

REAL
PEOPLE.
REAL
BUSINESS.

EFS
CONSULTING

Customer Experience im Finanzsektor

Präferenzen der Young Professionals

Mehr Infos in unserer Studie 



EFS CONSULTING



Technologische Vorreiterrolle



Vertrauensaufbau



Nahtlose User Experience



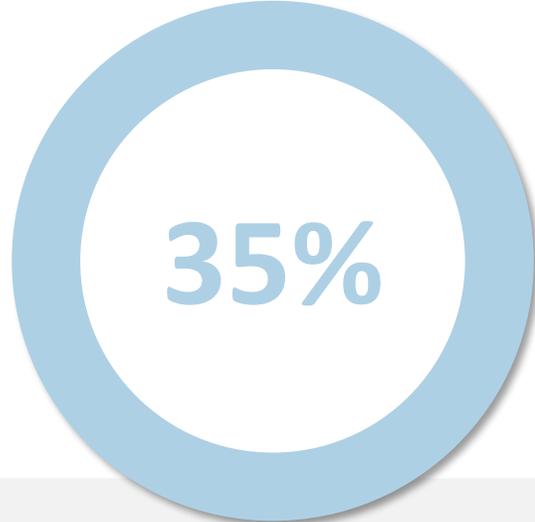
76%

**Sind Kund:innen bei
einer
österreichischen
Traditionsbank**



55%

**Besitzen ein zweites
Girokonto bei einer
