

Kundeninterview mit WIR BANK

Onboarding vom Sofa ins WIR-Netzwerk digital in 12 Minuten



Gemeinschaft.
Mehrwert. Bank.



CREDITREFORM MONITORING

«digitale Kontoeröffnung von A bis Z – einfach und automatisch bonitätsgeprüft»

Der Begriff «Digitalisierung» ist in aller Munde und macht vor keiner Industrie halt. Auch die Finanzindustrie steht der Herausforderung gegenüber, ihre Prozesse so zu gestalten, dass Digitalisierung möglich wird. Zusammen mit Claudio Gisler, Mitglied der Geschäftsleitung WIR Bank Genossenschaft Basel, blicken wir hinter die Kulissen der Neukundengewinnung.

In 12 Minuten kann man bequem vom Sofa aus WIR-Kunde werden. Was passiert in diesen 12 Minuten?

Der Kunde wird in sieben einfachen Schritten durch den Eröffnungsprozess geführt. Der erste und wohl auch wichtigste Schritt ist die Eingabe seines Firmennamens – danach sind die meisten Felder wie von Zauberhand vorausgefüllt, denn im Hintergrund werden alle verfügbaren Daten zur Unternehmung von Creditreform geladen. Der Eröffner ergänzt die Informationen da, wo wir sie noch nicht kennen.

Dann entscheidet der Kunde, ob er die weiteren Schritte, wie z.B. die vorgeschriebene Identifikation des Eröffners auf althergebrachtem Weg oder lieber volldigital vollzieht. Wählt er zeitgemäss den volldigitalen Weg, identifiziert er sich bequem über Videochat und unterzeichnet so auch rechtsgültig den Vertrag. Einfacher geht es nicht.

Übrigens: Bei der WIR Bank geht der Prozess dann volldigitalisiert weiter. Es wird kein Blatt Papier ausgedruckt.

Zeigt das Online-Onboarding inzwischen die gewünschten Ergebnisse, und welche Herausforderungen mussten gemeistert werden?

Wenn man als erste Bank in der Schweiz einen solchen Service für Firmenkunden anbieten möchte, hat man mit juristischen, regulatorischen und technischen Herausforderungen zu kämpfen. Aber der Aufwand hat sich gelohnt! Heute nutzen rund 50% unserer Neukunden das Self-Onboarding – und von diesen wählt wiederum die Hälfte die volldigitale Videoidentifikation und Vertragsunterzeichnung. So konnten wir auch die Bearbeitungszeit massiv reduzieren. Der manuelle Aufwand ist für Eröffnungen über das Self-Onboarding 70% tiefer als über den klassischen Weg in der Filiale oder telefonisch über das Beratungszentrum.

Die Identifikation der Firmen, Eröffner und Kontrollinhaber wird über eine Schnittstelle zu Creditreform wesentlich erleichtert. So werden viele Daten automatisiert von Creditreform in die auszufüllenden Formulare übertragen. Inwiefern konnten Sie Ihre Prozesse dahingehend optimieren?

Für uns ist wichtig, dass wir von unseren Kunden nicht Daten erfragen, die öffentlich zugänglich sind. Deshalb reicht es, den Firmennamen anzugeben und wir beziehen alle verfügbaren Daten über Creditreform. Der neue Kunde muss also nur noch die Daten erfassen, die nirgends verfügbar sind – zum Beispiel das Geburtsdatum des Eröffners.

Übrigens erleichtert das nicht nur den Prozess für die Kunden ungemein, sondern es reduziert auch Fehler und so unnötiges Nachfragen.

Am Schluss der digitalen Kontoeröffnung wird über die Schnittstelle zu Creditreform eine Bonitätsprüfung durchgeführt. Wenn keine aktuelle Betriebsauskunft vorliegt, wird diese automatisiert bestellt und verarbeitet. Welche Erfahrungen machen Sie mit dieser Prüfung?

In einem Businessnetzwerk wie WIR ist es wichtig, dass alle teilnehmenden Firmen zuverlässige Geschäftspartner sind. Wir prüfen deshalb alle neuen Kunden auf die Bonität.

Dank dem vollintegrierten Service von Creditreform geht das für uns sehr einfach und schnell. Sollte keine aktuelle Betriebsauskunft vorliegen, wird diese automatisch eingeholt, ohne dass irgendein Mitarbeitender involviert ist. Auch der nötige Interessennachweis wird automatisch über die Schnittstelle an Creditreform geliefert. Der Mitarbeitende wird erst zur Prüfung der Eröffnung aufgefordert, wenn sämtliche Unterlagen vorliegen: So geht digitale Effizienz.

Übrigens: Wir überwachen auch danach laufend die Bonität unserer Kunden. Natürlich auch hier: mithilfe von Creditreform und einem digitalisierten Prozess.

Und wenn die Bonität negativ ist?

Wenn die Bonität nicht ausreichend ist, suchen wir das Gespräch mit den Unternehmen, um die Hintergründe zu verstehen. Je nach Fall geht der Spielraum von Eröffnung (mit oder ohne Auflagen) bis zu Ablehnung der Eröffnung.

