

# 8. Sparkassen-Callcenter Qualitätstage

 Direkt-Marketing  
GmbH & Co. KG

 Sparkasse  
Paderborn-Detmold



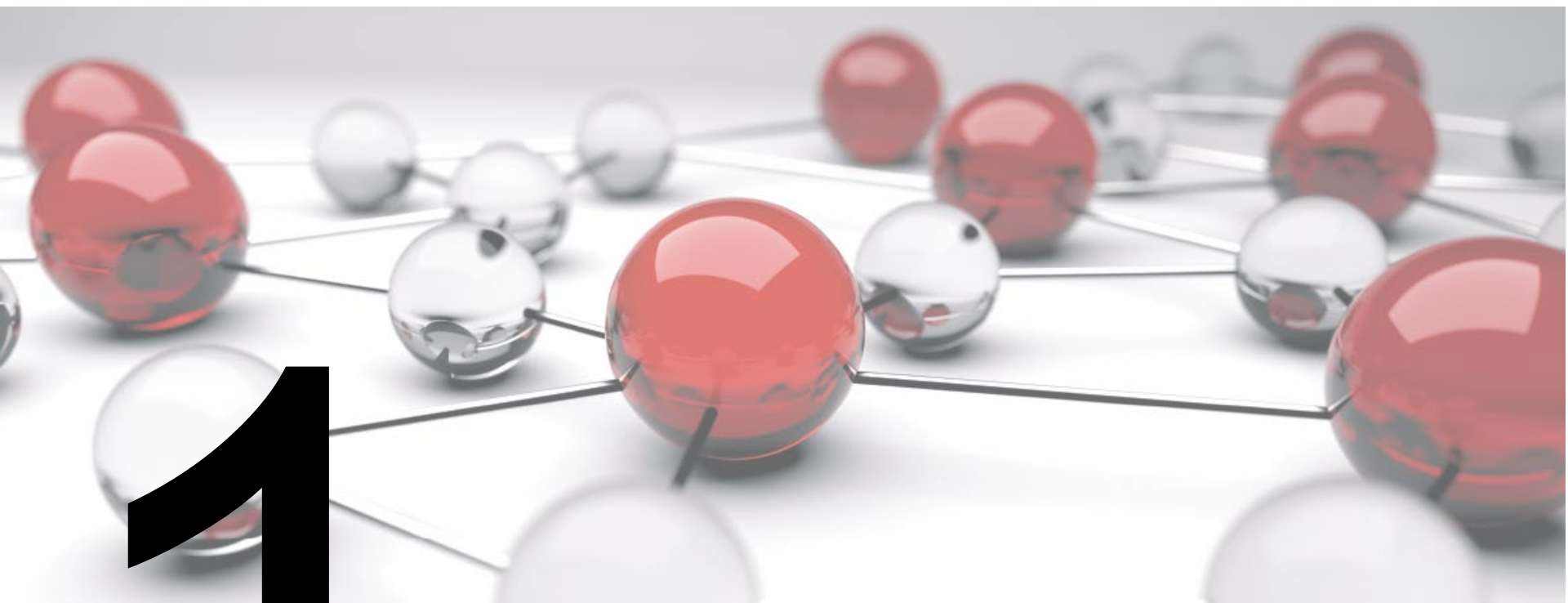
## Crossmediale Kundenkontakte managen

### Das Callcenter als multimediale Drehscheibe

Ralf Schmitter – S Direkt

Sara Sieker – Sparkasse Paderborn-Detmold

Münster, 29.-30.11.2012



## Zur Einführung

Vorstellung S Direkt &  
Sparkasse Paderborn-Detmold

## Zahlen & Fakten

IST <sup>1</sup>	2011
Umsatz	23,5 Mio. €
Ergebnis <sup>2</sup>	1.043 T€
Cash Flow	> 1.600 T€
Umsatzrentabilität <sup>3</sup>	3,7 %
Personalintensität <sup>4</sup>	69,4 %

Mandanten <sup>1</sup>	Anzahl
Sparkassen	427
Verbundpartner	36
nicht SFG	11



Mitarbeiter <sup>1</sup>	Anzahl
insgesamt	950
Halle	830
Hannover	51
Kaiserslautern	32
Karlsruhe	37

Callvolumen <sup>1</sup>	in Tsd.
Inbound	9.400
Outbound	2.400
Telefoninterviews	105

<sup>1</sup> Stand: 31.12.2011; <sup>2</sup> operatives Ergebnis; <sup>3</sup> Ergebnis gewöhnliche Geschäftstätigkeit / Umsatz x 100; <sup>4</sup> Personalaufwand / Umsatz x 100

## Kooperationsmodelle S Direkt – Sparkasse

### 1 Komplettservice

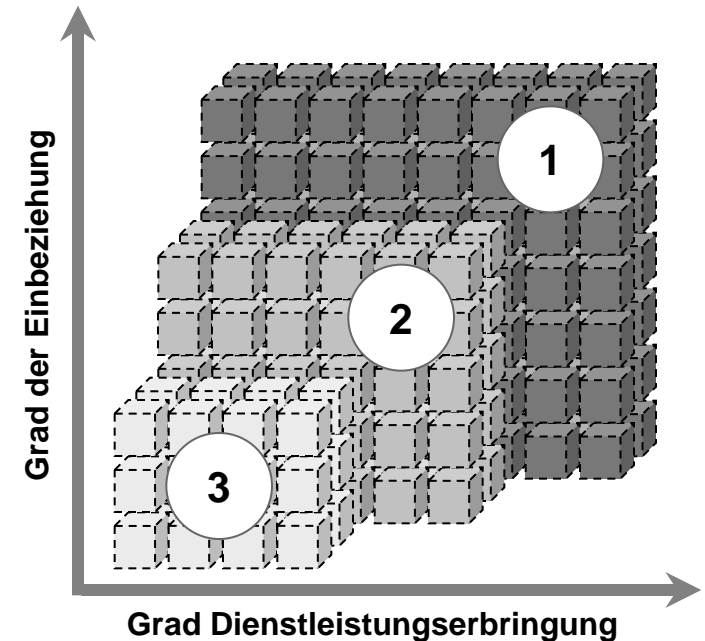
- Komplettabwicklung aller Kundengespräche durch S Direkt

### 2 Spezial-Sourcing

- Abwicklung von Kundengesprächen mit bestimmten Kundensegmenten
- Abwicklung von ausgewählten Kampagnenthemen (Outbound) / Prozessen (Inbound)

### 3 Co-Sourcing

- Unterstützungspartner für das sparkasseneigene Telefon-Service-Center (Zeit- und Lastüberlauf, außerhalb der telefonischen Erreichbarkeit)



## Dienstleistungsmatrix

### Modulare Leistungsbausteine für Erfolg in Vertrieb, Service und Support.

Inbound Services	Outbound Services	New Media Services	Kompetenz Center Services	Personal Services für TSC**
Filialtelefonie	Terminvereinbarungsservice	Online-Chat	Sparkassen-Finanzkonzept	Training
Telefonzentralenservice	Direktverkauf	Skype-Telefonie	Consulting	Coaching
Electronic Banking Support	Telefonmarketing	Direktrückruf online	S Call Center Anwendungen	Personalauswahl/ Assessment Center
User Help Desk	Telefonnummernrecherche	Electronic Banking Online Support	S Direkt-Identic	Qualitätssicherung/ Mystery Calls
Hotline Service	Marktforschungsservices	Online-Befragung	Lettershop & Fulfillment	Aus- und Weiterbildung
Telefon-Banking & Telefon-Brokerage	Kundenzufriedenheitsstudien	Co-Browsing	Rietersparvertragsservice	Beratung & Konzeption
24 h Notfallservice	After-Sales-Befragungen	Social Media Services*	Service Center Mediale Prozesse	Werkvertragspartner CC Betrieb
Sperr-Notruf 116 116		Mobile Info Service (SMS)	ISP-Administration	Personaleinsatzplanung

### Vielfältig kombinierbar.

\* Facebook, Twitter, Google+ & Co.

\*\* TSC = Telefon Service Center

## Zahlen & Fakten



## Geschäftsgebiet

- Sparkasse Detmold und Sparkasse Paderborn
- Rechtliche Fusion per 01.01.2012
- Technische Fusion per 16.03.2013
- **Einwohner:** Detmold & Paderborn  
175.000 + 290.000 = **ca. 465.000**
- BLZ: 476 501 30 Detmold
- BLZ: 472 501 01 Paderborn

## Sparkasse Paderborn-Detmold

Zusammenfassung: Stand 01.01.2012

- Bilanzsumme: 6,271 Mrd. EUR
- Beschäftigte: 1.490, davon 150 Azubis
- Filialen: 75
- Privatgirokonten: 213.600



[www.sparkasse-detmold.de](http://www.sparkasse-detmold.de)

- **3.426.270 „Besuche“ 2012** (Stand: 31.10.2012)
- **Pro Tag durchschnittlich 11.234 Besucher**
- **45.020 Online-Banking Kunden (Juni 2012)**

Sparkasse Detmold

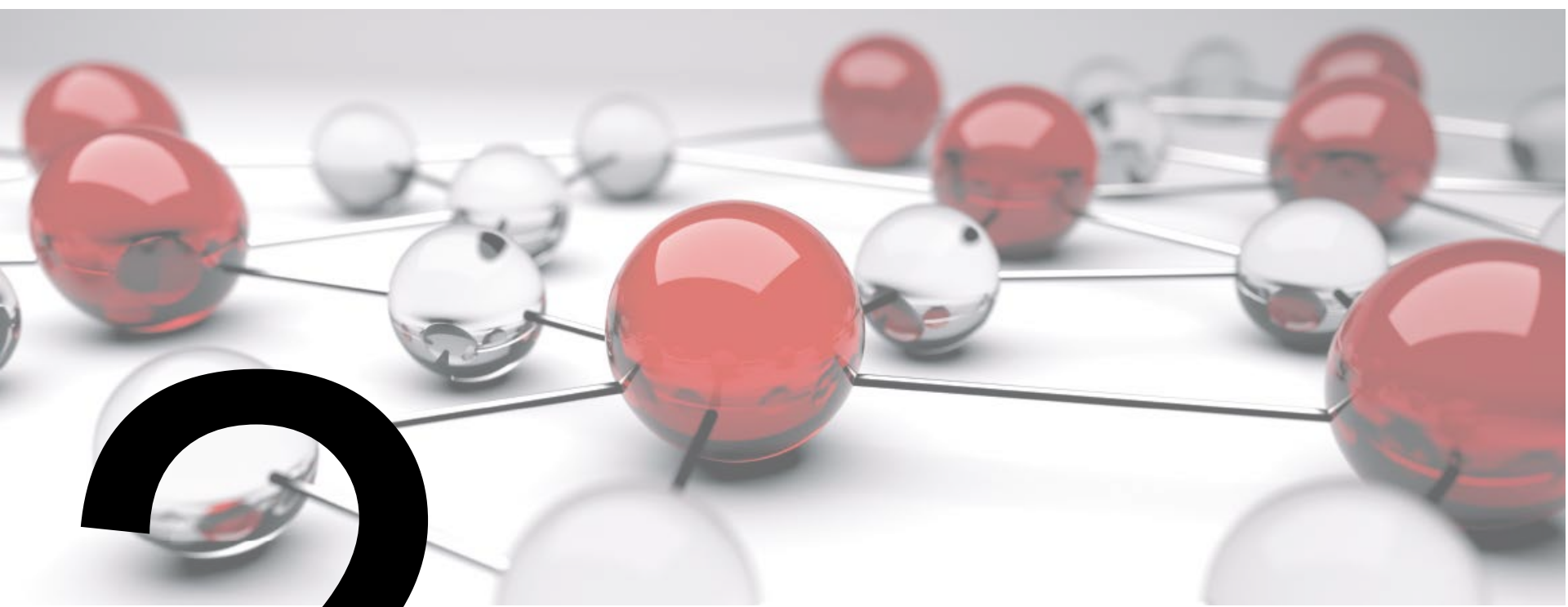
Stand: 31.12.2011

- |                            |                                |                                  |                |
|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------|
| • <b>Geschäftsvolumen:</b> | <b>3,014 Mrd. EUR</b>          | • <b>Privatgirokonten</b>        | <b>103.612</b> |
| • <b>Beschäftigte:</b>     | <b>763, davon 61 Azubis</b>    | • <b>Online-Banking-Quote PK</b> | <b>46,1 %</b>  |
| • <b>Filialen:</b>         | <b>30 zzgl. 5 SB-Standorte</b> | • <b>Marktanteil</b>             | <b>67 %</b>    |

Gut, wenn sich Kompetenzen ergänzen.

- Inbound-Telefonie aktuell durch die Vertriebseinheiten selbst
- Seit 2009: Terminvereinbarungen durch S Direkt
  - ergänzt durch ein kleines Outbound-Team in der Sparkasse
- Seit 2010: Electronic Banking Support im Überlauf zur S Direkt
- Seit 2011: Bearbeitung von Anfragen über den Sparkassen-Chat durch S Direkt
- Aktuell: Social Media Dialogmanagement zu Randzeiten für Facebook-Präsenz der Sparkasse



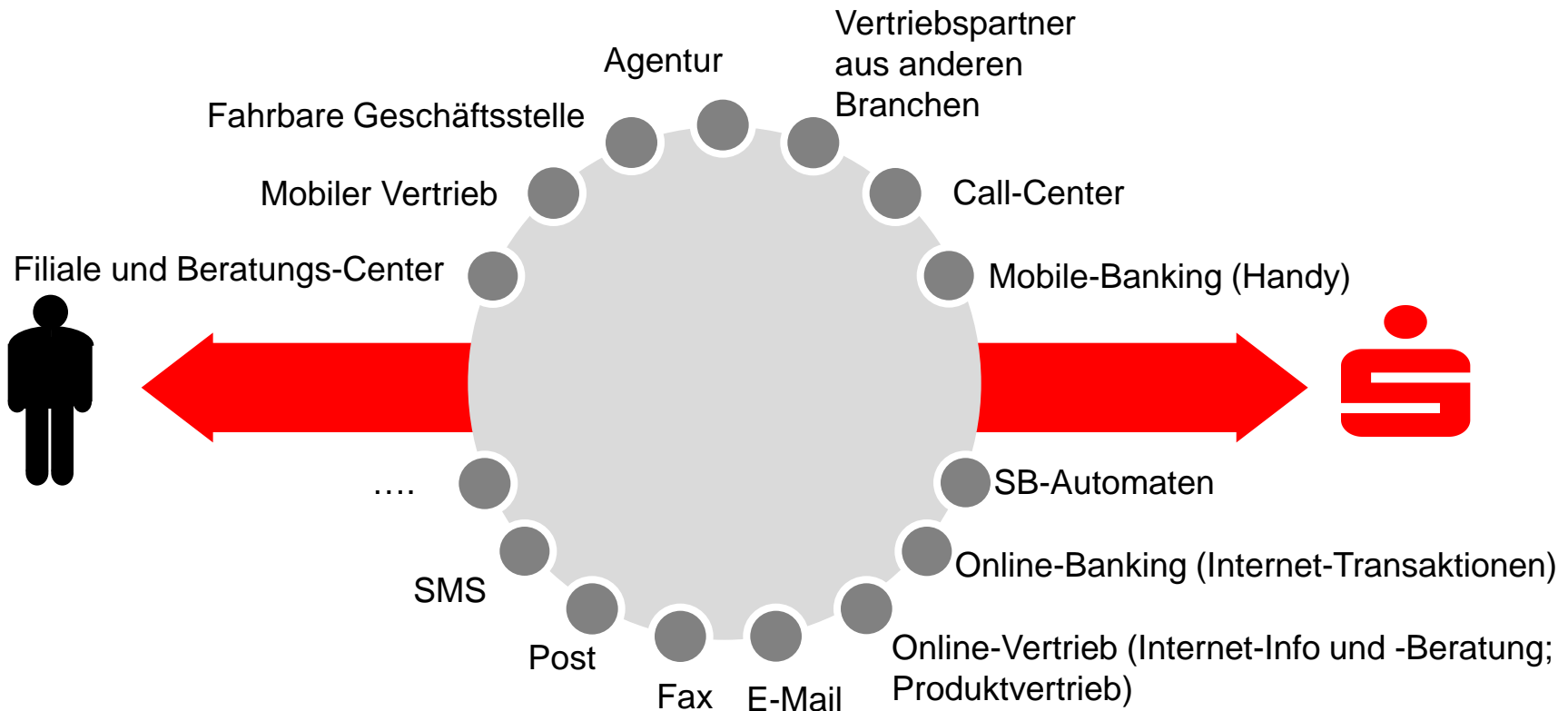


# 2

## Zum Hintergrund

Multikanalstrategie der Sparkassen-  
Finanzgruppe

## Ausgangssituation: Vielzahl an Kontaktkanälen



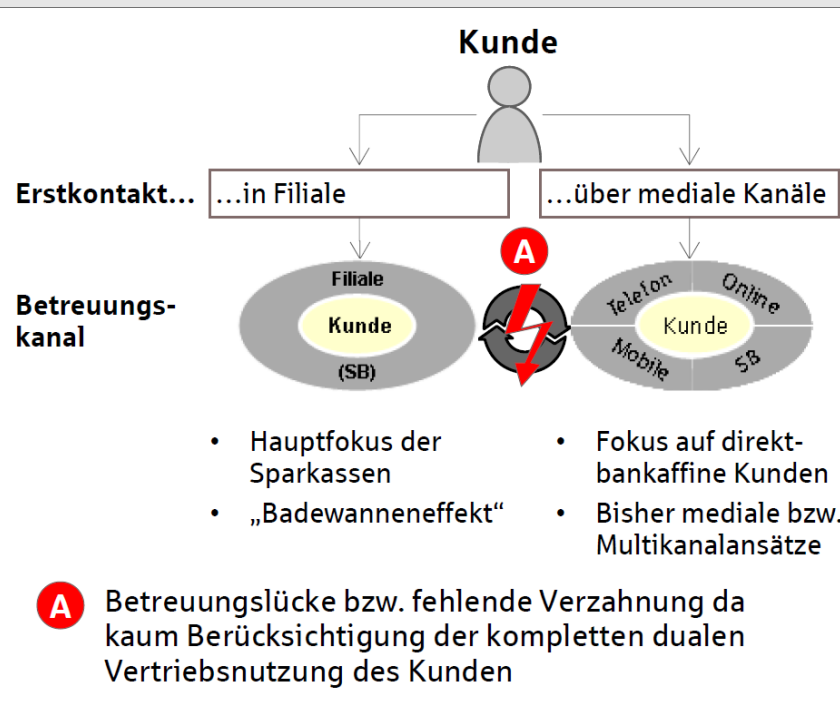
Quelle: DSGVO – Projekt Modell M

### Herausforderung:

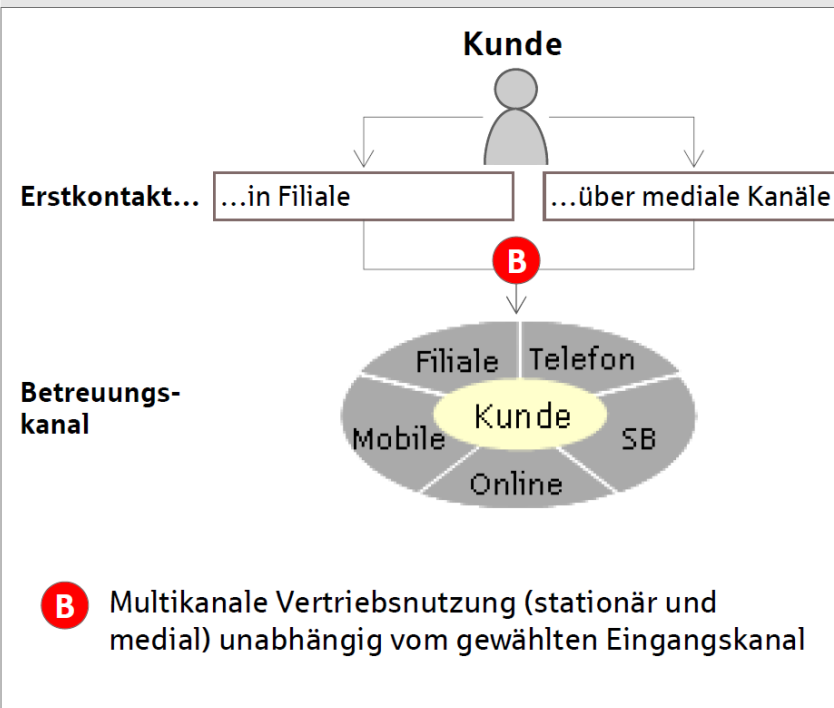
- Bündelung der Kundenanfragen über mediale Kontaktkanäle in einer zentralen Einheit mit intensivem Kundenkontaktpotenzial
- **erfordert:** Entwicklung vom reinen Telefon-Service-Center (TSC) zum Kunden-Service-Center (KSC)