weiteren Bank**



35%

**Haben ihr zweites
Girokonto bei einem
Fintech**

DIE BELIEBTESTEN FEATURES



Moderne Kontostand
Anzeige



Ausgaben Analyse



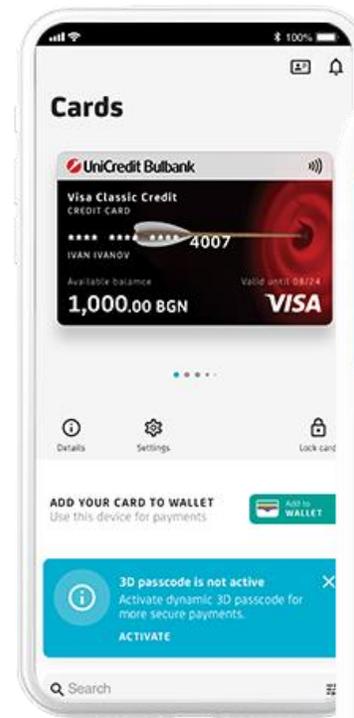
Kontodetails & Mobile
Geldbörse



Sparziel Funktionen



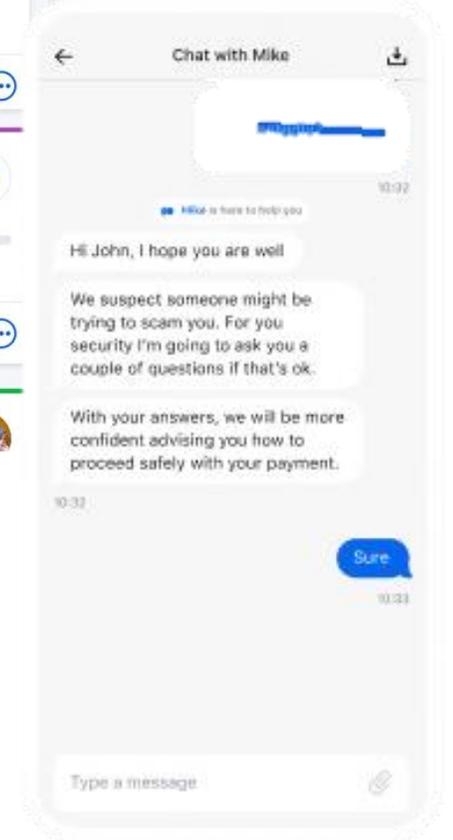
Live-Kund:innenservice



UniCredit Bank



Erste



Revolut



N26

NEGATIVE FAKTOREN



