätzliche Software-Installation notwendig ist. Schließlich sollte die Liveberatungslösung nahtlos in die interne Beratungsplattform integriert werden und dem Kunden das Erscheinungsbild der ING-DiBa vermitteln.

„Der Beratungsprozess bei der Immobilienfinanzierung ist sehr anspruchsvoll und erfordert vom Berater bereits die Einhaltung einer Vielzahl an rechtlichen und Bank-internen Normen und Vorgaben. Zusätzliche Änderungen in den Abläufen und im technischen Umfeld

## Kundenfallstudie

erfordern daher eine sehr gute Vorbereitung und eine intensive Begleitung, damit diese Neuerungen auch positiv aufgenommen werden“, beschreibt der Projektleiter eine zentrale Herausforderung des Projekts. „Die technischen Anforderungen waren durch einen professionellen und erfahrenen Partner sehr schnell lösbar. Für die Change-Prozesse haben wir uns allerdings bewusst viel Zeit genommen“, erklärt Jan-Timo Bender den auf 6 Monate angelegten Pilotprozess der Liveberatung.

Im Auswahlprozess wurde anhand einer Bewertungsskala aus mehreren Anbietern zunächst eine Vorauswahl getroffen und schließlich mit zwei verbliebenen Lösungen parallel ein 6-monatiger Pilottest durchgeführt. Am Ende wurde nach Auswertung der technischen Qualität, dem Feedback der Berater und Kunden sowie den Kosten der Lösung, die Entscheidung getroffen. „Wir hatten mit dem Anbieter Snapview die besten Erfahrungen gemacht. Die Stabilität und Übertragungsqualität, die sehr einfache Bedienbarkeit und auch der kompetente und schnelle Support waren am Ende entscheidend“, so der Projektleiter.

Snapview ermöglicht einen virtuellen Beratungsraum mit Audio-, Video- und Bildübermittlung, wo der Kunde dem Berater sozusagen über die Schulter schauen kann. Die Lösung begleitet den gesamten Beratungsprozess von der Kontaktaufnahme über eine Internetseite, die Koordination von Terminen, die persönliche Beratung mit Live-Video-Übertragung und Screen Sharing bis zum digitalen Vertragsabschluss mit elektronischer Unterschrift. Die Online-Kommunikations-Lösung Snapview steht als Public-Cloud-Lösung in einem Sicherheits-zertifizierten Rechenzentrum nach deutschem Datenschutzrecht zur Verfügung. Die technische Plattform wird aus Redundanzgründen und zur Ausfallsicherung (Failover) parallel in mehreren deutschen Rechenzentren betrieben.

Bei ING-DiBa können online während der Beratung verschiedene Berechnungsszenarien mit Alternativen beispielsweise bei Tilgung und Zinsbindung vergleichbar gemacht werden. Im Gespräch lassen sich beliebige Applikationsfenster oder einzelne Dokumente visualisieren. Auch die für eine Immobilienfinanzierung notwendigen Unterlagen können im Detail angesehen und besprochen werden.

Nach dem 6-monatigen Pilottest mit zwei Anbietern und der Entscheidung für Snapview wechselte das Projekt in die Projektgenehmigungsphase mit Bereitstellung des Budgets. In den folgenden 12 Monaten standen vor allem die Erfahrungen des Pilotteams aus u.a. fünf Beratern im Fokus des Projekts. Auch die Mitarbeiter von Snapview wurden eng eingebunden, Anregungen für technische Anpassungen und Erfahrungen für das Change-Management aufgegriffen. Schulungen, Coachings und eng getaktete Workshops sorgten für das notwendige Know-how und den Erfahrungsaustausch.

Die steigende Nutzung und die wachsenden Erfolge wurden intern breit kommuniziert und sorgten für das Interesse weiterer Berater und zur Bildung eines zweiten Pilotteams. In der folgenden Rollout-Phase wurde das Projekt schließlich auf acht Beraterteams erweitert und zudem erste selbstständige Vertriebspartner in das Projekt integriert.

## Kundenfallstudie

„Die Lösung ist einfach zu bedienen und die Berater hatten bei Fragen immer einen Ansprechpartner. Die durchweg zuverlässige technische Stabilität der Plattform hat schließlich für das notwendige Vertrauen gesorgt“, so der Projektleiter. Dabei hebt er auch die hohe Einsatzbereitschaft und große Flexibilität des Snapview-Anbieters hervor: „Wir haben schließlich auf die Cloud-Lösung umgestellt, Beratungsfunktionen überarbeitet und dank Snapview die Funktionalität der Bildschirmübertragung erweitert.“

Für Jan-Timo Bender sind die positiven Erfahrungen nicht zuletzt in der Einfachheit von Snapview begründet: „Die Lösung ist im Unterschied zu anderen Angeboten speziell für eine Anwendung optimiert. Die Kunden werden nicht durch überflüssige und störende Bedienelemente und Funktionen abgelenkt oder verunsichert.“ Durch die Integration der internen Beratungsplattform bleiben die Berater im für sie gewohnten Umfeld und die Kunden haben das Gefühl, neben dem Berater zu sitzen.

## Ergebnis

Die Kunden erhielten nach der Beratung einen Fragebogen und beurteilten die neue Beratungsform zu über 90 % positiv. Der Vertriebszyklus vom Erstkontakt bis zum Abschluss verkürzte sich. Im Vergleich zur herkömmlichen Beratung stieg die Abschlussquote signifikant; ein maßgeblicher Motivationsfaktor für Berater, diese Beratungsform stärker zu nutzen. „Wir freuen uns über die durch die Live-Beratung gestiegene Kundenzufriedenheit und sind zuversichtlich, dass mit der zunehmenden Digitalisierung dieser Service immer mehr nachgefragt wird.“

[www.ing.de](http://www.ing.de), [www.snapview.de](http://www.snapview.de)

---

### Über die ING in Deutschland

Mit über 9,5 Millionen Kundinnen und Kunden sind wir die drittgrößte Bank in Deutschland. Unsere Kernprodukte sind Girokonten, Baufinanzierungen, Spargelder, Verbraucherkredite und Wertpapiere. Bei der Kreditvergabe an kleine und mittlere Firmen arbeiten wir im Geschäftskundensegment Business Banking mit der Online-Plattform Lendico zusammen. Im Bereich Wholesale Banking bieten wir Bankdienstleistungen für große, internationale Unternehmen an. Mit über 6.000 Kolleginnen und Kollegen sind wir in Frankfurt am Main, Berlin, Hannover, Nürnberg und Wien vertreten.