## Von getrennten Kontaktwegen zum Multikanalansatz

### Stationär oder Medial



### Zusammenspiel

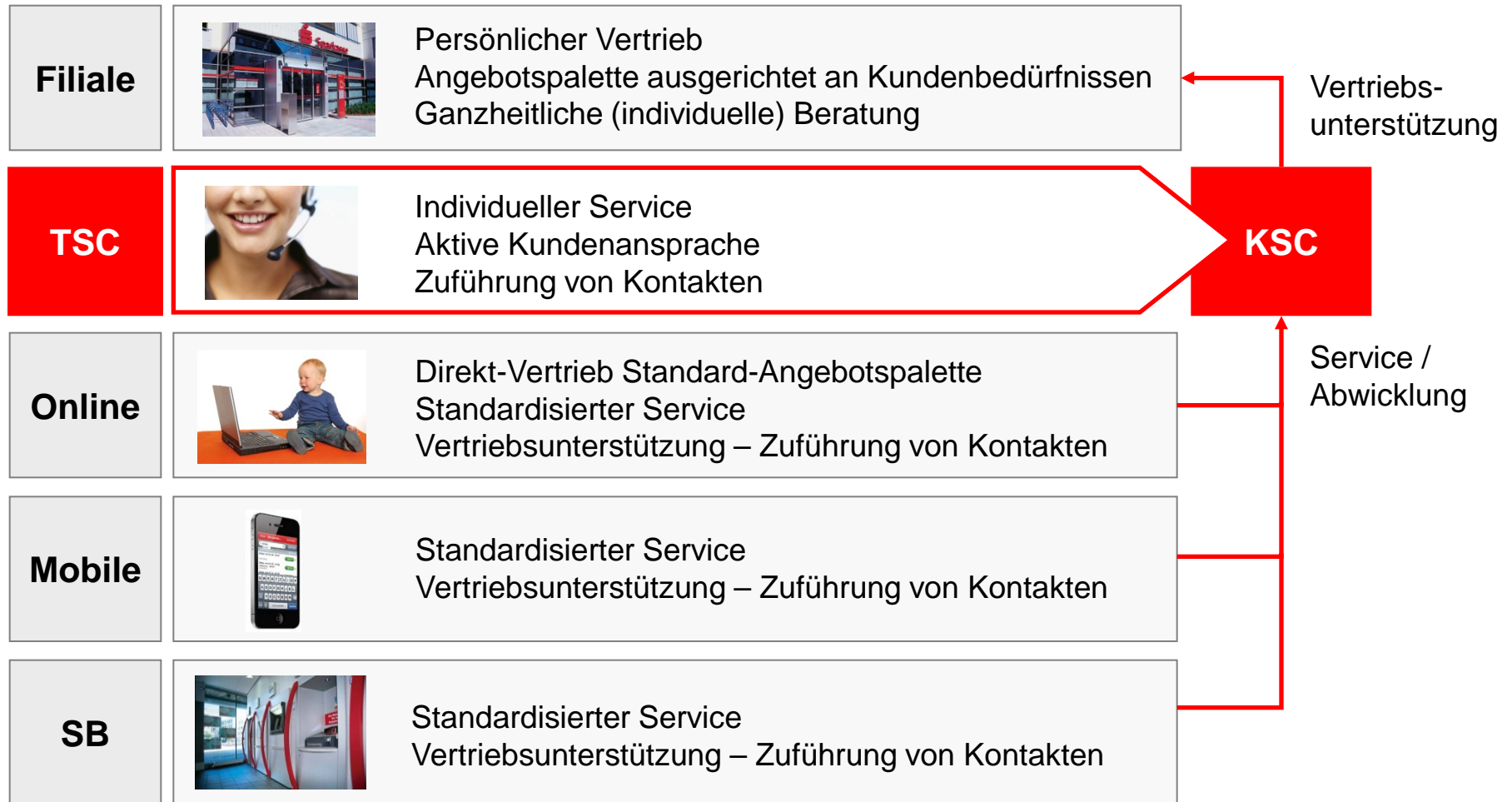


Quelle: DSGVO – Projekt Modell M

### Ziel:

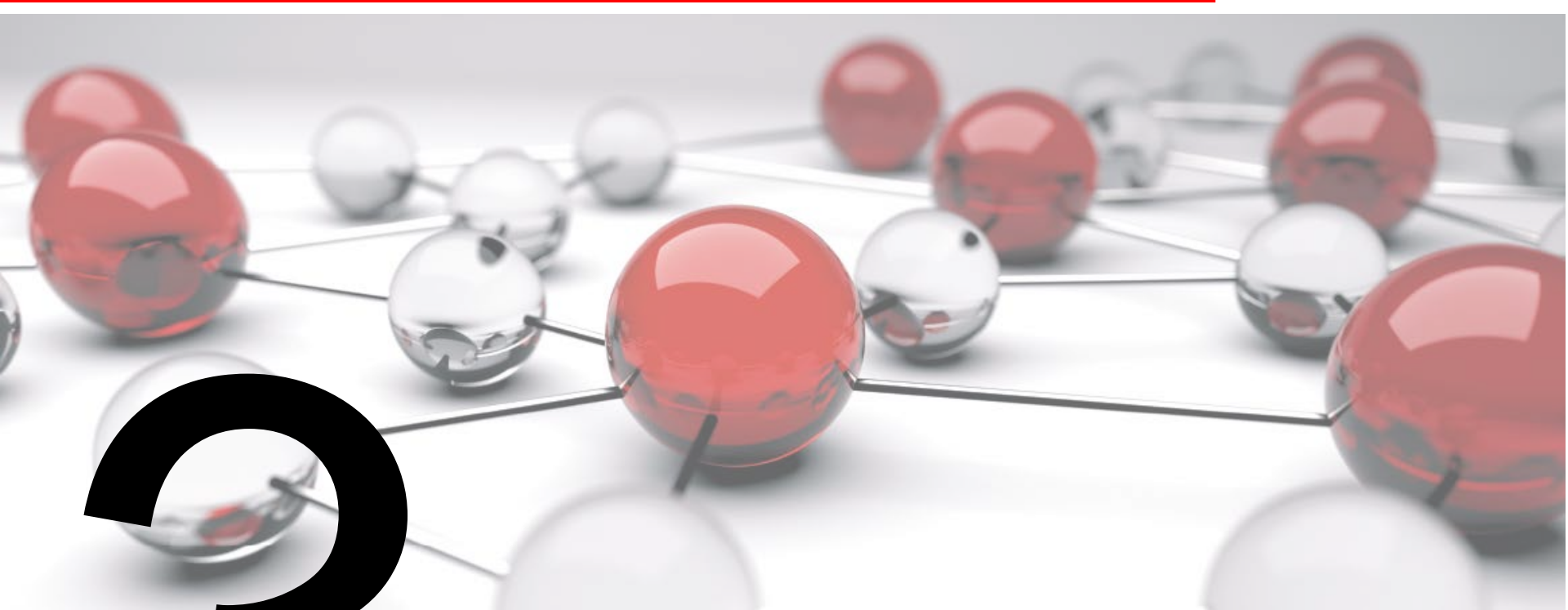
- Kunde soll dort „abgeholt“ werden, wo er sich bewegt
- Verzahnung und Übereitung der Kanäle als Grundlage für multikanale Vertriebsnutzung (stationär + medial)

## Auf dem Weg vom Telefon- zum Kunden-Service-Center



\* TSC = Telefon-Service-Center

\*\* KSC = Kunden-Service-Center



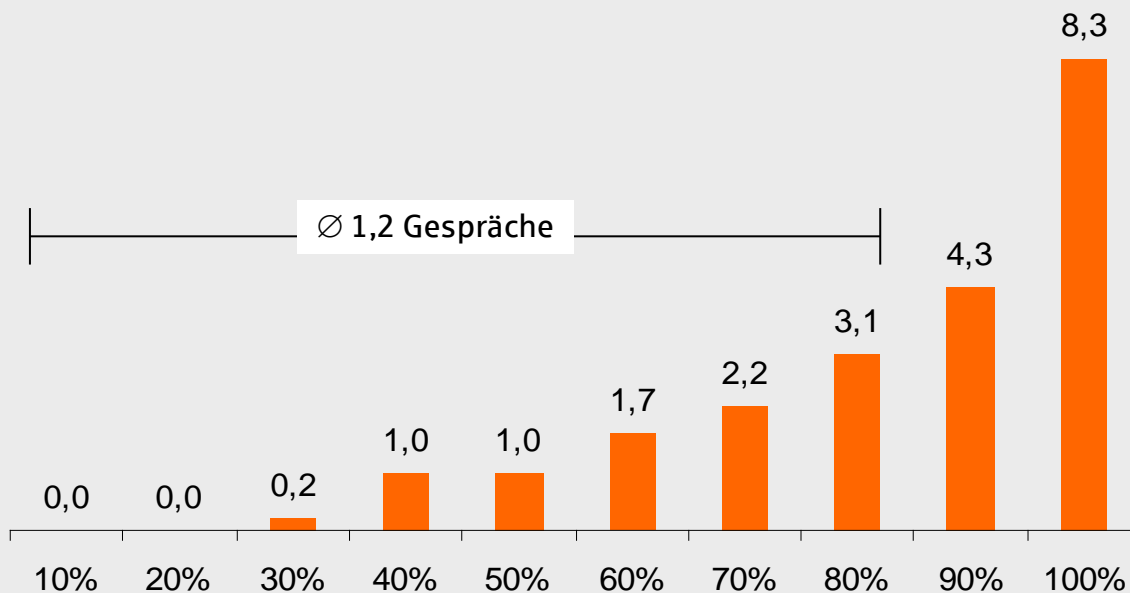
# 3

## **Verzahnung Telefon + Stationär**

Das Telefon als Zubringerkanal für den stationären Vertrieb

## Ungleichverteilung der Kontaktintensität

### Anzahl Beratungsgespräche je AKQ / Jahr nach Dezilen



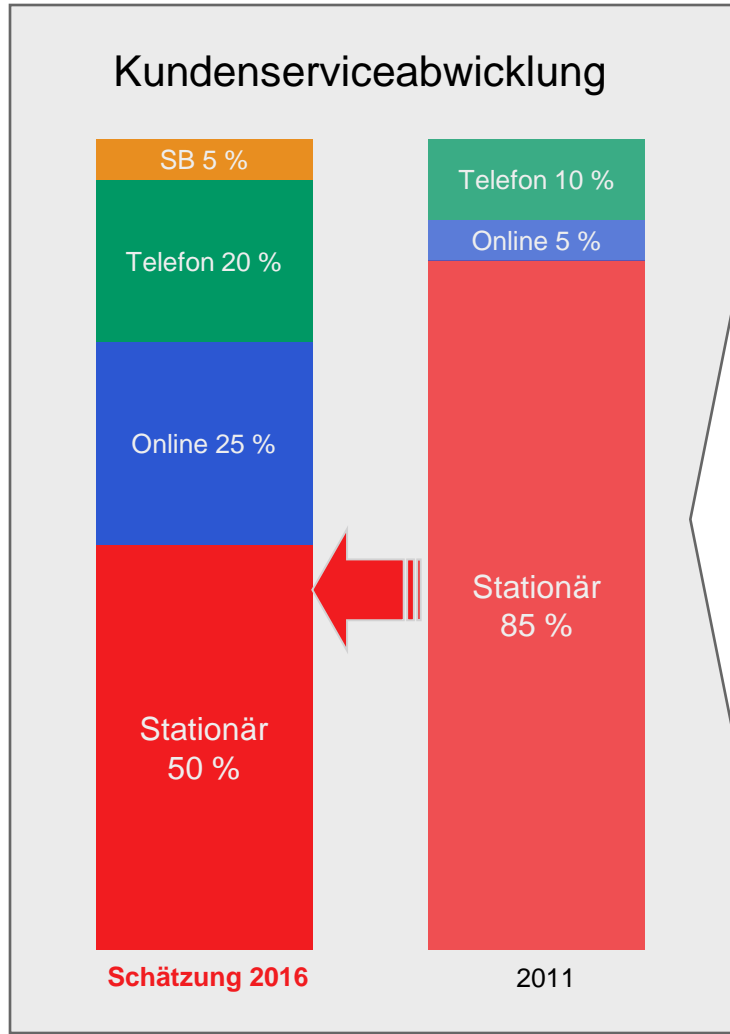
- Angestrebte aktive Kundenbetreuung wird nur zum Teil realisiert
- Kontakte sind ungleich auf Kunden verteilt
- z.Z. werden mit 80% der Kundenverbände Ø 1,2 Gespräche p.a. geführt, dagegen mit 20% Ø 6,3 Gespräche

Quelle: Projekt „Modell M“

**ZIEL:**

systematische Generierung und Nutzung von Kundenkontakten als Ausgangspunkt für die Überleitung zum Beratungsgespräch

## Schlussfolgerung für Bedeutung des Telefonkanals



### Herausforderung im Vertrieb ...

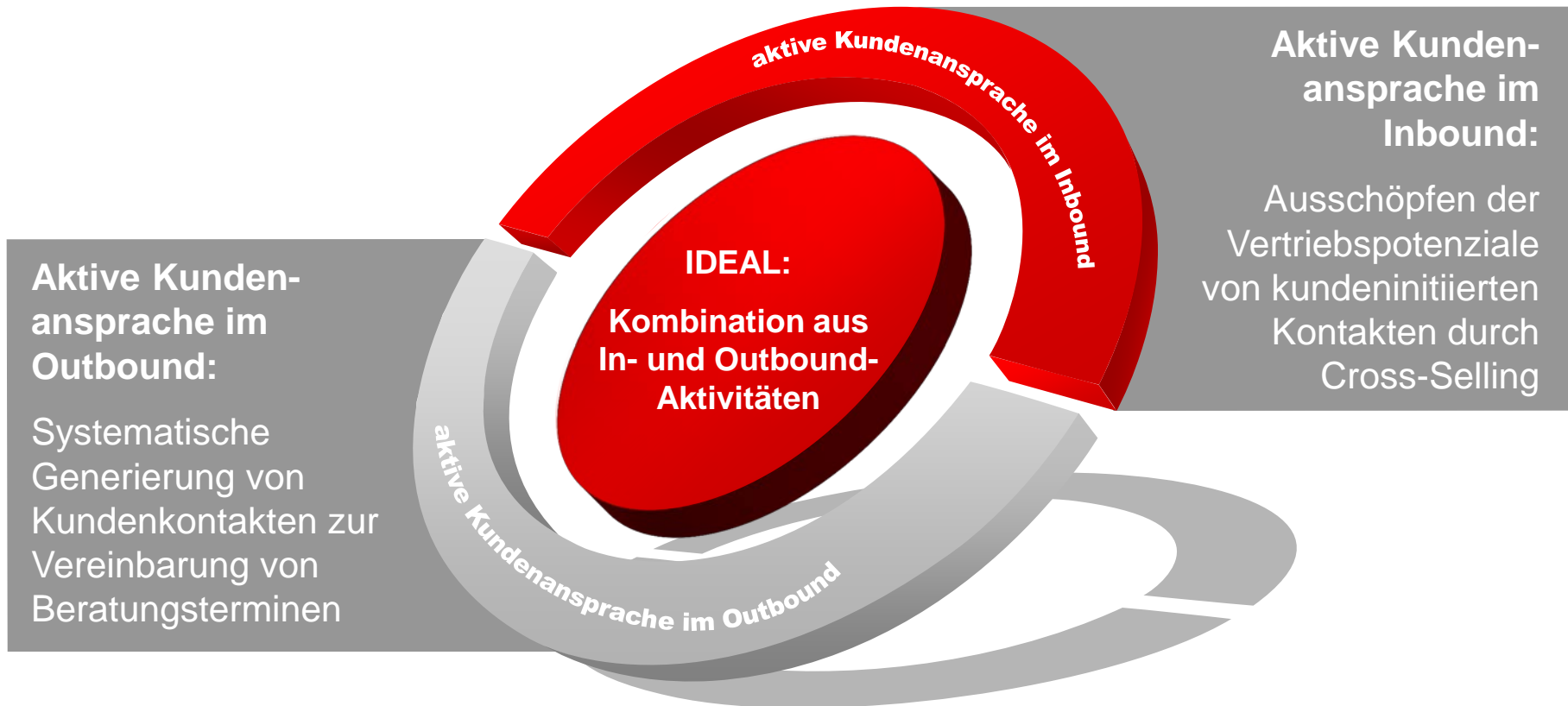
- Sicherstellung von Soll-Kontaktintensitäten als Basis für Vertriebs Erfolg
  - trotz sinkender Kontaktfrequenzen im Filialgeschäft
  - unter Berücksichtigung der vor-handenen Mitarbeiterkapazitäten und des vertriebsaktiven Zeitanteils im stationären Vertrieb