ChatGPT / Dall-E generiert

Schlechtes User-Interface



Mangel an relevanten Funktionen



Langwierige Authentifizierungsverfahren



Minderwertige Chatbots

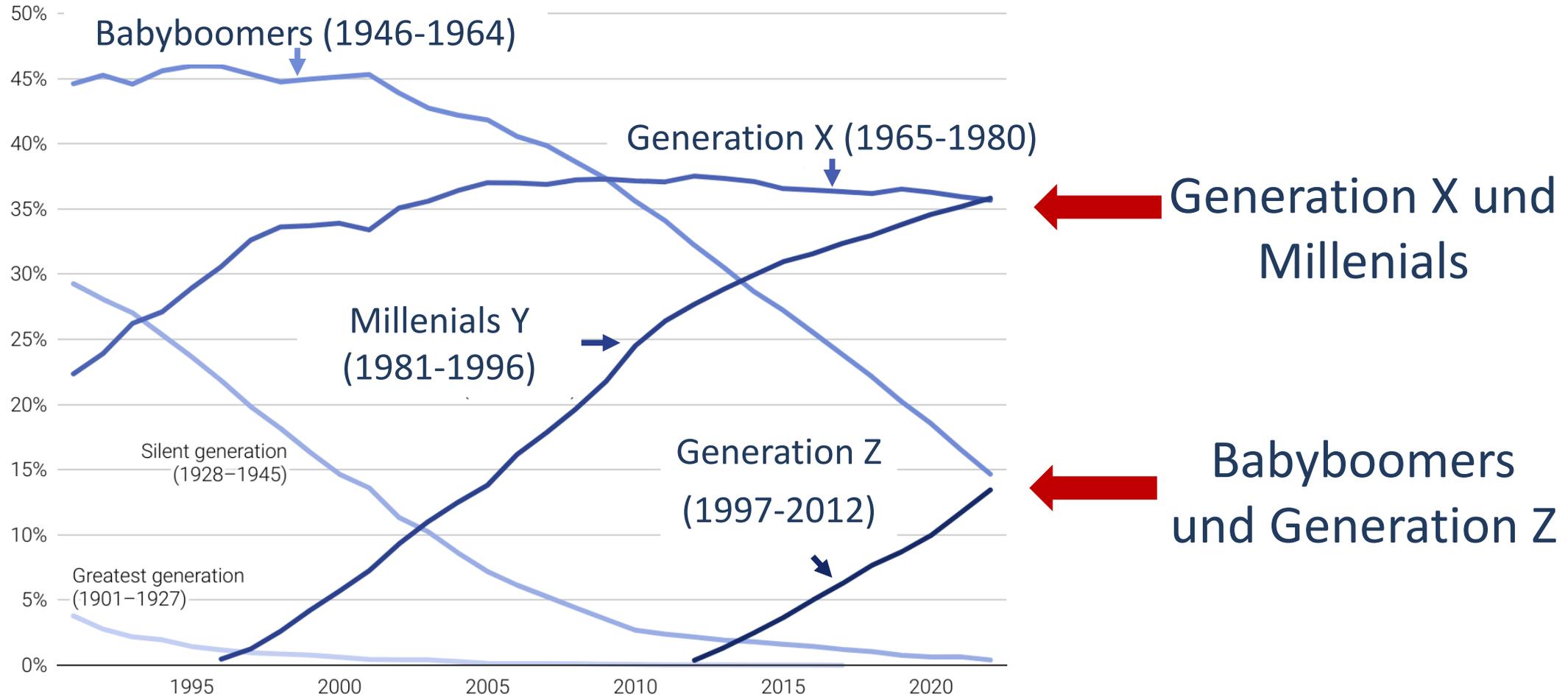


Technische Probleme



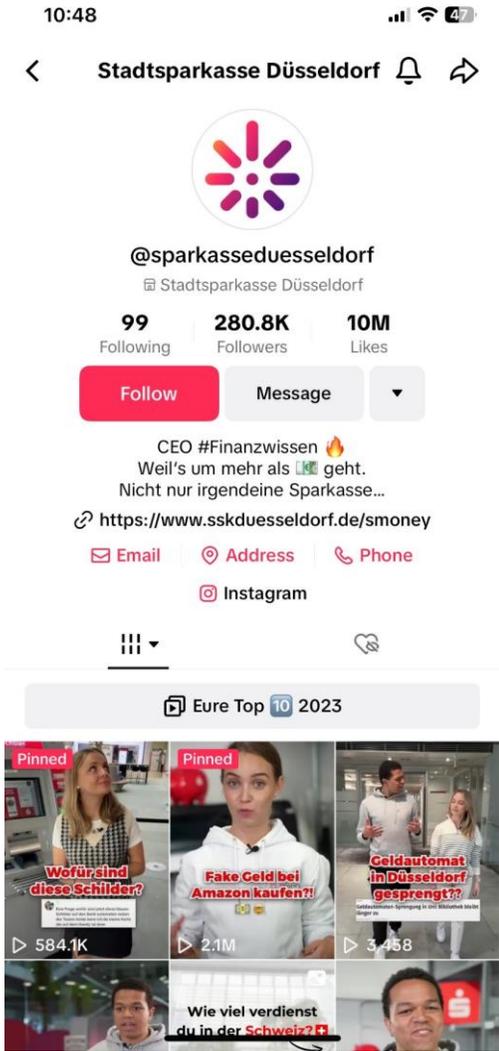
STEIGENDE RELEVANZ ALS ZIELGRUPPE

Erwerbsbevölkerung nach Generation 1991–2022, in %

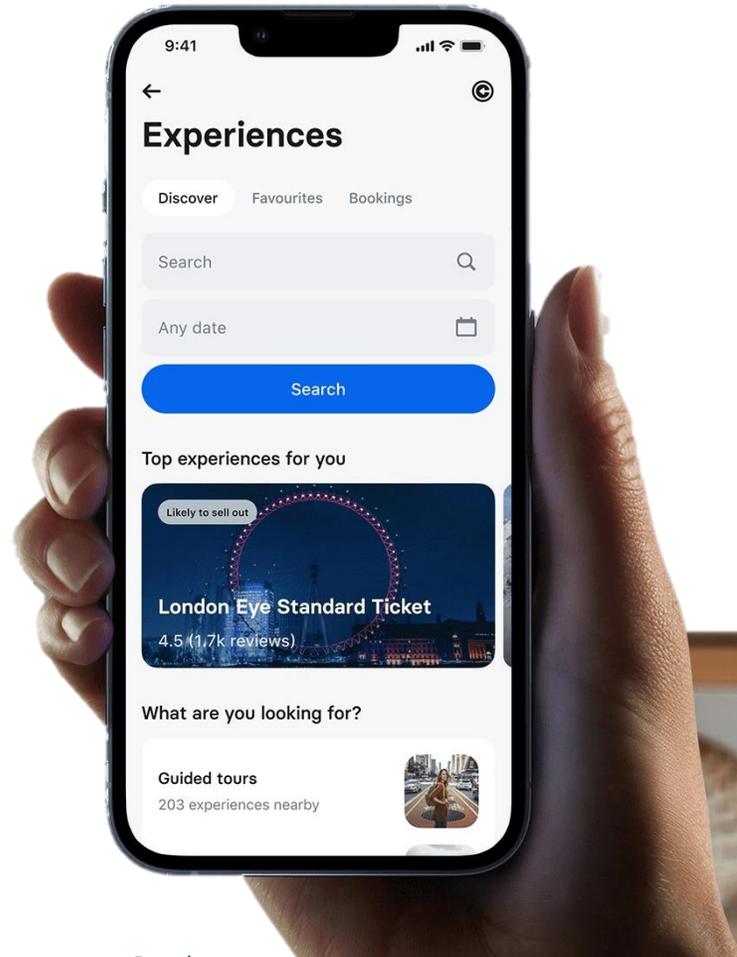