Firmen mit ungenügender Bonität dürfen im WIR-System nicht mitmachen, denn in einem Businessnetzwerk ist die Zuverlässigkeit der Teilnehmer ein enorm wichtiger Faktor.

Sie haben im letzten Jahr ein CRM-System eingeführt. Was waren die Beweggründe?

Unser übergeordnetes Ziel ist, unseren Kunden zu mehr Umsatz, mehr Ertrag sowie neuen und treuen Kunden zu verhelfen. Um das zu erreichen, müssen wir die Kunden und ihre Bedürfnisse gut kennen – und zwar möglichst jeden einzelnen.

Das eben eingeführte BSI-CRM hilft uns dabei enorm. Erstmals haben die Kundenberaterinnen und Kundenberater alle Daten auf einen Blick. Diese neue zentrale Datenbank ermöglicht es uns, künftig Angebot und Nachfrage aktiv zusammenzubringen: digital, schnell und individuell. Das CRM-System dient also als Basis für weitere Ausbauschritte und neuartige Services.

Zudem steuern wir mit dem CRM unsere kundenorientierten Prozesse und messen damit den Erfolg unserer Marketing- und Vertriebsmassnahmen. Und das kanalübergreifend und von Anfang bis Ende – wie sich das heute gehört.

Und natürlich automatisieren wir damit (zumindest einen Teil) unserer Marketingmassnahmen. Hierbei ist uns wichtig, dass es sich für die Kunden möglichst individuell und massgeschneidert anfühlt – denn nur so kriegen wir ihre Aufmerksamkeit.

Kundeninterview mit WIR BANK

Onboarding vom Sofa ins WIR-Netzwerk digital in 12 Minuten

Wie sieht die Kundenkommunikation bei der WIR Bank in fünf Jahren aus?

Wir sind überzeugt, dass digitale Kommunikationskanäle eine immer wichtigere Rolle spielen. Gerade als Bank bewegen wir uns da im Spannungsfeld zwischen Bequemlichkeit (Convenience) und Sicherheit. Für uns ist der Kundenwunsch matchentscheidend: So wie die Kunden gerne mit uns kommunizieren würden, so werden wir mit ihnen kommunizieren.

Wir haben schon vor über drei Jahren damit begonnen, unseren Kunden Kommunikationswege wie Webchat, Facebook, Twitter oder Instagram anzubieten. Damit gehören wir unter den Schweizer Banken sicher zu den Pionieren – und konnten so schon früh wertvolle Erfahrungen sammeln.

Integriert im CRM überwacht die WIR Bank bestehende Kunden auf Adress- und Bonitätsveränderungen. Welche Überlegung steckt dahinter und was passiert bei einer Veränderung?

In einem Businessnetzwerk wie WIR ist es wichtig, dass alle teilnehmenden Firmen zuverlässige Geschäftspartner sind. Und klar: Auch wir als Bank möchten Kunden, die unsere Gebührenrechnungen begleichen. Wir prüfen deshalb nicht nur neue Kunden auf gute Bonität, sondern überwachen auch die Bonität von bestehenden Kunden.

Bei Adressänderungen gehen die Banken leider gerne schnell vergessen. Für uns als Bank bedeutet das einen nicht zu unterschätzenden Abklärungsaufwand. Deshalb überwachen wir auch die Adressänderungen aktiv, um möglichst frühzeitig auf Änderungen aufmerksam zu werden.

Die Überwachung übernimmt Creditreform für uns. Stellt Creditreform eine Änderung fest, erhalten wir über eine Schnittstelle automatisch eine Mitteilung. Diese generiert in unserem CRM automatisch einen Workflow, der der richtigen Mitarbeiterin oder dem richtigen Mitarbeiter zur Bearbeitung zugewiesen wird.



Claudio Gisler
Mitglied der Geschäftsleitung
Claudio.Gisler@wir.ch

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel
Telefon: 0800 947 947
www.wir.ch

Claudio Gisler ist als Leiter Marketing und Produkte unter anderem auch für die verschiedenen digitalen Initiativen und sämtliche kundenorientierten Prozesse verantwortlich. Bereits 2016 etablierte er, als erste Schweizer Bank, eine durchgängig digitalisierte Kontoeröffnung für Firmenkunden und ermöglichte so ein Onboarding vom Sofa innert ca. 12 Minuten. Im letzten Jahr führte er ein CRM-System ein, das als Basis für künftige Prozessdigitalisierungen dienen wird.

Die WIR Bank Genossenschaft betreibt das grösste Business-Netzwerk der Schweiz – rund 30'000 Schweizer KMU berücksichtigen sich bevorzugt bei der Auftragsvergabe und bezahlen gegenseitig einen Teil des Auftragswertes in der Komplementärwährung WIR. Sie erhöhen so ihren Umsatz, gewinnen neue Kunden und verschaffen sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Grossunternehmen und Konkurrenten aus dem Ausland. Privatpersonen bietet die WIR Bank Spar- und Vorsorgeprodukte zu aussergewöhnlich guten Konditionen.