### ... als Anforderung an die Vertriebsunterstützung per Telefon.

- Stärkung des Telefonkanals als Zubringerfunktion für den stationären Vertrieb zur Erhöhung der Kontaktfrequenzen beim Berater

Quelle: Expertenschätzung, DSGVO Projekt Modell M, 2010

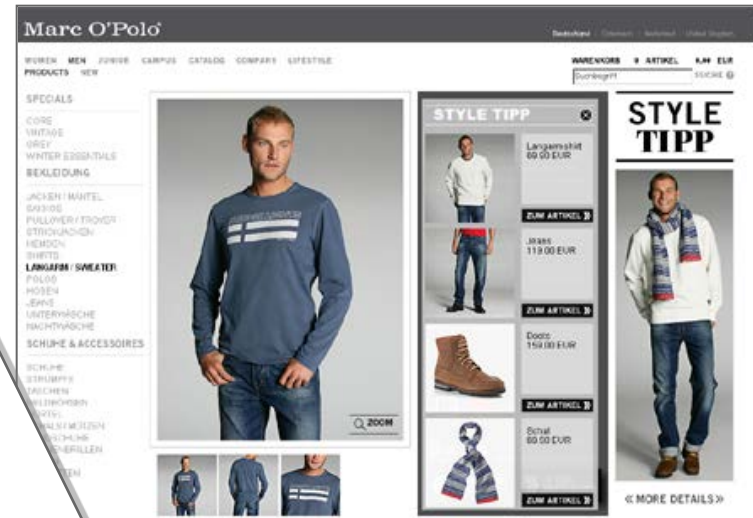
## Das Telefon als Zubringerkanal für den stationären Vertrieb



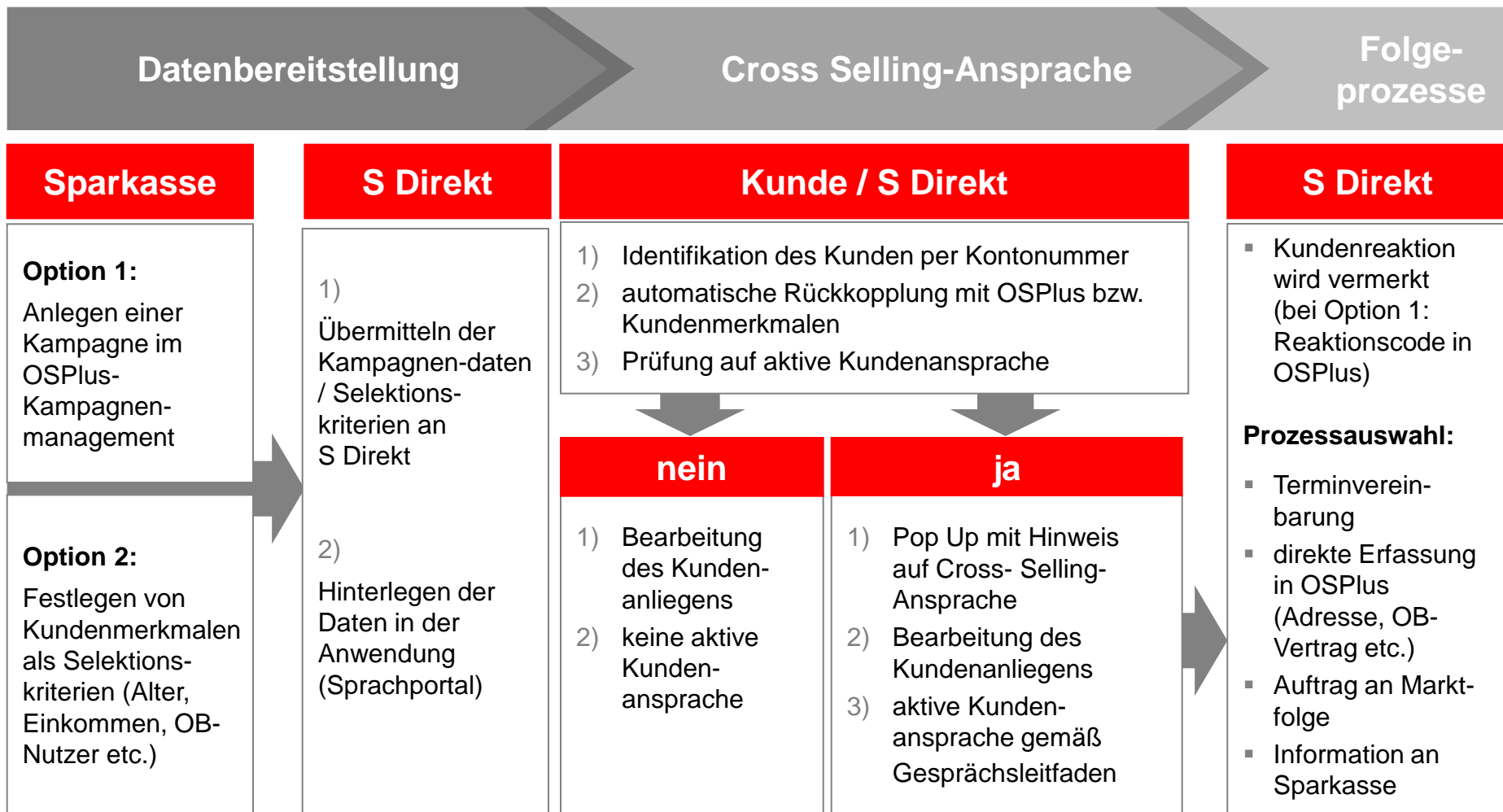


## Ziele & Beispiele von Cross-Selling

- vertriebliche Nutzung von Kundenkontakten durch aktive Ansprache auf Zusatz- oder Alternativprodukte
  - >> zum Ausschöpfen bisher ungenutzter Kundenpotenziale
  - >> Vereinbarung von Beratungsterminen für stationären Vertrieb
  - >> zur Intensivierung des Produktvertriebs
  - >> zur Erhöhung der Produktnutzungsquote je Kunde



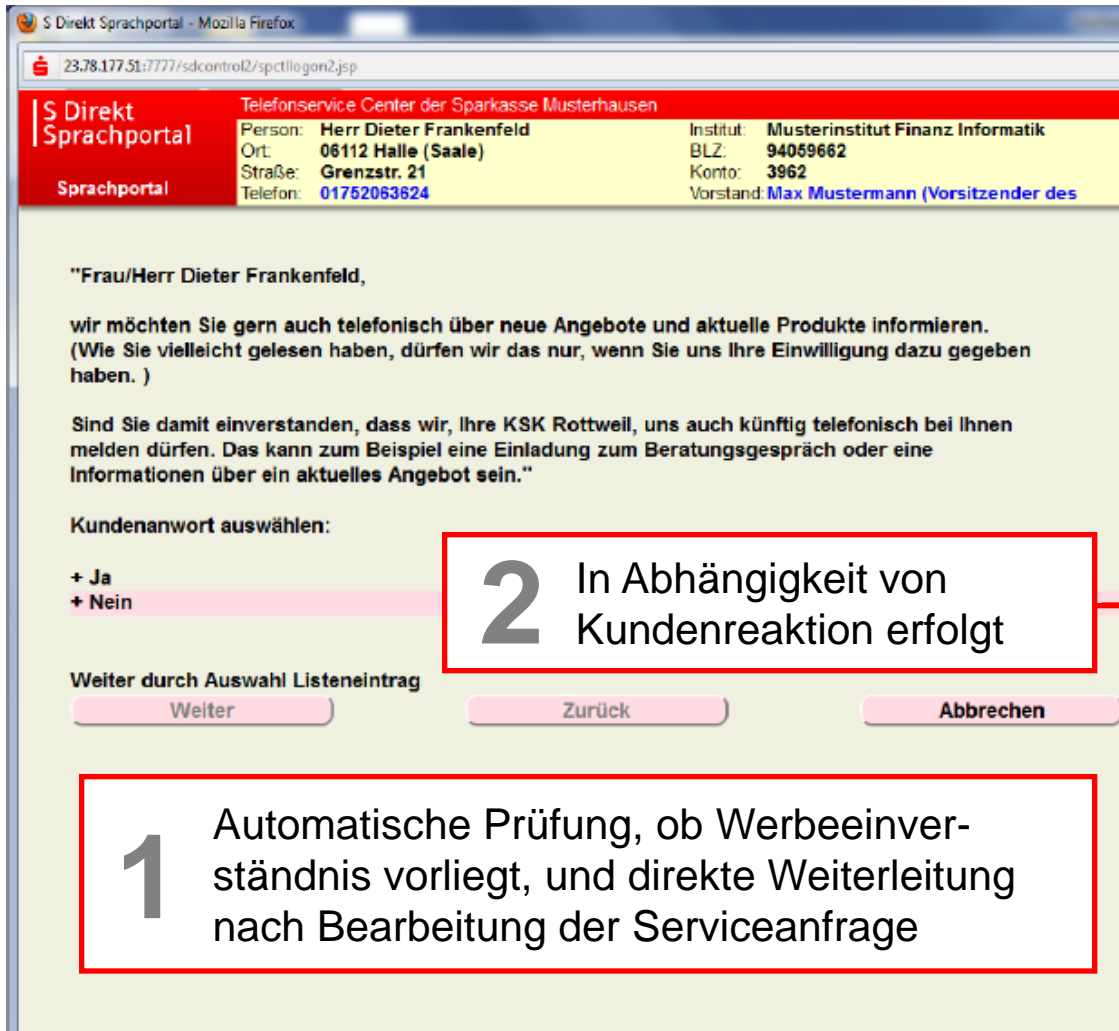
## Cross-Selling am Telefon – Prozessgestaltung



## Cross-Selling-Katalog - Kurzüberblick

Dauerhafte Services	Inhalt	Impuls	Umsetzung	Vorteil
Kundendaten-Updates	E-Mail, Werbe- einverständnis,...	fehlende Daten	direkte Änderung & Weiterleitung	<b>Immer aktuelle Datenbasis für Vertriebs- kampagnen</b>
Kundenprofil-Update	Kundenbedarf / -interessen,	allg. Ansprache, Gesprächsinhalt	Weiterleitung der Information	
Anlass- Cross-Selling	Fälligkeit, Lebens- phasenwechsel,...	Kampagnen- merkmal, Datum	Termin- vereinbarung	
Temporäre Services	Inhalt	Impuls	Umsetzung	Vorteil
anlassbezogen	Passivprodukt, Versicherung,...	Fälligkeit, Lebens- phasenwechsel,...	Termin- vereinbarung	<b>Cross-Selling mit Kampagnen- steuerung nach sparkassen- indiv. Vertriebs- vorgaben</b>
kampagnen- bezogen	Passiv-, Verbund- produkte, Kredit- karte, Finanz- Check,...	Selektierte Ziel- kunden, Kontostand > X, Geldeingang,...	Termin- vereinbarung, Produktabschluss	

## Praxisbeispiel – Einholung Werbeeinverständnis



**S Direkt Sprachportal** Telefonservice Center der Sparkasse Musterhausen

Person: Herr Dieter Frankenfeld Institut: Musterinstitut Finanz Informatik  
Ort: 06112 Halle (Saale) BLZ: 94059662  
Straße: Grenzstr. 21 Konto: 3962  
Telefon: 01752083624 Vorstand: Max Mustermann (Vorsitzender des)

"Frau/Herr Dieter Frankenfeld,

wir möchten Sie gern auch telefonisch über neue Angebote und aktuelle Produkte informieren. (Wie Sie vielleicht gelesen haben, dürfen wir das nur, wenn Sie uns Ihre Einwilligung dazu gegeben haben.)

Sind Sie damit einverstanden, dass wir, Ihre KSK Rottweil, uns auch künftig telefonisch bei Ihnen melden dürfen. Das kann zum Beispiel eine Einladung zum Beratungsgespräch oder eine Informationen über ein aktuelles Angebot sein."

Kundenantwort auswählen:

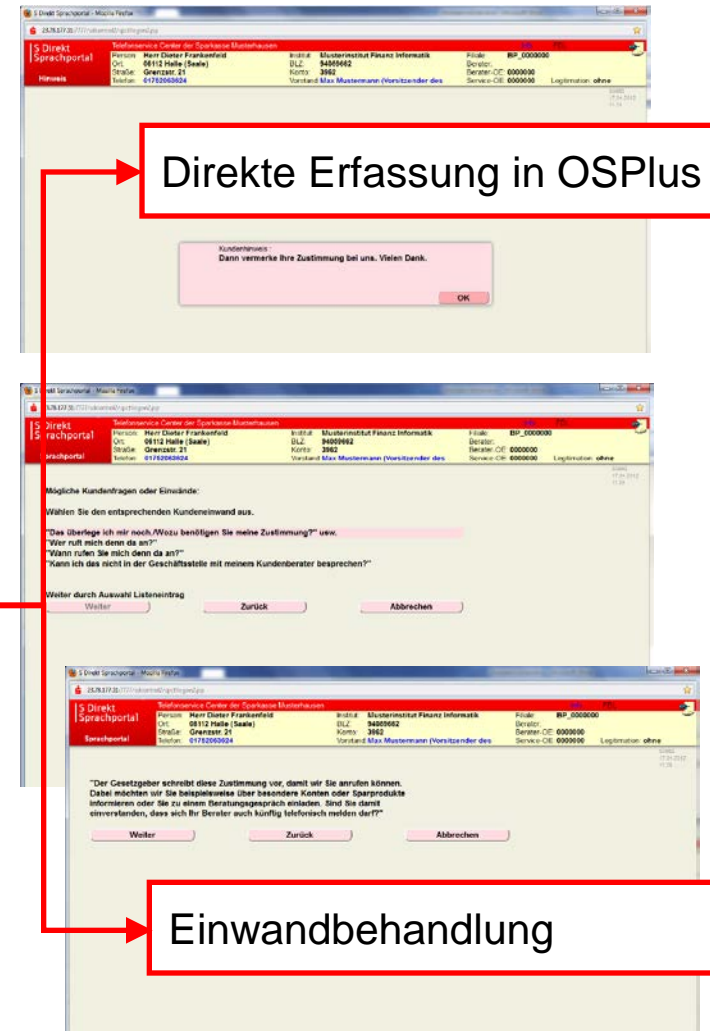
+ Ja  
+ Nein

Weiter durch Auswahl Listeneintrag

Weiter Zurück Abbrechen

**2** In Abhängigkeit von Kundenreaktion erfolgt

**1** Automatische Prüfung, ob Werbeeinverständnis vorliegt, und direkte Weiterleitung nach Bearbeitung der Serviceanfrage



**Direkte Erfassung in OSPlus**

Kundenprozess:  
Dann vermerke Ihre Zustimmung bei uns. Vielen Dank.

Mögliche Kundenfragen oder Einwände:  
Wählen Sie den entsprechenden Kundenentwurf aus.  
"Das überlege ich mir noch./Wozu benötigen Sie meine Zustimmung?" usw.  
"Wer ruft mich denn da an?"  
"Wann rufen Sie mich denn da an?"  
"Kann ich das nicht in der Geschäftsstunde mit meinem Kundenberater besprechen?"

Weiter durch Auswahl Listeneintrag  
Weiter Zurück Abbrechen

"Der Gesetzgeber schreibt diese Zustimmung vor, damit wir Sie anrufen können. Dabei möchten wir Sie beispielsweise über besondere Konten oder Sparprodukte informieren oder Sie zu einem Beratungsgespräch einladen. Sind Sie damit einverstanden, dass sich Ihr Berater auch künftig telefonisch melden darf?"

Weiter Zurück Abbrechen

**Einwandbehandlung**

## Neuer Ansatz: Veredelung von Service- in Vertriebsprozesse

### Mögliche Impulse aus Serviceprozessen für eine „Veredelung“ zum Vertriebsprozess aufnehmen

Anfragen / Bestellungen

Änderungen

Sondertilgung  
(Verfügbares Kapital)

### Impuls einordnen und Veredelungspotenzial identifizieren

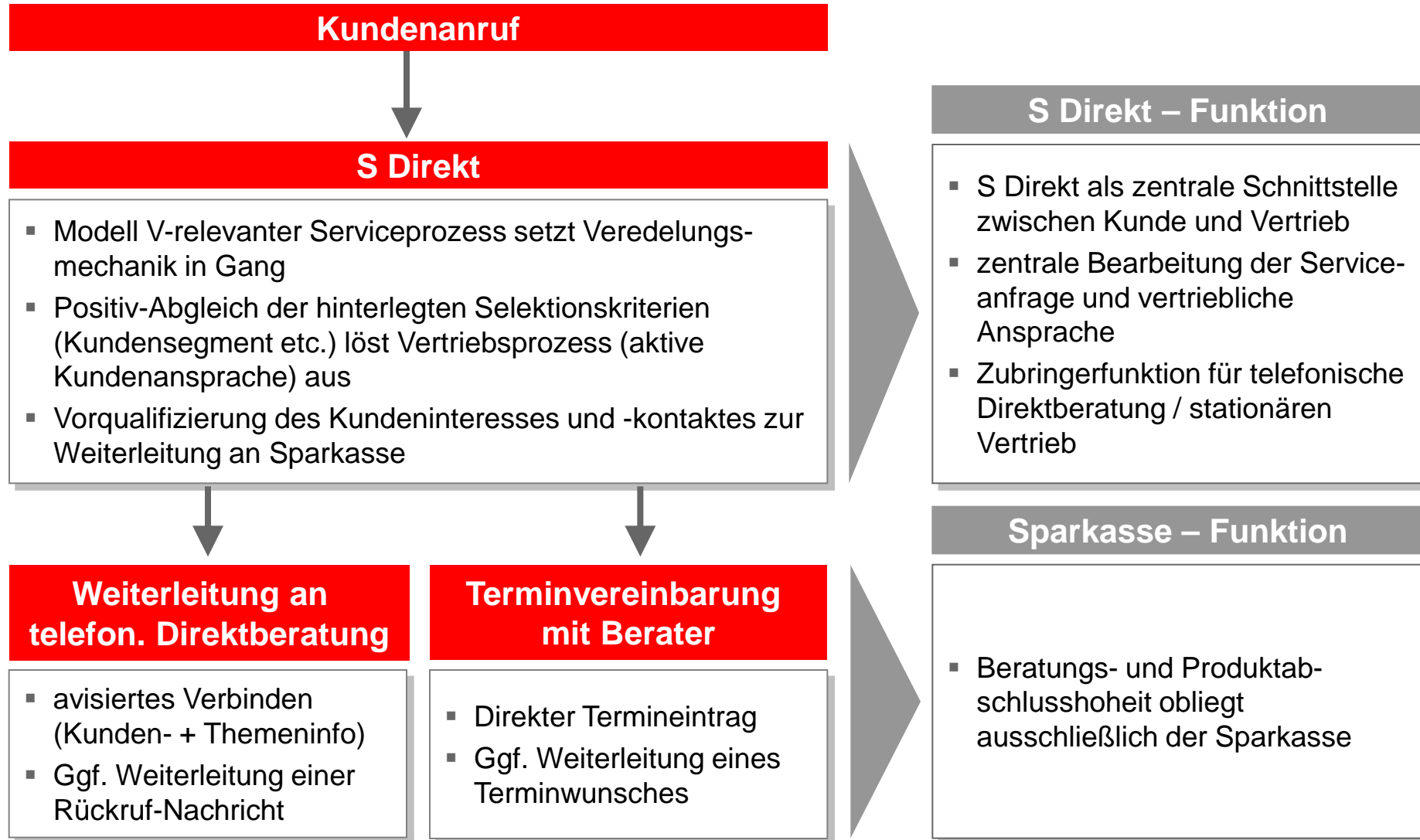
- **In Abhängigkeit vom Kundenpotenzial** erfolgt Durchführung der Veredelung („nicht für alle Kunden“)
- **Zeitlich unmittelbar beim Kundenkontakt in Echtzeit** erfolgen Veredelung und vertriebliche Ansprache
- **Grenzen der Kundenansprache** (z. B. Kundenkontakthistorie im Sinne einer wiederholten Ansprache)
- **Klare Trennung von bereits bestehenden/definierten Anlässen** im OSPlus-Anlassgenerator<sup>1</sup>
- **Keine Rückverlagerung von Sachbearbeitung** zum Kundenberater