Quelle: BFS – Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

© BFS 2023



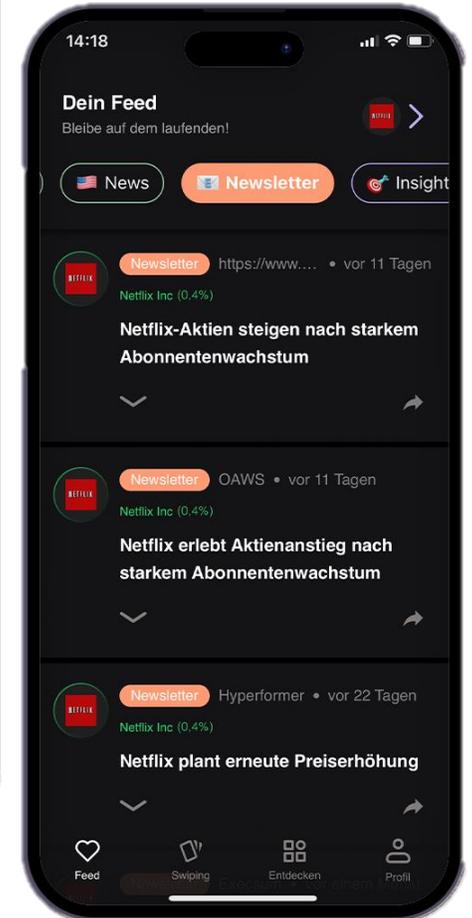
Stadtsparkasse Düsseldorf



Revolut



Vickii



CUSTOMER EXPERIENCE JOURNEY





Technologische Vorreiterrolle



Vertrauensaufbau



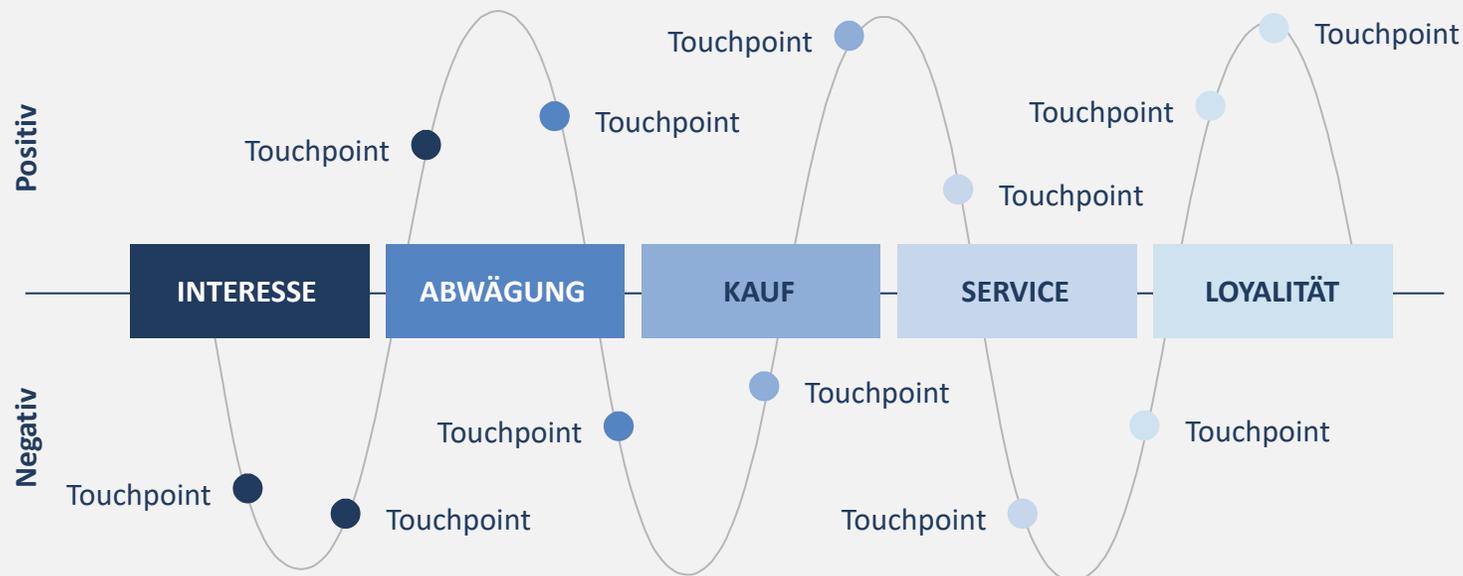
Nahtlose User Experience



Appendix & Kontaktdetails

WAS IST CUSTOMER EXPERIENCE (CX)?