Quelle: DSGVO – Projekt Modell V

### Was ist neu?

- Vertriebliche Ansprache auf bestimmtes Produkt / Thema ist direkt an den Servicewunsch des Kunden gekoppelt
- Informationen aus Serviceaufträgen werden unmittelbar zur vertrieblichen Ansprache genutzt (Veredelungsmechanik erfolgt in Echtzeit während des Gesprächs)

## Rollenmodell – Arbeitsteilige Veredelung



## Pilotierung S Direkt & SK KölnBonn – Prozessübersicht

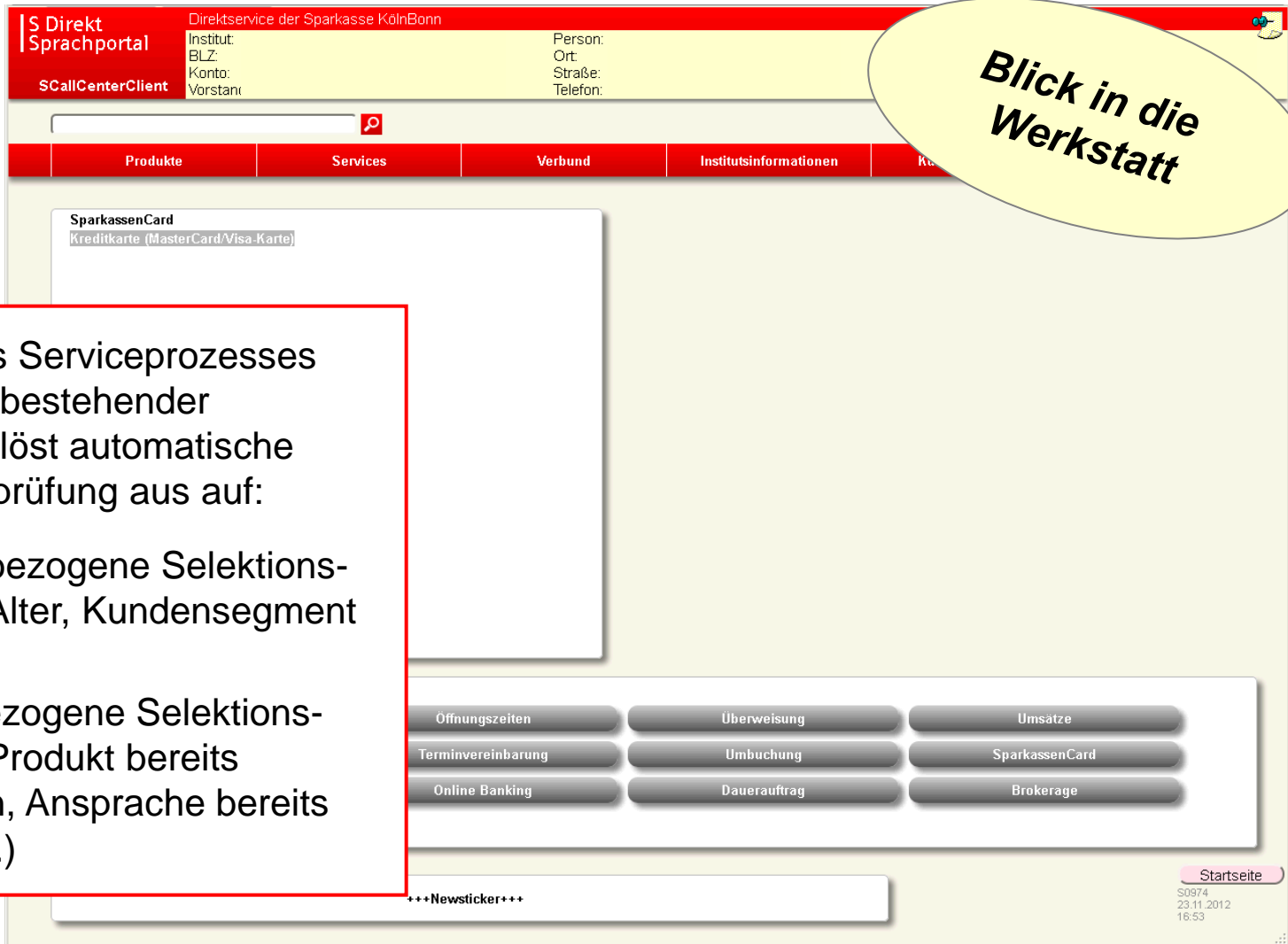
Prozessübersicht - Pilotierung Modell V: S Direkt & Sparkasse KölnBonn				
Nr.	Service-Prozess	Anspracheanlass	Technische Umsetzung	Erfolg
1	Freistellungsauftrag ändern	Einladung zum Beratungsgespräch (Argumentation u.a.: Unterschrift ist erforderlich)	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch
2	Kreditrahmen ändern	Einladung zum Beratungsgespräch (Argumentation u.a.: Unterschrift ist erforderlich)	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch
3	Sorten bestellen	Kreditkarte, Kreditkarten-Upgrade	Prozess- integration	Weiterleitung an Direktberatung
4	Girokonto ändern	ggf. Mehrwertleistungen, Tagesgeldkonto	Prozess- integration	Weiterleitung an Direktberatung
5	Sondertilgung Kredit / Darlehen	Sparvertrag, Bausparvertrag	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch
6	Dispositionscredit - Frage zu bestehendem	Einladung zum Beratungsgespräch (Argumentation u.a.: Unterschrift ist erforderlich)	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch

## Pilotierung S Direkt & SK KölnBonn – Prozessübersicht

Prozessübersicht - Pilotierung Modell V: S Direkt & Sparkasse KölnBonn				
Nr.	Service-Prozess	Anspracheanlass	Technische Umsetzung	Erfolg
7	Dispositionskredit - Änderungswunsch	Einladung zum Beratungsgespräch (Argumentation u.a.: Unterschrift ist erforderlich)	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch
8	Änderung Gutschriftskonto Spar	Anlageberatung	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch
9	Kreditkarte - allgem. Anfrage	Produktverkauf Kreditkarte, Kreditkarten-Upgrade	Prozess- integration	Weiterleitung an Direktberatung
10	Kreditkarte - Frage zu bestehender Kreditkarte	Kreditkarten-Upgrade	Prozess- integration	Weiterleitung an Direktberatung
11	Dauerauftrag löschen / neu anlegen	A) Versicherung / Absicherung (Hausrat) B) Anlageberatung	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch
12	Änderung der Kundendaten - Adressänderung	Versicherung / Absicherung (Hausrat)	Prozess- integration	Terminvereinbarung / Terminwunsch



## Pilotierungsbeispiel „Up-Selling Kreditkarte“



The screenshot shows the SparkassenCard online portal. At the top, there is a header with the SparkassenCard logo and the text 'Direkt Sprachportal' and 'S CallCenterClient'. Below the header, there is a navigation menu with tabs for 'Produkte', 'Services', 'Verbund', 'Institutsinformationen', and 'K...'. The main content area displays 'SparkassenCard' and 'Kreditkarte (MasterCard/Visa-Karte)'. A yellow callout bubble points to the 'Services' tab with the text 'Blick in die Werkstatt'. At the bottom, there is a grid of service buttons: 'Öffnungszeiten', 'Überweisung', 'Umsätze', 'Terminvereinbarung', 'Umbuchung', 'SparkassenCard', 'Online Banking', 'Dauerauftrag', and 'Brokerage'. A footer contains 'Startseite', 'S0974', '23.11.2012', and '16:53'.

Auswahl des Serviceprozesses „Anfrage zu bestehender Kreditkarte“ löst automatische Hintergrundprüfung aus auf:

- personenbezogene Selektionskriterien (Alter, Kundensegment etc.)
- prozessbezogene Selektionskriterien (Produkt bereits vorhanden, Ansprache bereits erfolgt etc.)

## Pilotierungsbeispiel „Up-Selling Kreditkarte“

<b>S Direkt Sprachportal</b>	Direktservice der Sparkasse KölnBonn	
Sprachportal	Institut: BLZ: Konto: Vorstand:	Person: Ort: Straße: Telefon:
		Filiale: Berater: Berater-OE: Service-OE:

Herr / Frau ... Sie nutzen ja unsere MasterCard Classic, was halten Sie davon die Vorteile unserer MasterCard Gold, wie z.B. die Umsatzbonifikation und die zahlreichen Reiseversicherungen, kennenzulernen, Herr / Frau...?

1Kunde: "kein Interesse"  
Schade, gerade auf Reisen ist die Mastercard Gold ein tolles Zahlungsmittel. Falls Sie zu einem späteren Zeitpunkt Interesse an der MasterCard Gold haben, sprechen Sie uns oder Ihren Berater einfach noch mal darauf an, wir stehen gerne zu Ihrer Verfügung.

Kunde : "Ja, Interesse"  
Frau/Herr \_\_\_\_\_, mein/e Kollege/in in der Direktberatung nennt Ihnen gerne weitere Vorteile der MasterCard Gold, die Ihnen bei Ihrer Entscheidung helfen können.  
Darf ich Sie verbinden?

Kunde: "Ja"  
Frau / Herr... gut, dann verbinde ich Sie mit meinen KollegInnen in der Direktberatung

Kunde: "NEIN"  
Herr/Frau... falls Sie zu einem späteren Zeitpunkt Interesse an der MasterCard Gold haben, sprechen Sie uns oder Ihren Berater einfach noch mal darauf an, wir stehen gerne zu Ihrer Verfügung. Vielen Dank.

Wünscht der Kunden die Weiterleitung zur Direktberatung?

+ Ja  
+ Nein

Weiter durch Auswahl Listeneintrag

javascript:fn:ClickLink('kpclose.jsp?ParClose=1','Verarbeitung läuft. Bitte Warten ...')

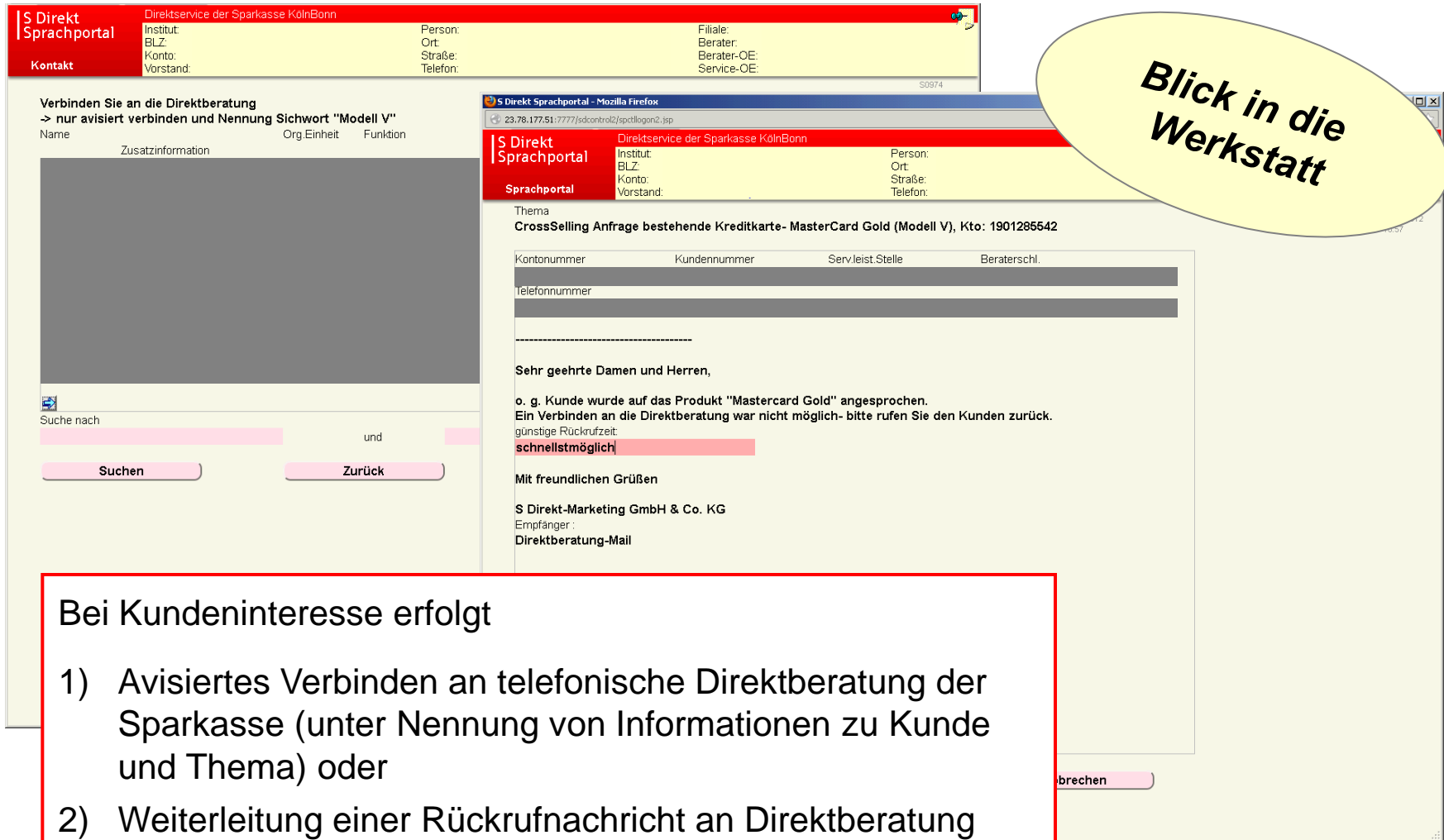
**Blick in die Werkstatt**

Nach Bearbeitung der Serviceanfrage erfolgt vertriebliche Ansprache mittels eines hinterlegten Gesprächsleitfadens

Gesprächsausstieg bei fehlendem Kundeninteresse

**>> Kunde erhält Sperrvermerk“ für Wiederansprache in den nächsten x Monaten**

## Pilotierungsbeispiel „Up-Selling Kreditkarte“



The screenshot shows a web portal interface for 'Direkt Sprachportal' of Sparkasse KölnBonn. The interface is divided into several sections:

- Header:** 'S Direkt Sprachportal' and 'Direkt-Service der Sparkasse KölnBonn'. It includes fields for 'Institut', 'BLZ', 'Konto', 'Vorstand', 'Person', 'Ort', 'Straße', 'Telefon', 'Filiale', 'Berater', 'Berater-OE', and 'Service-OE'.
- Search Section:** 'Verbinden Sie an die Direktberatung -> nur avisiert verbinden und Nennung Sichwort "Modell V"'. It has a search bar with 'Suche nach' and buttons for 'Suchen' and 'Zurück'.
- Content Area:** Displays a search result for 'CrossSelling Anfrage bestehende Kreditkarte- MasterCard Gold (Modell V), Kto: 1901285542'. Below this is a table with columns: 'Kontonummer', 'Kundennummer', 'Servleist.Stelle', and 'Beraterschl.'. The table contains several rows of data, some of which are redacted with grey bars.
- Email Template:** A section titled 'Sehr geehrte Damen und Herren,' followed by the text: 'o. g. Kunde wurde auf das Produkt "Mastercard Gold" angesprochen. Ein Verbinden an die Direktberatung war nicht möglich- bitte rufen Sie den Kunden zurück. günstige Rückrufzeit: schnellstmöglich'. It ends with 'Mit freundlichen Grüßen' and 'S Direkt-Marketing GmbH & Co. KG Empfänger: Direktberatung-Mail'.
- Callout:** A yellow oval with the text 'Blick in die Werkstatt' is positioned over the right side of the screenshot.

Bei Kundeninteresse erfolgt

- 1) Avisiertes Verbinden an telefonische Direktberatung der Sparkasse (unter Nennung von Informationen zu Kunde und Thema) oder
- 2) Weiterleitung einer Rückrufnachricht an Direktberatung (unter Angabe von Informationen zu Kunde und Thema)

Ziel: Vertriebsimpulse aktiv nutzen

## Vertriebliche Kundenansprache erfolgt

- Anlass-/kampagnen-  
bezogen: Auswahl von vertriebsrelevanten Themen/Produkten und  
Ereignissen  
auf der Basis selektierter Zielkunden
- Potenzialorientiert: Abgleich mit vorhandenen Produkten  
ggf. unter Ausschluss von bestimmten  
Kundensegmenten
- Prozessgeleitet: in Verbindung mit bestimmten Serviceanfragen /  
Prozessen als Impulsgeber  
bspw. nur nach ausgewählten Anfragen zum  
Privatgirokonto oder Prozessen zu Daueraufträgen



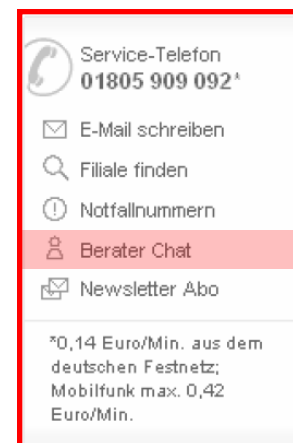
# 4

## Kundenservice 2.0

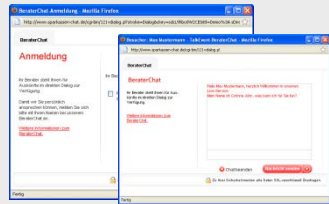
Mit Chat, Skype & Social Media neue  
Kontaktkanäle erschließen

## Realtime-Kommunikation über die IF

- gemeinsames Kommunikationspaket für IF 5.0
  - Sparkassen-Finanzportal: Integration in Kontaktbox der Internet-Filiale
  - Talkevent: Bereitstellung des technischen Tools
  - S Direkt: Bearbeitung der Kundenanfragen im 24h-Service
- Ausbau des Dialog-Angebots der Internet-Filiale ohne Medienbruch
- Verringerung der Abbrüche beim Online-Produktverkauf
- Integration in die Internet-Filiale inkl. 30 Kundenkontakten zum monatlichen Festpreis

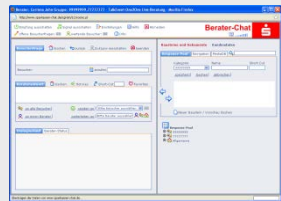


## Kooperation S Direkt & Sparkasse - Prozessgestaltung



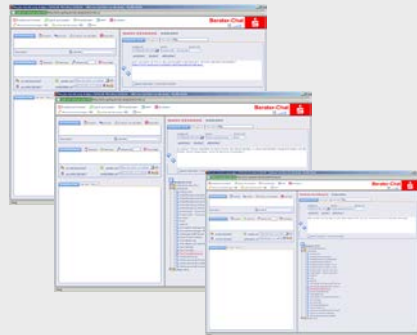
### Anfrage durch Chat-Besucher

- Anmeldung über Kontaktbox in der Internet-Filiale der Sparkasse
- Chat-Besucher erhält Begrüßung durch Chat-Berater



### Automatische Weiterleitung an S Direkt-Mitarbeiter

- Pop Up des Berater-Cockpits auf Bildschirm des S Direkt-Mitarbeiters
- S Direkt-Mitarbeiter 24-Stunden im Berater-Cockpit angemeldet



### Fallabschließende Realtime-Bearbeitung durch S Direkt-Mitarbeiter

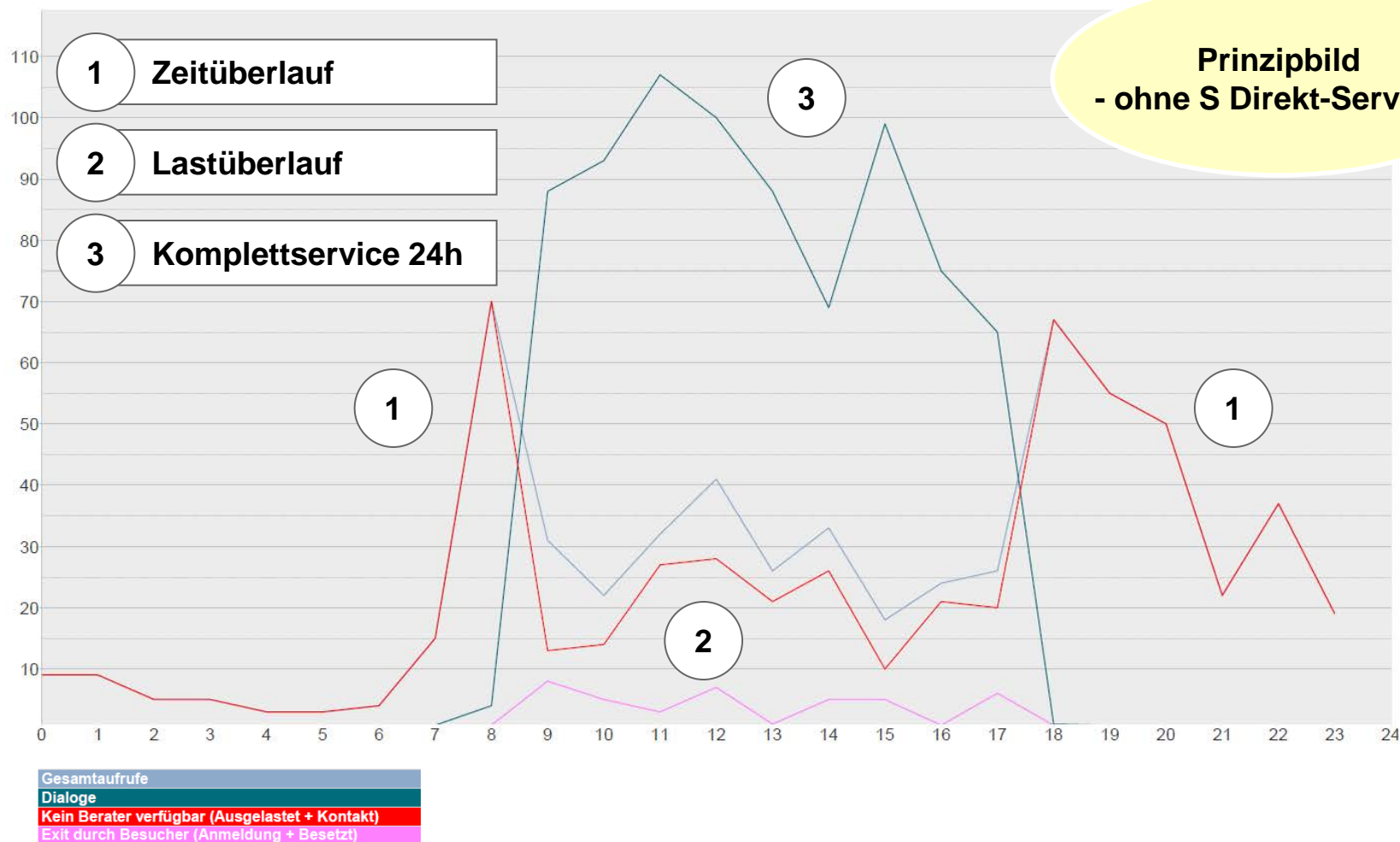
- per Rückgriff auf institutsspezifische Informationen und Antwortbausteine, die lt. Prozessvorgaben der Spk. im Response-Pool hinterlegt werden
- Versand von Dokumenten, Dateien und Links über Media-Datenbank
- Möglichkeit zur Navigation des Besuchers auf bestimmte Internetseiten
- Terminvereinbarung mit Sparkassen-Beratern inkl. Kalendereintrag

- ggf. Weiterleitung an Fachsupport der S Direkt

- ggf. Weiterleitung an Chat-Berater der Sparkasse

- ggf. Weiterleitung an Berater der Sparkasse per E-Mail

## Kooperation S Direkt & Sparkasse - Unterstützungsmodule





## Einsatzfelder und Themen

### Sparkassen-Chat

- ohne konkreten Themenbezug -

- allgemeine Auskünfte, wie
  - Öffnungszeiten der Geschäftsstellen
  - Kontaktdaten der Berater
  - Standorte von SB-Geräten
- Anfragen zu Sparkassen- und Verbundprodukten, wie
  - Kontomodelle
  - Ummeldung von Versicherungen
- Anfragen zu Konditionen, wie
  - Kontogebühren
  - Konditionen von Sparanlagen
- Anfragen zur Kontoführung/-eröffnung, wie
  - Beantragung/Freischaltung Kreditkarte
- Anfragen zum Online-Banking
  - Beantragung Online-Banking

Ø 4-6 Kundenanfragen pro Chat-Dialog

### Aktions-Chat

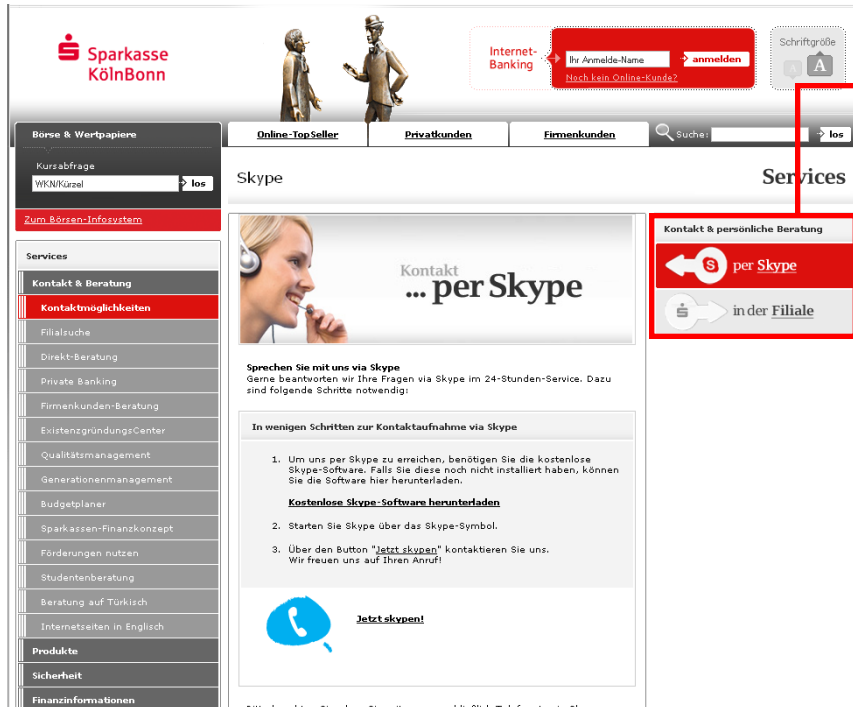
- thematisch bezogen -

#### Bspw.: Einführung von smsTAN/chipTAN

- Allgemeine Auskünfte zu den neuen Sicherungsmitteln, wie
  - Unterschiede und Vorteile der beiden Verfahren
  - Kosten
  - Bestellung/Erwerb des TAN-Generators
- Anleitungen für die Umstellung und Erstsynchronisation
- Anleitungen für den Einsatz der neuen Verfahren, z.B. bei einer Überweisung
- Lösungen bei Problemen mit der Ersteinrichtung oder dem Handling, wie
  - Einstellung der Bildschirmauflösung
  - Änderung der hinterlegten Mobilfunknummer

Weitere Einsatzfelder: GSW-Themen, Aktionswochen, spezielle Produkte, SEPA

## Kostenloser Kontaktkanal zur Sparkasse über das Internet



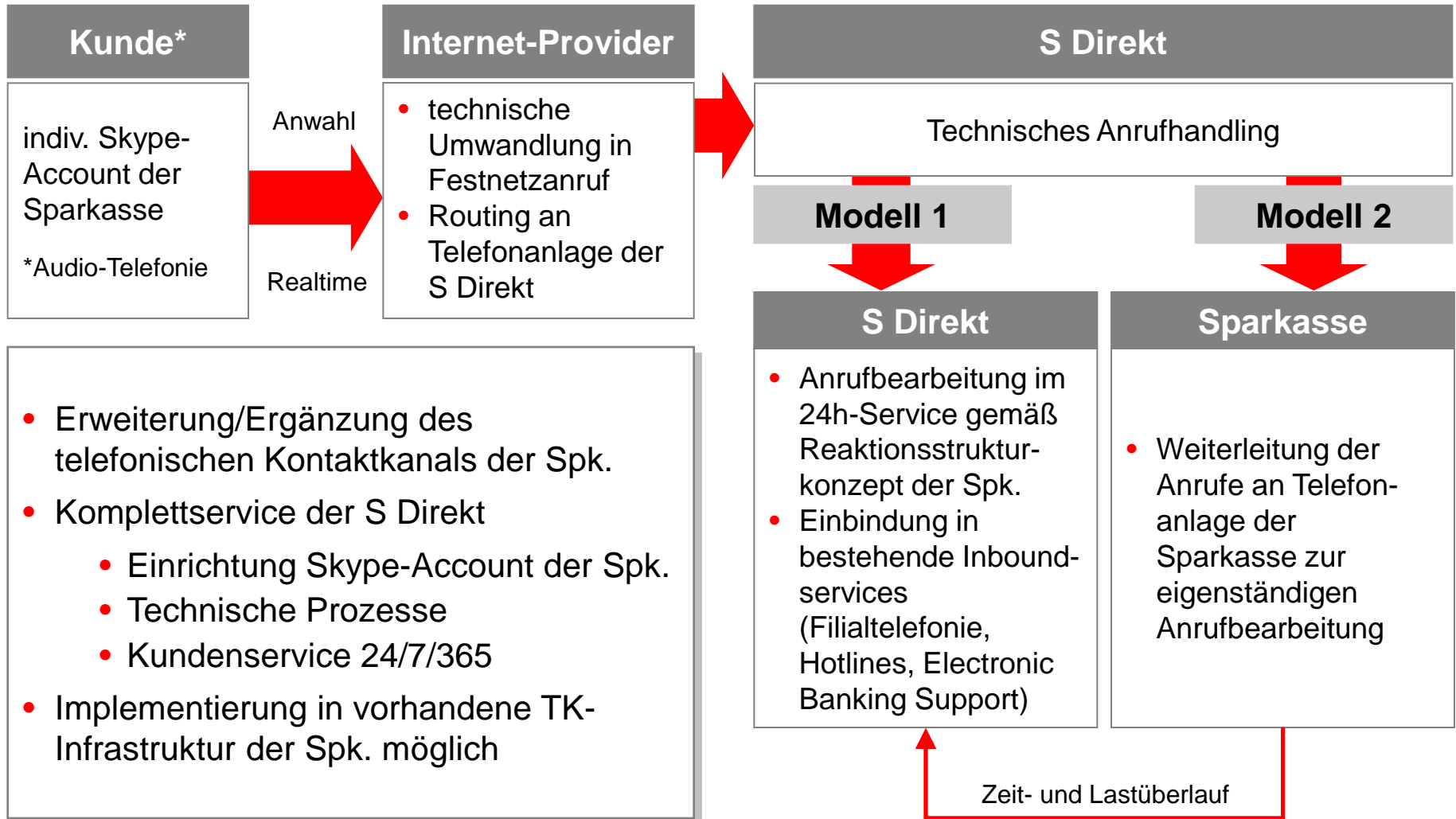
The screenshot shows the Sparkasse KölnBonn website. At the top, there is a search bar and a 'per Skype' button. Below the search bar, there is a navigation menu with 'Kontakt & Beratung' selected. The main content area features a large 'Kontakt ... per Skype' heading and a list of services. A red box highlights the 'per Skype' button in the navigation menu.



### Zahlen & Fakten:

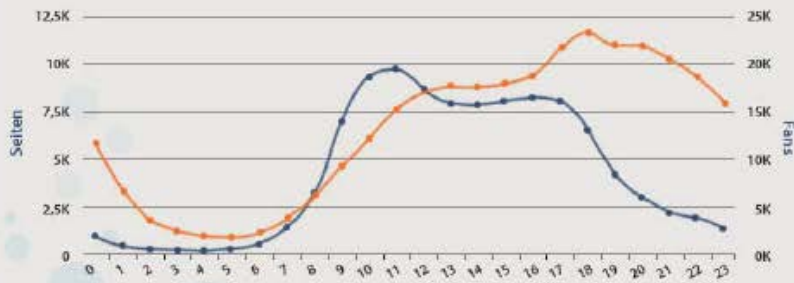
- jeder fünfte Deutsche telefoniert aktuell über das Internet
- Skype als populärste Software für Internettelefonie
- seit 2003 haben sich 15 Millionen Bundesbürger bei Skype registriert

## Prozessgestaltung

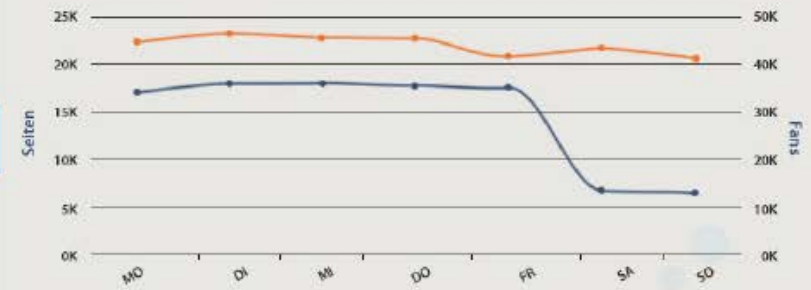


## Ausgangssituation: Aktivitäten im Social Web

Wann wird gepostet (Stunde)

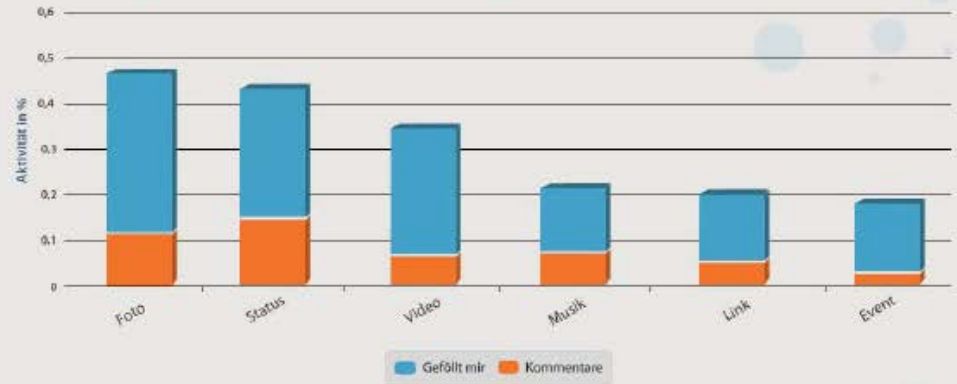
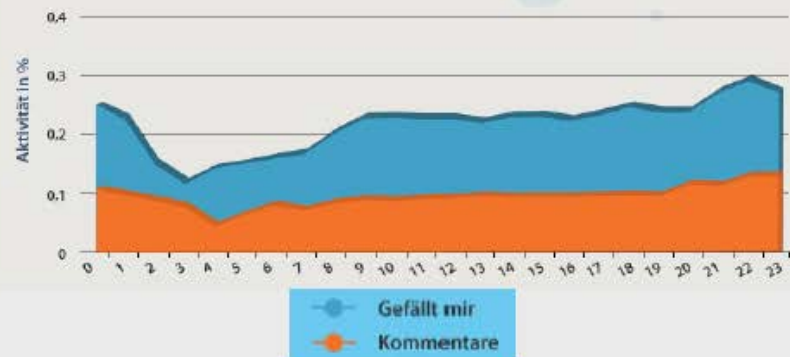


Wann wird gepostet (Wochentag)



**Social Media ist nicht "nine to five", sondern fast "24/7"!**

Aktivität (Stunden)



Quelle: [www.socialbench.de/infografik](http://www.socialbench.de/infografik), Juli 2011

## Herausforderungen in der Social Media-Kommunikation

### Herausforderungen

- >> Grundfrage:** Wer reagiert Samstag 19 Uhr auf eine Kundenanfrage auf der Social Media Präsenz der Sparkasse?
- Denn:** Social Media Nutzer kennen keinen „Feierabend“.
- >> Reaktionszeit:** Je intensiver die Nutzer interagieren, desto schneller muss die Reaktion erfolgen.
- >> Ressourcen:** Mit dem Umfang der Social Media Aktivitäten wächst der personelle Aufwand für die Betreuung der Plattformen (ca. 0,5 MAK für die redaktionelle Betreuung und ca. 0,2 MAK für die Beobachtung und Beantwortung von 2 Plattformen\*).