Customer Experience ist die Summe aller Interaktionen und Erlebnisse eines Kunden mit einem Unternehmen, die seine Zufriedenheit und Loyalität beeinflussen



Customer Experience (dt. Kund:innenerlebnis), auch bekannt als **CX**, beschreibt die **Wahrnehmung**, die **Kund:innen** von einer **Marke** oder einem **Unternehmen** haben.

Es umfasst dabei **alle Erfahrungen** und **Interaktionen**, die **Kunden** an **verschiedenen Kontaktpunkten (Customer Journey)** mit der **Marke sammeln**.



WAS HABE ICH VON CUSTOMER EXPERIENCE?

Kundenorientierung zahlt sich aus – Zufriedenheit fördert Loyalität, stärkt den Ruf des Unternehmens und unterstützt Umsatzwachstum und NeuKundenakquise



Eine **herausragende Kund:innenerfahrung** ist für Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Sie fördert die **nachhaltige Bindung** und **Loyalität** ihrer Kund:innen und hat **positiven Einfluss** auf **Umsatzwachstum**, **Produktverkäufe** und **Preissensitivität**



86 % der Kund:innen sind bereit, **mehr für eine bessere Kund:innenerfahrung zu zahlen**



+18 % **höhere Preise** nehmen **Kund:innen** in Kauf, wenn sie **hervorragende Erlebnisse** erfahren



81 % der **Kund:innen kaufen** nach einer positiven Erfahrung **erneut ein**



+54 % **höhere Umsatzwachstumsraten** von CX-Vorreitern gegenüber CX-Nachzüglern



77 % der Kund:innen **teilen ihre positiven Erfahrungen mit anderen**



+20 % **höhere Cross- und Up-Selling Raten** bei Unternehmen mit **hervorragendem Kundenkontakt**

WIE KANN DER CX REIFEGRAD GEMESSEN WERDEN?

Die Kundenorientierung der Organisation wird in 6 Dimensionen erfasst und bewertet. Der aktuelle Reifegrad wird entlang dieser Dimensionen abgeleitet

EFS CX-Quick-Check Merkmale:

Kundenzentrierung

Evaluiert alle bisherigen und derzeitigen CX-Initiativen und ermittelt den aktuellen Entwicklungsstand der Organisation in puncto Kundenzentrierung