\* Quelle: DSGVO-Pilotprojekt Social Media Strategie der S-Finanzgruppe

### Fazit: Das Ziel

- >>** Klare Strukturen und Prozesse in der Aufgabenteilung zwischen redaktioneller Betreuung und Support schaffen die Grundlage für eine schnelle Weiterleitung und Bearbeitung von Anfragen.

## Module für den Social Media Support



## Service-Module im Überblick

### Live-Monitoring

- automatische Benachrichtigung über Social Media Einträge (Kommentare, Posts, Nachrichten etc.)
- Inhaltliche Prüfung der Einträge gemäß den Prozessvorgaben der Sparkasse
- inhaltliche Sichtung von veröffentlichten Links
- Information an „Social Media Team“ der Sparkasse entsprechend der festgelegten Reaktionskette

### Social Media Dialogmanagement

- Beantwortung von Social Media Anfragen gemäß eines mit der Sparkasse vereinbarten Reaktionsstrukturkonzeptes und unter Beachtung verschiedener Eskalationsstufen
- Ggf. Benachrichtigung von externen Schnittstellen (bspw. Wartungsdienst, Werttransportunternehmen, Haustechnik, Sicherheitsdienst, Reinigungsdienst)



**Klar definierte Reaktionsprozesse stellen eine verkürzte Reaktionszeit auf Einträge in sozialen Netzwerken – rund um die Uhr, an 7 Tagen in der Woche – sicher.**

## Social Media Dialogmanagement - Reaktionsbeispiele

„@Sparkasse: Ich habe meine EC-Karte verloren.“

@Kunden: Hinweis auf Sperrung der Karte über Sperr-Notruf-Hotline 116 116

„@Sparkasse: Der Geldautomat ist seit zwei Tagen kaputt.“

@Kunden: Beseitigung der Störung wird umgehend veranlasst

@extern: Information an Wartungsdienst

„@Sparkasse: Wo finde ich Infos zum Produkt xy?“

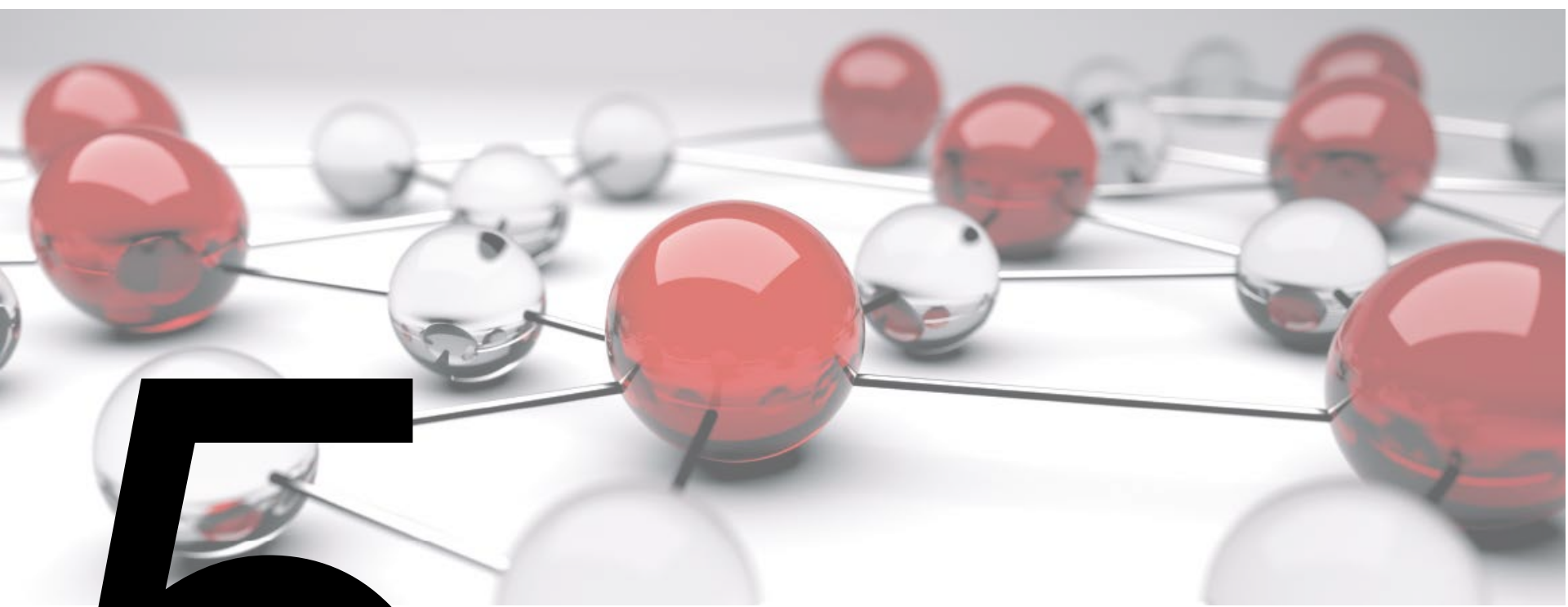
@Kunde: Versand des Links zur Internet-Seite der Sparkasse

„@Sparkasse: Ich wurde von der Sparkasse über den Tisch gezogen.“

@S Direkt: Eintrag sichern (Screenshot)

@Sparkasse: Mail, SMS, Anruf an Eskalationsstelle der Sparkasse





# 5

## **Blick in die Praxis der Sparkasse Paderborn-Detmold**

Erfolgreiche Sparkassenpräsenz im Social  
Web

## Kanäle Medialer Vertrieb

**Wir stehen  
hinter dem  
Online-Banking.**



**Wir ebnen den  
Weg zum  
papierlosen Büro.**



**Wir gestalten die  
Internetseiten  
und ermöglichen  
Onlineabschlüsse.**



**Wir beraten zur  
Online-Banking  
Sicherheit.**



**Wir ermöglichen  
 bargeldloses  
 Bezahlen.**



**Wir machen  
Online-Marketing.**



**Wir optimieren  
Zahlungsverkehr.**



**Wir ermöglichen  
 bargeldloses  
 Bezahlen / Bestellen  
 in Schulkantinen.**



**Wir machen  
Online-Banking  
mobil.**



**Wir ermöglichen  
die elektronische  
Unterschrift.**



**Wir liefern Bezahl-  
lösungen für  
Internet-Shops.**



**Wir erobern die  
sozialen Netzwerke.**

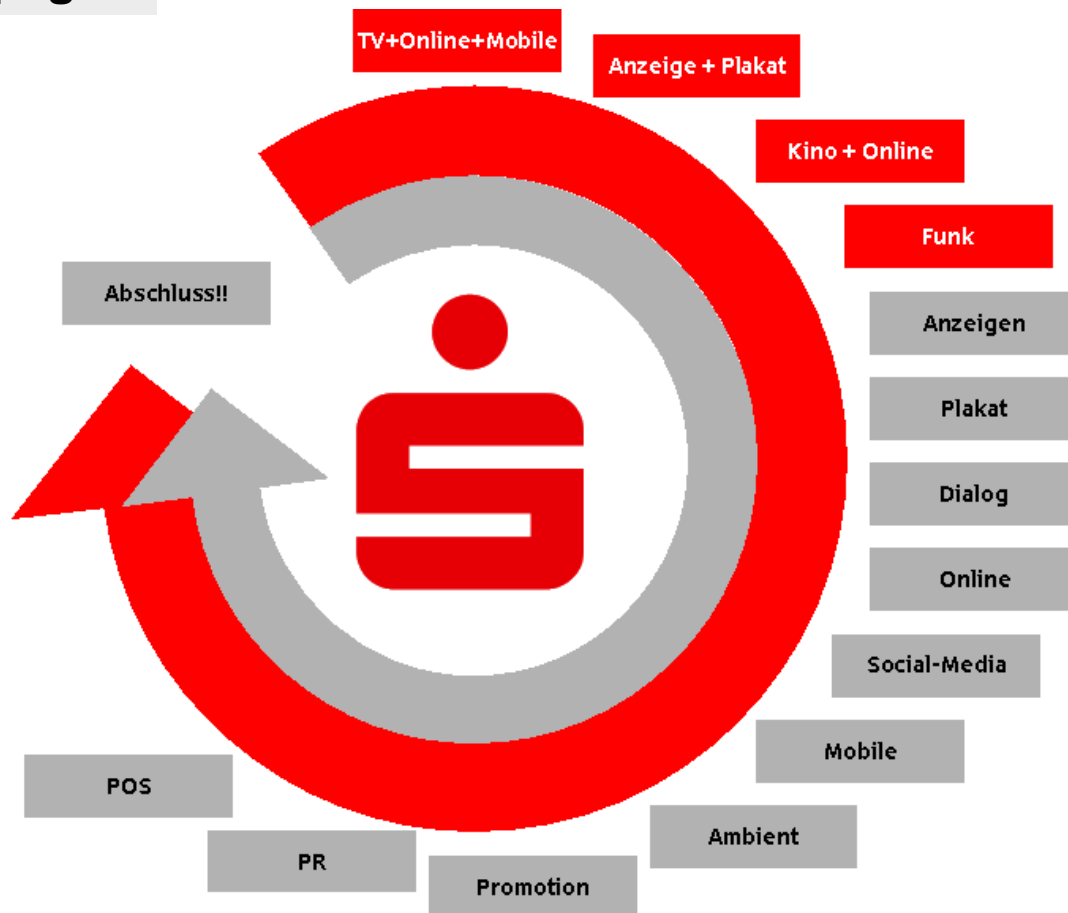


## Ziele im Medialen Vertrieb

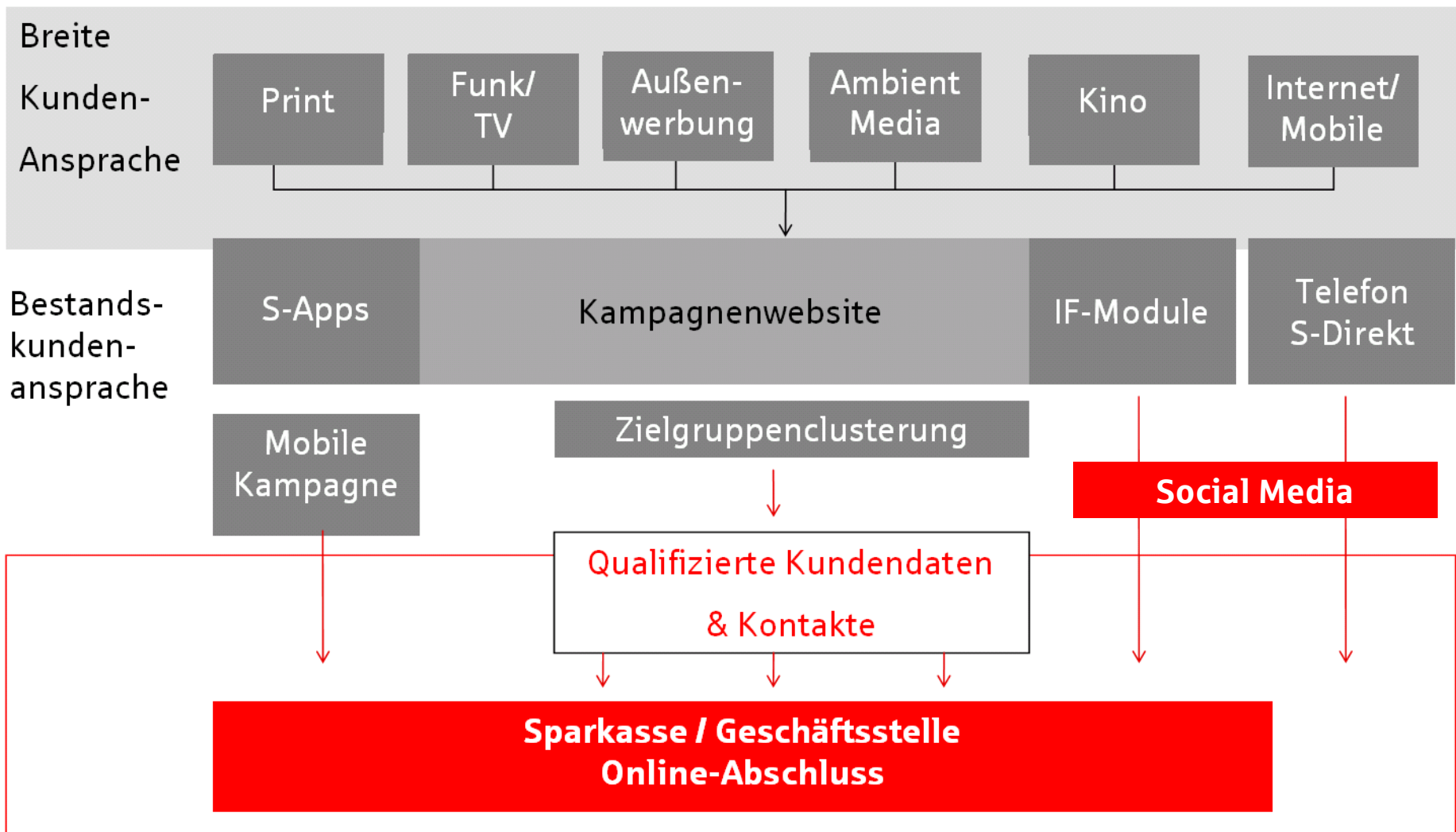
### Crossmediale 360-Grad-Kampagne

- Verlängerung der **GSW**
- Multikanal-Kommunikation
- Maximale Wiedererkennbarkeit
- Optimale Kanalverzahnung
- Mehr Kontakte
- Kosteneffizienz

Die Summe aller  
Maßnahmen führt  
zum Erfolg.



## Möglichkeiten der Kundenansprache

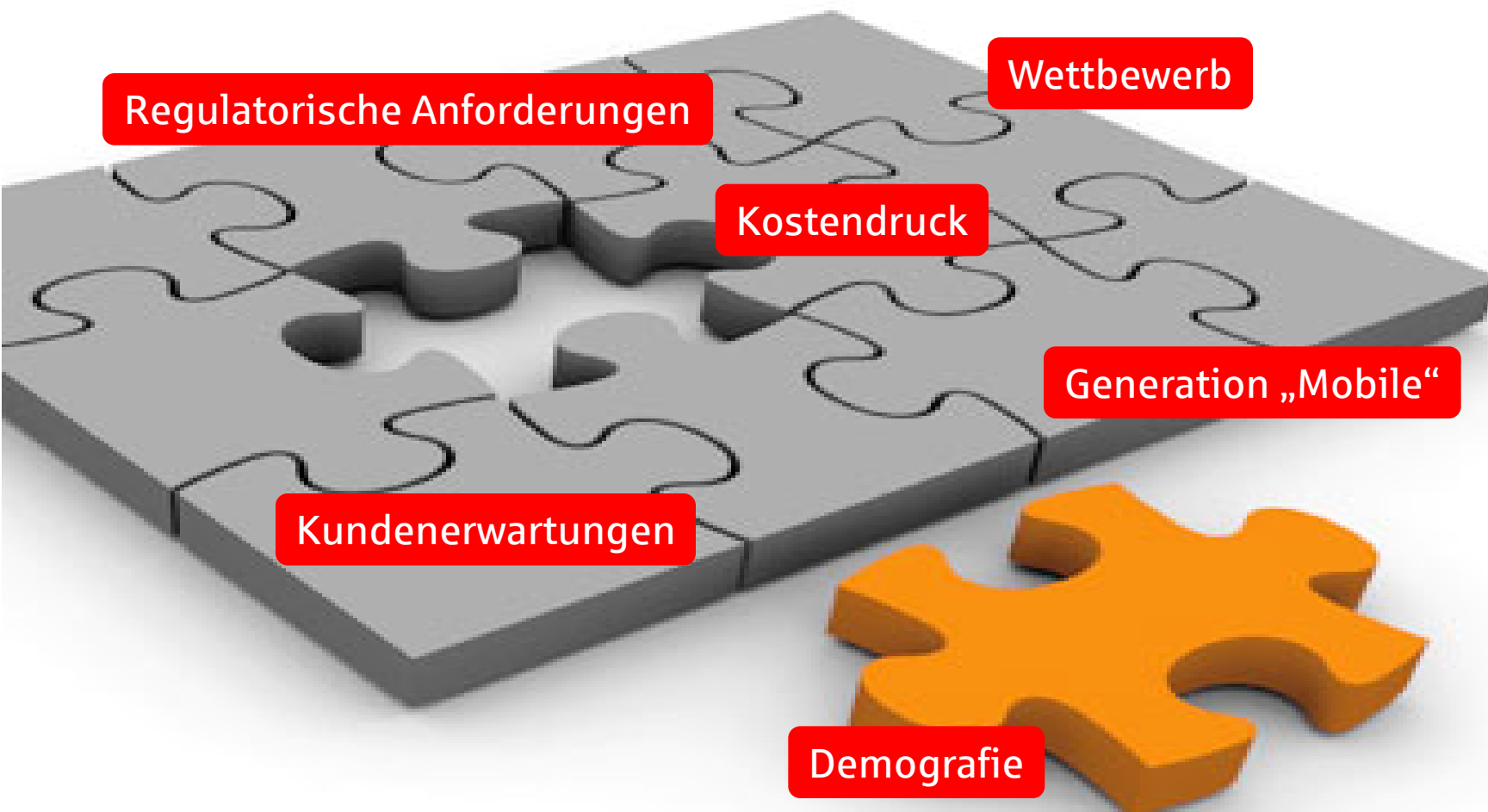


## Was wollen wir erreichen?

- Positives, innovatives, modernes Image
- Kundenbindung / Kundengewinnung
- Erhöhung der Interaktion mit Kunden, Interessenten und Partnern
- Dialog mit der Zielgruppe aufbauen
- Steigerung der Besucherzahl der Website / des Blogs
- Authentisch, offen und ehrlich am Markt kommunizieren
- Präsentation als attraktiver Arbeitgeber / Recruiting



Das Umfeld - was uns derzeit bewegt.