6 Dimensionen

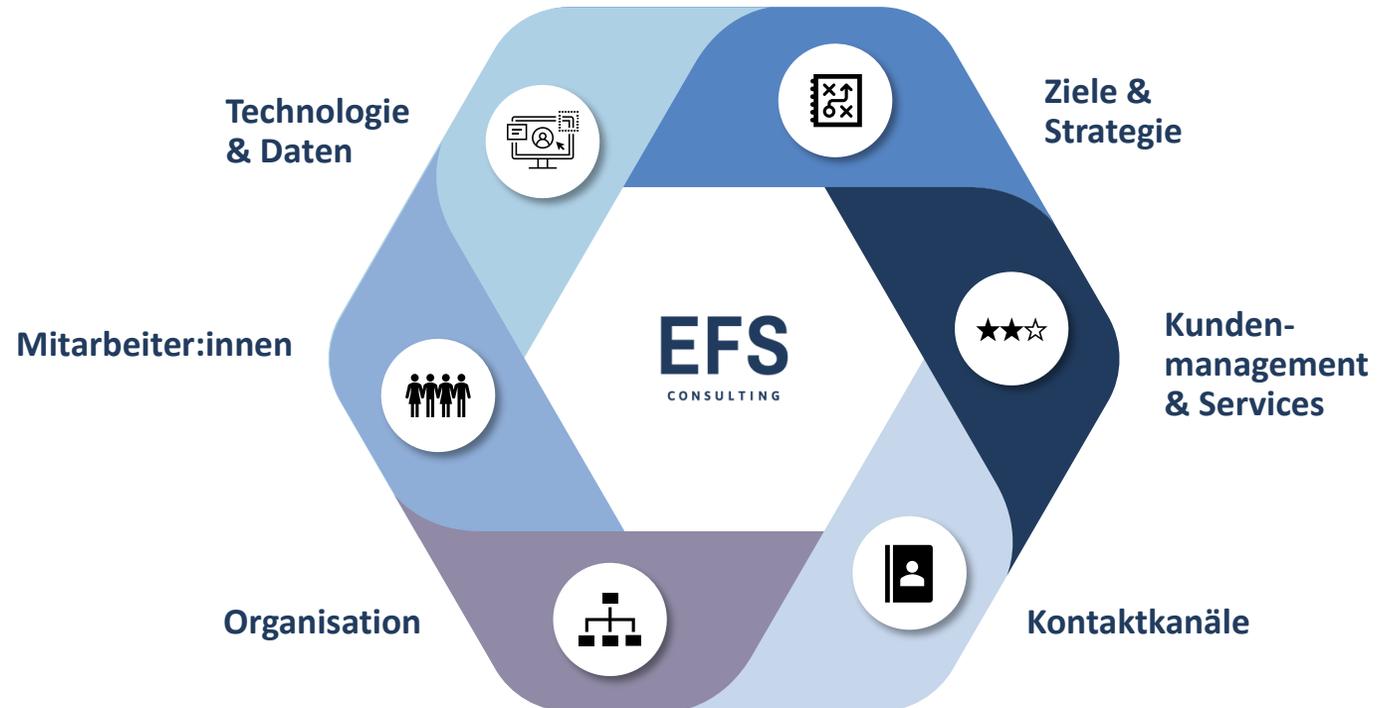
Berücksichtigt alle relevanten CX-Dimensionen wie Ziele & Strategie, Kundenmanagement & Services, Kontaktkanäle, Organisation, Mitarbeiter:innen, Technologie & Daten

Verbesserungspotentiale

Identifiziert darauf basierend Schwachstellen und leitet Verbesserungspotentiale ab

Optimierung

Hilft bestehende CX-Aktivitäten zu optimieren und neue notwendige Maßnahmen zu definieren



UNSER VORGEHEN | DER CX QUICK CHECK (1/2)

Der CX-Entwicklungsstand und daraus resultierende Maßnahmen werden durch qualitative und quantitative Analysen bestimmt



UNSER VORGEHEN | DER CX QUICK CHECK (2/2)

Um den aktuellen CX-Entwicklungsstand zu bestimmen, werden alle 6 Dimensionen beleuchtet und bewertet

Beispiel

Ziele & Strategie

Ausrichten der Strategie auf Kundenbedürfnisse, strategisches Planen für Kundenerlebnisse und Festlegen messbarer Kundenorientierungsziele

Kundenmanagement & Services

Implementieren systematischer Kundenbeziehungsprozesse, Feedback-Systeme und Beschwerdemanagement

Kontaktkanäle

Einsetzen von zielgruppenorientierten Omnichannel-Ansätzen, Zugänglichkeit, personalisierte Kundenansprache und konsistente Benutzerfreundlichkeit

Organisation

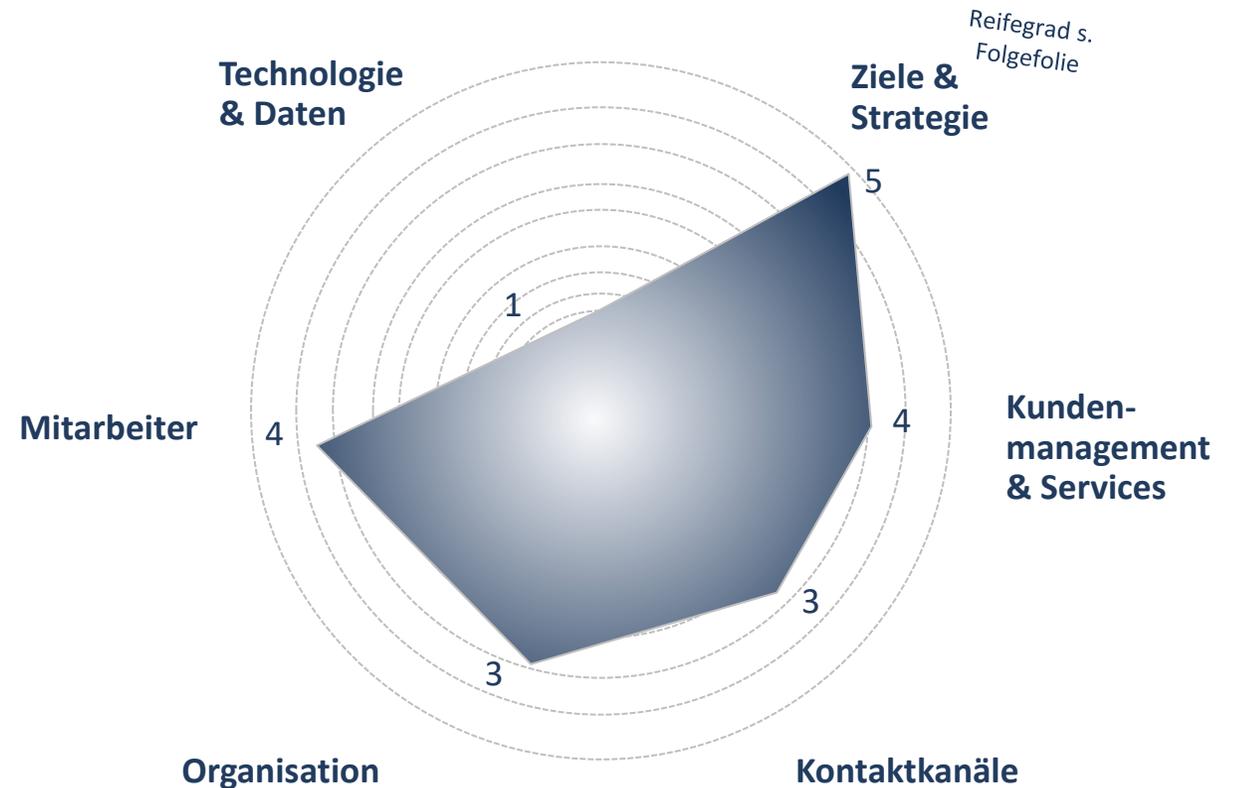
Unternehmenskultur mit Fokus auf Kundenorientierung, cross-funktionale Zusammenarbeit und Strukturen für agile und kundenorientierte Prozessgestaltung

Mitarbeiter

Schulungen zu kundenorientiertem Verhalten, Motivation, Engagement in Kundenbelangen und Empowerment für kundenorientierte Entscheidungen

Technologie & Daten

Erfassen und Analysieren von CX-Metriken, Einsetzen von Systemen zur kontinuierlichen Messung relevanter Daten



DER REIFEGRAD | ZIELE & STRATEGIE

Ausrichten der Geschäftsziele auf Kundenbedürfnisse, strategisches Planen für Kundenbindung und Festlegen messbarer Ziele



Reife-
grad

1

2

3

4

5

REAL
PEOPLE.
REAL
BUSINESS.

EFS
CONSULTING

Ihr Partner für begeisterte Kund:innen

Mehr Infos in unserer Studie >>>



Jürgen Leitner

Partner

EFS Unternehmensberatung GesmbH
A-1030 Wien | Ungargasse 59-61
M. +43 676 439 2038
jleitner@efs.at | www.efs.consulting



Alexander Oborny

Projektmanager

EFS Unternehmensberatung GesmbH
A-1030 Wien | Ungargasse 59-61
M. +43 676 439 1243
aoborny@efs.at | www.efs.consulting



Nadine Rührlechner

Projekt Analyst

EFS Unternehmensberatung GesmbH
A-1030 Wien | Ungargasse 59-61
M. +43 676 439 3256
nruhrlechner@efs.at | www.efs.consulting

EFS CONSULTING