## Ausgangspunkt: Internetseiten (Auftritt Detmold)

 Sparkasse Paderborn-Detmold  
Auftritt Detmold

Große Gefühle als kleines Dankeschön - MasterCard bedankt sich mit Filmerlebnissen

 Jetzt registrieren

Gratis-Filmerlebnis für jeden Internet-Einkauf mit MasterCard®



JETZT REGISTRIEREN

BLZ: 47650130

Ihre Sparkasse Service Kontakt Shop Immobilien Karriere Media-Center

Suchbegriff

### Online-Banking


Anmeldename oder Legitimations-ID:

FIN:

direkt zu:

- Bitte auswählen -

Mit dem Absenden Ihrer Anmeldedaten erkennen Sie die [Sicherheitshinweise](#) an.

 Anmelden

Formularübersicht  
Demoanwendung  
Online-Kunde werden  
Sicherheit im Internet

### Privatkunden

Mobile Beratung  
Konten und Karten  
Online- und Mobile-Banking  
Sparen und Anlegen  
Wertpapiere und Börse  
Altersvorsorge  
Versicherungen  
Kredite und Finanzierungen  
Immobilien  
Erben und Vererben

### Firmenkunden

### Private Banking

### Sparkassen-Finanzkonzept

### Spezielle Angebote

Öffentliche Kunden

### Junge Leute

Auch Ihre Mutter würde es wollen. Die Sparkassen-Altersvorsorge.

Von Müttern empfohlen, von Vater Staat gefördert.

 Jetzt ausrechnen

Altersvorsorge

Das Sparkassen-Finanzkonzept: 30 Minuten für Ihre Zukunft.



Mit dem Finanz-Check analysieren Sie Ihre aktuelle Situation und entwickeln eine sichere Rundum-Strategie für Ihre Zukunft und das in nur 30 Minuten.

 Jetzt informieren

Giro4Life: Alles drin, und noch mehr drauf.



Das Konto, das mitwächst. Das Giro4Life passt sich jedem Alter und jeder Lebenssituation an.

Starten Sie mit uns in die Zukunft!

 Jetzt informieren

 Finanzstatus  Seite drucken

BLZ: 47650130 | Impressum

 Sparkasse Paderborn-Detmold  
Auftritt Detmold

BLZ: 47650130


Ihre Sparkasse Service Kontakt Shop Immobilien Karriere Media-Center

Suchbegriff

### Online-Banking

direkt zu:

- Bitte auswählen -

 Anmelden

Formularübersicht  
Demoanwendung  
Online-Kunde werden  
Sicherheit im Internet

### Privatkunden

Mobile Beratung  
Konten und Karten  
Online- und Mobile-Banking  
Sparen und Anlegen  
Wertpapiere und Börse  
Altersvorsorge  
Versicherungen  
Kredite und Finanzierungen  
Immobilien  
Erben und Vererben

### Firmenkunden

### Private Banking

### Sparkassen-Finanzkonzept

### Spezielle Angebote

Öffentliche Kunden

### Junge Leute

### Immobilien

Einfach und schnell: der S-Privatkredit.

 Jetzt informieren

Ihre Sparkasse Service Kontakt Shop Immobilien Karriere Media-Center

Suchbegriff

## Geld parken und täglich verfügen

### Tagesgeld Online

Die ideale Ergänzung für Ihr Girokonto: das Tagesgeld Online.

Parken Sie Ihr Guthaben - mit attraktiven Zinsen und täglicher Verfügbarkeit.



#### Ihre Vorteile

#### Vertragsbedingungen

#### Online abschließen

- Aktuell gibt es 0,50 % p. a. Zinsen\* ab dem ersten Euro und ab einer Anlagesumme von 25.000 Euro 0,70 % p. a. Zinsen\* ohne Anlagegrenze nach oben! Für alle Privatanleger
- Flexibel anlegen, sparen oder Geld parken
- Taggleicher Übertrag vom Sparkassen-Girokonto auf Ihr Tagesgeldgeld Online und zurück - funktioniert in der Regel bei Online-Banking werktags bis 20 Uhr





- Ihr Geld ist zu 100 % sicher - in jeder Anlagehöhe
- Gutschrift der Erträge zum Jahresende
- Kostenfreie Kontoführung
- Zuzahlungen jederzeit in beliebiger Höhe möglich
- Neueröffnung ohne aufwändiges Legitimationsverfahren

\* Zins variabel, Zinssätze gelten ausschließlich bei Online-Abschluss, zuletzt geändert am 05. November 2012

 Online abschließen



 Online beantragen

Service Telefon 05231 930-0

 Filiale finden  
 Notfallnummern  
 Sparkassen-Chat  
 Ihre Meinung

#### Weitere Infos

-  Einlagensicherung
-  Freistellungsauftrag

 Empfehlen  Tweeten

 Lesezeichen  Seite drucken  Seitenanfang

BLZ: 47650130 | Impressum | AGB | Datenschutz | Preise und Hinweise

## Sparkassen-Chat



**Sparkasse Detmold**

Die neuen TANs sind einfach schlauer. Keine Chance dem Datenklau. [Jetzt umstellen](#)

BLZ: 47650130 Ihre Sparkasse Service Kontakt Shop Immobilien Karriere Media-Center Suchbegriff

**BeraterChat**

### Kontakt

Zur Zeit ist kein Berater im Chat.

[Weitere Informationen zum BeraterChat.](#)

Zur Zeit ist Ihr Kundenberater auf diesem Wege nicht zu erreichen. Um eine Nachricht zu übermitteln, nutzen Sie das folgende Kontaktformular.

Name, Vorname:


Straße:

PLZ, Ort:

Telefon:  E-Mail:

Ihre Nachricht an uns hier eintippen.

[Fenster schließen](#) [Absenden](#)

 Zu Ihrer Sicherheit werden alle Daten SSL-verschlüsselt übertragen.

**Service-Telefon 05231 93-01**

Filiale finden  
Notfallnummern  
Sparkassen-Chat  
Ihre Meinung



**on immer in**

agen rund um Berater der inen gerne

Auskünfte im direkten Dialog zur Verfügung. Damit wir Sie persönlich den Sie sich bitte mit Ihrem Namen bei unserem Live-Chat-Dialog an.

[Jetzt BeraterChat starten](#)

 Zu Ihrer Sicherheit werden alle Daten SSL-verschlüsselt übertragen.

- Integ
- Betre
- Siche
- Basis
- Geso
- Chat

[Firmenk](#)  
[Private](#)  
[Junge L](#)  
[Spezielle Angebote](#)  
[Immobilien](#)

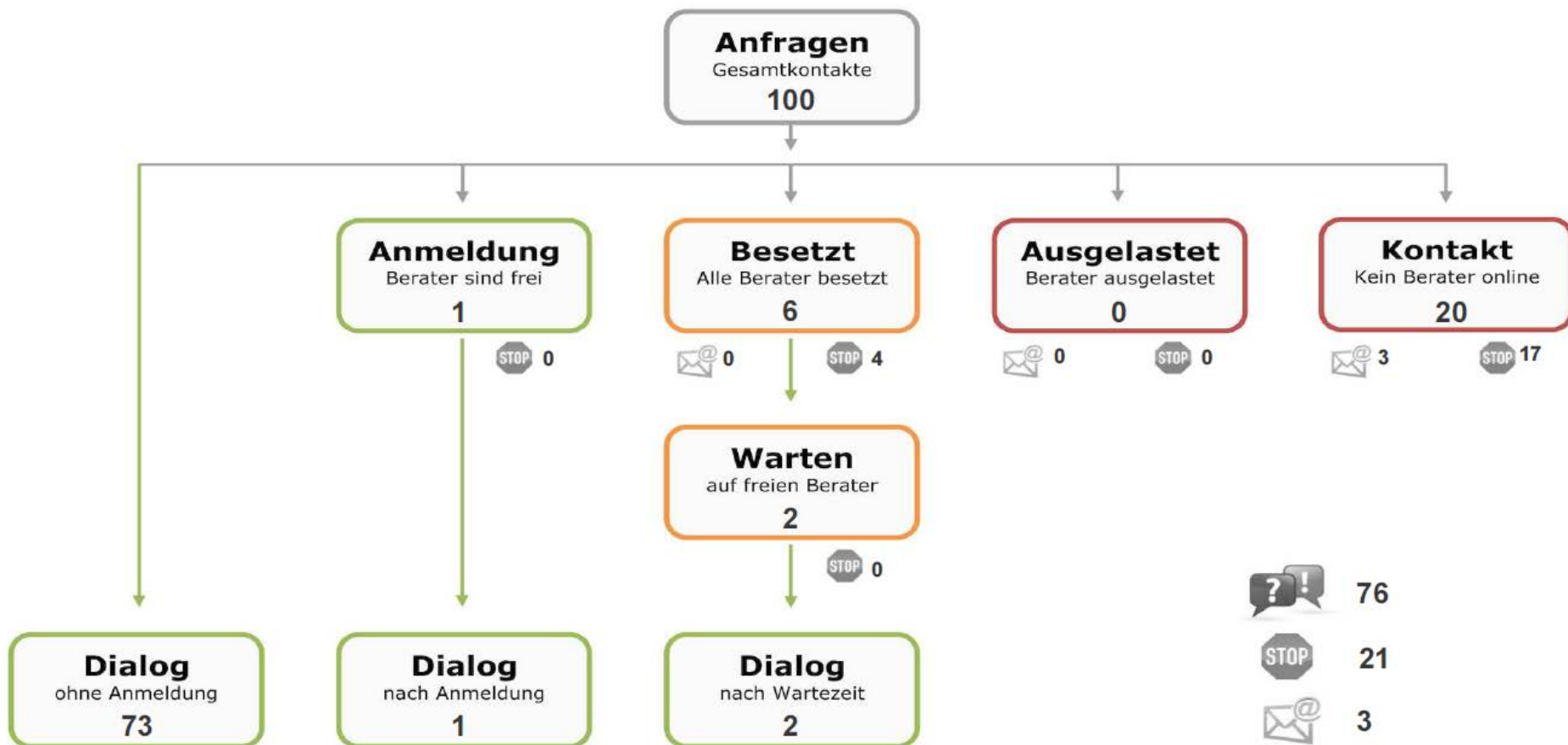
[Jetzt finanzieren](#)

[Finanzstatus](#) [Seite drucken](#) [Seitenanfang](#)

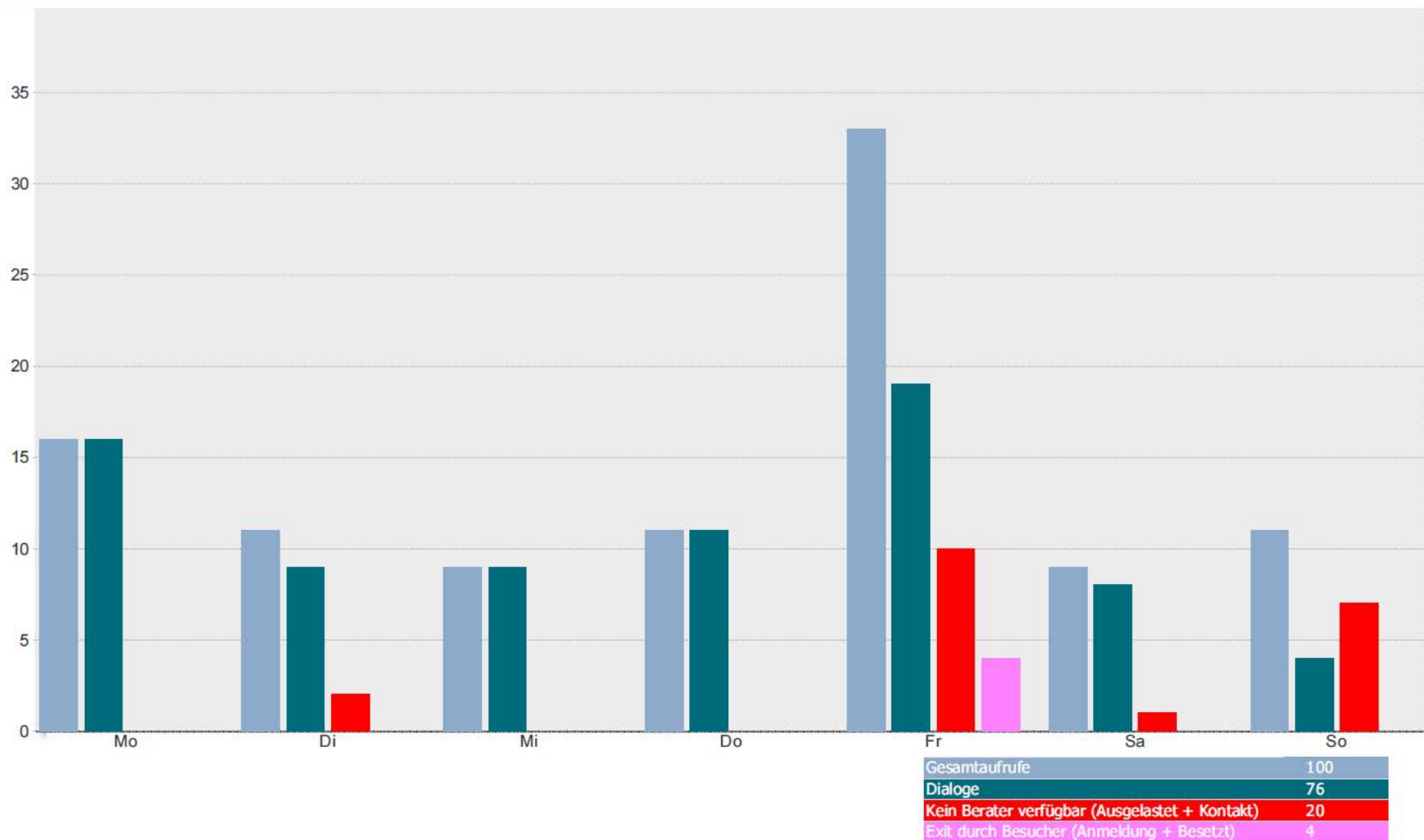
BLZ: 47650130 | Impressum | AGB | Datenschutz | Preise und Hinweise



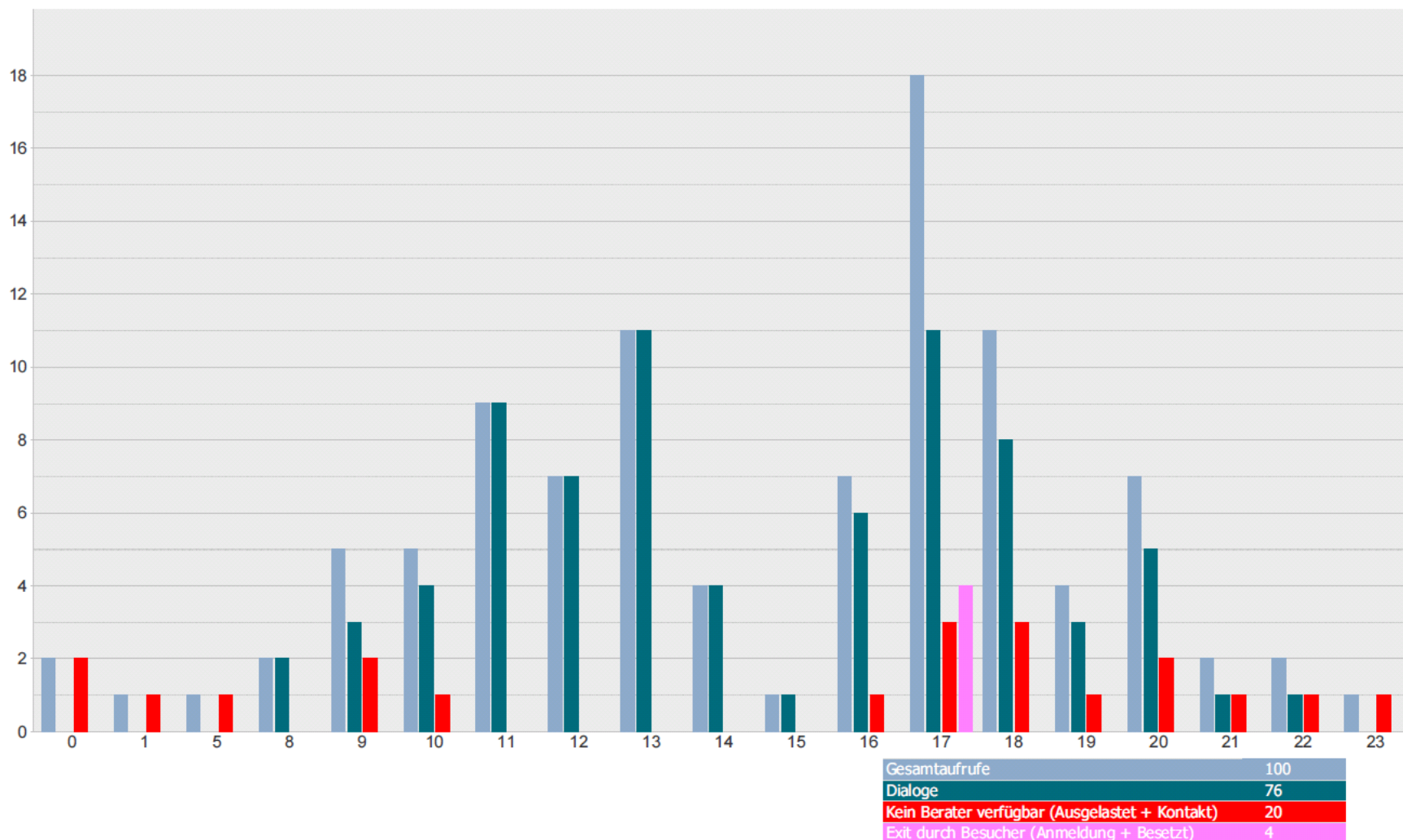
## Sparkassen-Chat: Gesamtübersicht der Chat-Nutzung



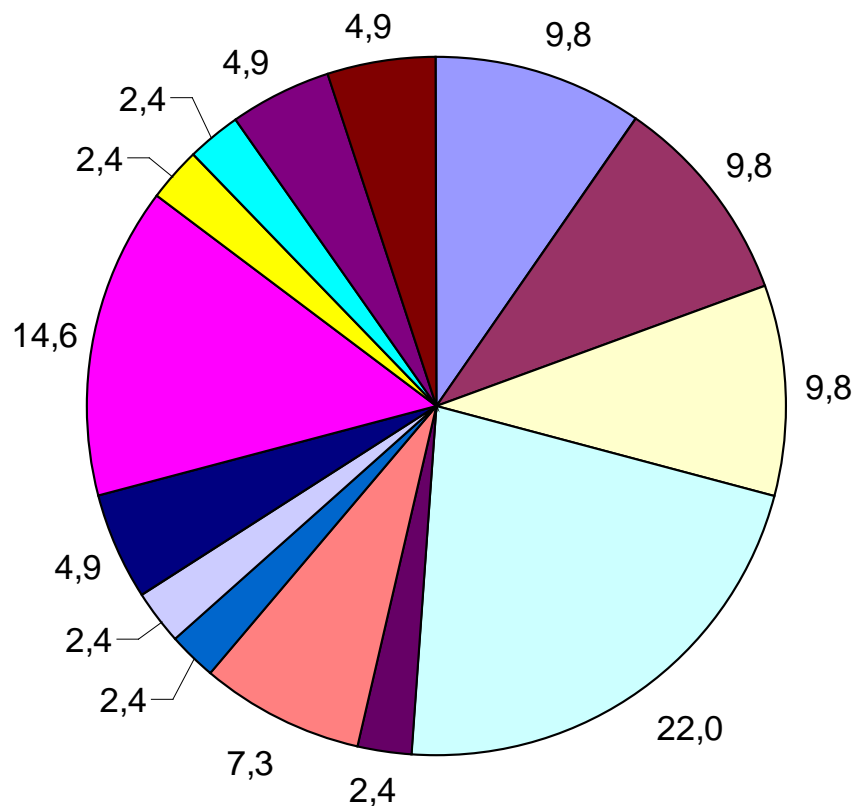
## Sparkassen-Chat: Chat-Nutzung nach Wochentagen



## Sparkassen-Chat: Chat-Nutzung nach Tageszeit



## Sparkassen-Chat: Chat-Nutzung nach Themen



- Kreditanfragen
- Anfragen SparkassenCard
- Kontaktdaten Spk / Berater
- Online Banking Anfragen
- Anfragen zur Kreditkarte
- Kontoangelegenheiten
- Dispositonskredit
- Tagesgeldkonto
- Sortenanfragen
- Zahlungsverkehr
- Ausstattung GST
- Termin
- Konditionen
- Riesteranfragen

Auswertung September 2012

### FAZIT

Neben einer zusätzlichen Servicekomponente bieten Chat-Dialoge vertriebliche Impulse für Sparkassen- und Verbundprodukte inkl. Terminvereinbarung.

## Sparkassen-Chat: Vorteile

- Unkomplizierter Kontakt auf einem Weg, den Kunden zunehmend wünschen.
  - Erhöhung der Kundenzufriedenheit
  - Schnelle Antworten und Lösungen
- Beitrag zu einem innovativen und modernen Sparkassen-Image
- Verringerung der Abbrüche beim Online-Produktverkauf
  - Steigerung der Konversionsrate
- Online-Kontakt / Online-Hilfe als medial vermittelter menschlicher Prozess



## Sparkassen-Chat: Vorteile

- **Der Kontakt zu den Kunden ist unser wichtigstes Kapital.**  
Die meisten Leute warten nicht gerne auf Unterstützung bei der Lösung eines Problems oder auf die Beantwortung ihre Frage.
- **Der Online-Chat ist ein echter Mehrwert für den Kunden:** Diesem wird in dem Moment geholfen, in dem er die Hilfe tatsächlich benötigt und zwar durch die direkte Beantwortung einer aktuellen Frage. Der Frager muss also nicht zum Telefon greifen oder eine E-Mail schreiben.
- Der Chat erlaubt, im Vergleich zu Telefon und E-Mail, dass der Anfragende so lange anonym bleiben kann, wie er möchte.
- Vorverkauf, Unterstützung beim Online-Abschluss und damit das Verringern der Kaufabbrüche sowie Steigern der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung - das sind die wesentlichen Aufgaben.

**Unsere Kunden erwarten Antworten. Mit dem Online-Chat werden wir den Kundenwünschen gerecht: Antworten geben, sobald Fragen entstehen, auf dem Weg, den unsere Kunden bevorzugen.**

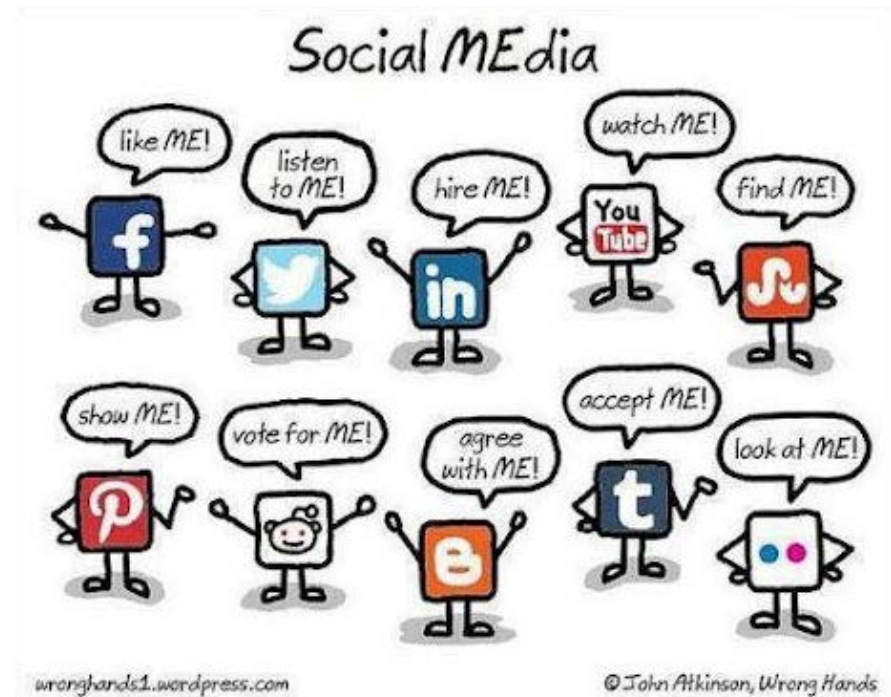


## Motivation zu Social Media

- Zauberwort „Kunden-Dialog“
- Geändertes Kundenverhalten
- Demographischer Wandel
- Multikanalansatz: Produkt- und Kundenserviceprozesse in mehreren Kanälen



"No, you weren't downloaded.  
You were born."



wronghands1.wordpress.com

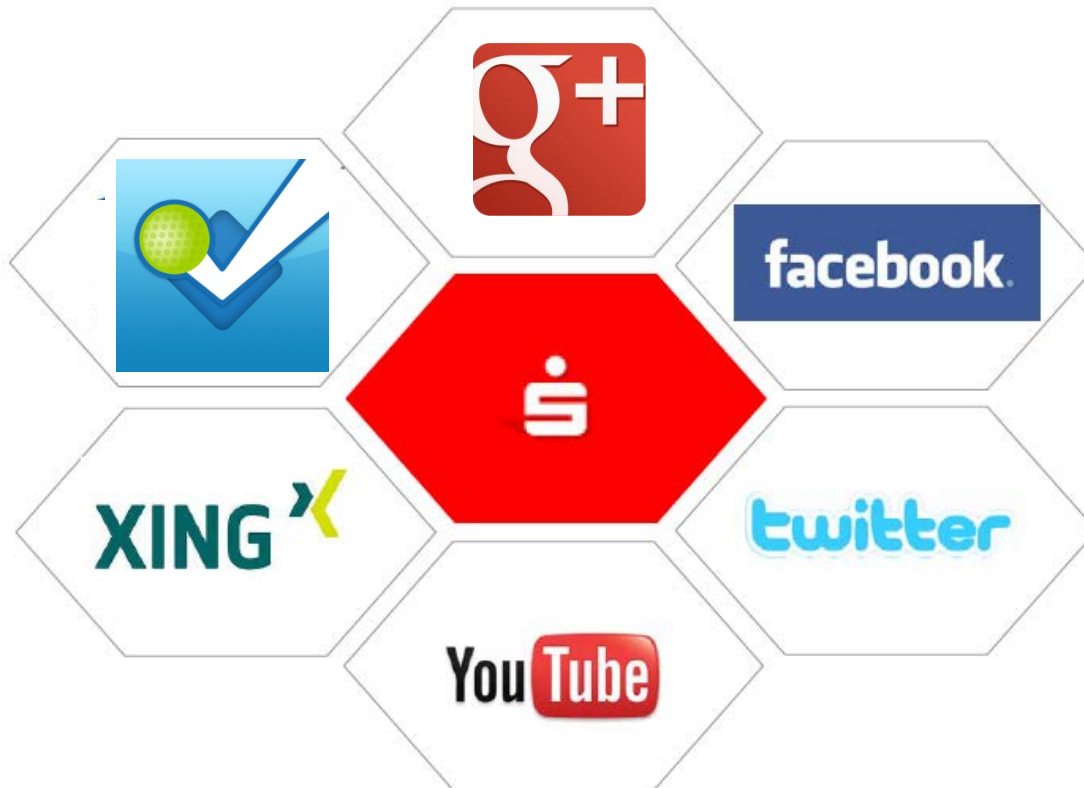
© John Atkinson, Wrong Hands



## Online-Präsenz: Von der Pflicht zur Kür



## Sparkassen im Spannungsfeld von Social Media




Mitarbeiter werden  
zu Markenbotschaftern

Firmen  
brauchen Social Media  
Richtlinien.

Medienkompetenz  
bei den Mitarbeitern  
aufbauen!

## Integration sozialer Netzwerke in der Internet-Filiale

**Sparkasse Paderborn-Detmold**  
Auftritt Detmold



**Einfach und schnell: der S-Privatkredit.**

[Jetzt informieren](#)

BLZ: 47650130
[Ihre Sparkasse](#)
[Service](#)
[Kontakt](#)
[Shop](#)
[Immobilien](#)
[Karriere](#)
[Media-Center](#)

Suchbegriff ▼

**Online-Banking**

direkt zu:

[Anmelden](#)

Formularübersicht

Demoanwendung

Online-Kunde werden

Sicherheit im Internet

---

**Privatkunden**

---

**Firmenkunden**

---

**Private Banking**

---

**Sparkassen-Finanzkonzept**

---

**Spezielle Angebote**

Öffentliche Kunden

---

**Junge Leute**

---


**Immobilien**

### Ihre Sparkasse Paderborn-Detmold

**Doppelt Gut. - für Sie!**

Mit dem Zusammenschluss der Sparkassen Paderborn und Detmold gehen wir "Kraftvoll gemeinsam in die Zukunft!"

Damit sind wir noch stärker als zuvor.



Service Telefon **05231 930-0**

Filiale finden

Notfallnummern

Sparkassen-Chat

Ihre Meinung

**Verlässlicher Partner vor Ort**

- [Geschäftsbericht 2011](#)  
Zahlen, Daten, Fakten
- [Wir über uns](#)  
Fakten über Ihre Sparkasse
- [Ausbildung und Karriere](#)  
Gemeinsam erfolgreich
- [Presse-Center](#)  
Ihre Sparkasse in der Öffentlichkeit
- [Veranstaltungen für Sie](#)  
Highlights in der Sparkasse und der Region
- [Investor Relations](#)

**Immer gut zu erreichen**

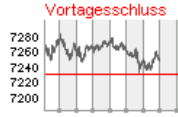
- [Filialfinder](#)  
Gleich in Ihrer Nähe
- [Wichtige Rufnummern](#)  
Ihr direkter Draht
- [Ihre Meinung](#)  
Ob Lob oder Kritik - wir haben immer ein offenes Ohr für Ihre Anregungen.

**Ihre Sparkasse im Web**

- [Sparkassenblog](#)  
Unterhaltsam, informativ, aktuell
- [Facebook](#)  
Vernetzt im drittgrößten Land der Welt
- [Twitter](#)  
Immer top-aktuell informiert
- [YouTube](#)  
Der Video-Kanal Ihrer Sparkasse
- [Google +](#)  
Kreisen Sie uns ein

DAX TecDax Dow

**Vortageschluss**



DAX30	7.250,98	18,15	0,2
TecDAX	809,06	-5,05	-0,6
EUR/USD	1,27	-0,00	-0,2
Gold USD	1.715,96	-0,35	-0,0

(ISIN, WKN, Name) ▼



The screenshot shows the homepage of the Sparkasse Paderborn-Detmold corporate blog. At the top, there is a navigation bar with links for 'RSS-Feed abonnieren', 'Impressum', and 'Datenschutz'. Below this is a search bar containing the URL 'paderborn-detmold.sparkasseblog.de'. The main header features the Sparkasse logo and the text 'Sparkasse Paderborn-Detmold'. A large red banner on the left side reads 'ServiceProfi 2012' with a white thumbs-up icon. To the right of the banner is a vertical menu with categories: 'Banking', 'Gut für die Region', 'Ihr Geld', 'Junge Leute', 'Sparkassen Leben', and 'Suche'. Below the menu is a small advertisement for smartphones with the text 'Machen Sie Ihr Smartphone zur kleinsten Sparkassen-Filiale der Welt.' At the bottom of the page, there are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, and a 'Teilen' button, along with a 'Kommentieren' button. The footer contains the phone number 'Telefon: 05251 292929'.

RSS-Feed abonnieren Impressum Datenschutz

paderborn-detmold.sparkasseblog.de

Sparkasse Paderborn-Detmold

**ServiceProfi 2012**

Banking  
Gut für die Region  
Ihr Geld  
Junge Leute  
Sparkassen Leben  
Suche

Machen Sie Ihr Smartphone zur kleinsten Sparkassen-Filiale der Welt. ▶

Draußen nur Kännchen – Nominierungsphase des ServiceProfis 2012 startet

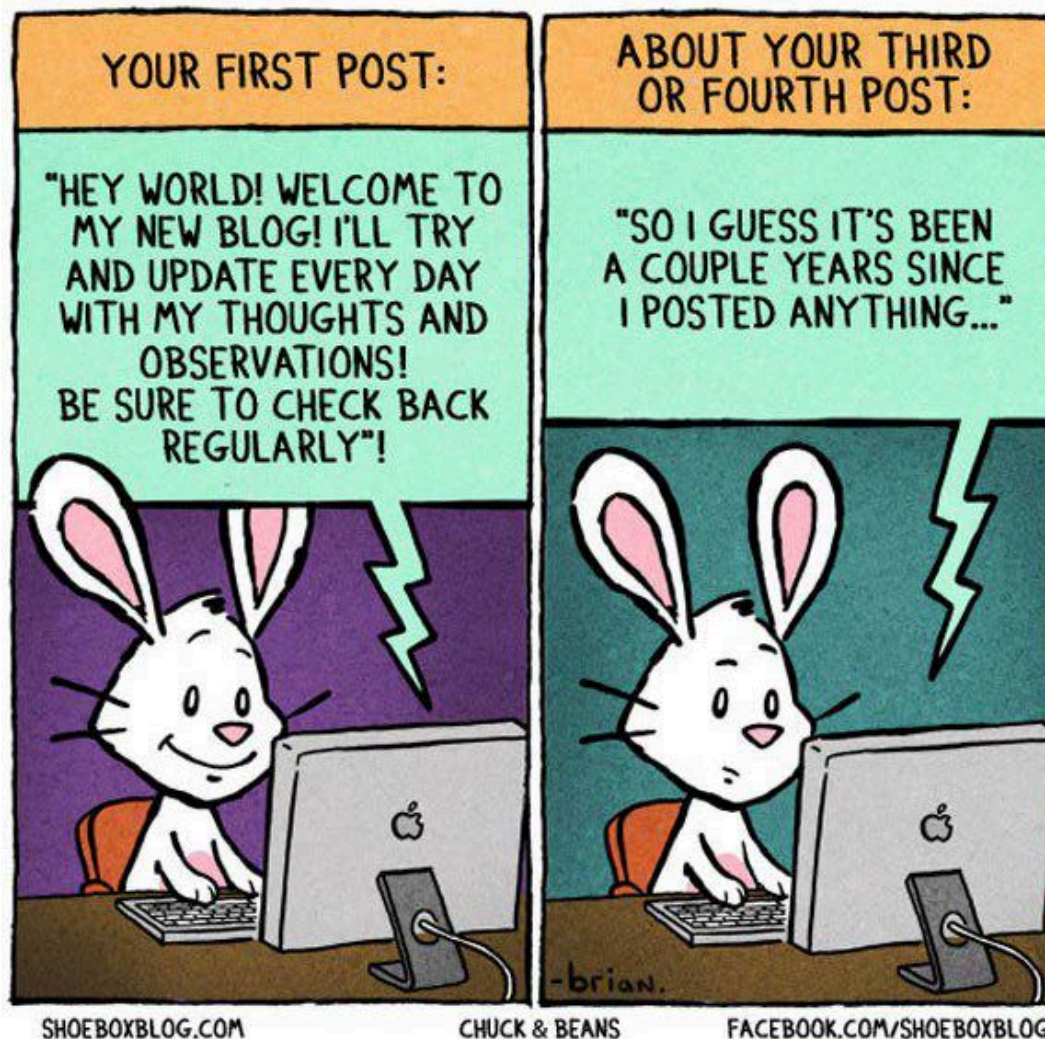
Start mit dem Sparkasen-Blog am 13. März 2011

Gefällt mir 0 Twittern 0 +1 0 Teilen ▶ Kommentieren

Telefon: 05251 292929

- Blog als eigenständiger Kanal und zentrale Quelle
- Branding und Reputation
- Content-Owner
- Besseres Google-Ranking
- Der Marke ein sympatisches Gesicht geben
- Direkter Dialog über die Kommentarfunktion
- Generierung neuer Interessenten und Kunden
- Große Reichweite
- Blog als Unterscheidungsmerkmal
- Persönlichkeit zeigen

## Welcome to Blogging



## Twitter - #spk\_pbd



**SPK.PaderbornDetmold** @spk\_pbd  
Twitter-Kanal der Sparkasse Paderborn-Detmold. Infos unter <http://www.sparkasse-paderborn-detmold.de>.  
Detmold, Germany · <http://www.sparkasse-paderborn-detmold.de>  
Impressum

511 TWEETS  
7 FOLGERS  
424 FOLLOWER

**Tweets**

- SPK.PaderbornDetmold @spk\_pbd  
ServiceProfi 2012 - Nominierungsphase des ServiceProfis startet »Drauen nur Kännchen.« »Ham wa nich.« »Kost... fb.me /121qitT4r  
Öffnen
- SPK.PaderbornDetmold @spk\_pbd  
Kommt aus den Puschen! Die Unisex-Tarife kommen. [paderborn-detmold.sparkasseblog.de/?p=385](http://paderborn-detmold.sparkasseblog.de/?p=385) fb.me/2eq9Gtw4b  
Öffnen
- SPK.PaderbornDetmold @spk\_pbd  
Schauen Sie doch am #Weltspartag wieder einmal bei uns vorbei. Wir sind immer für eine Überraschung gut. [twitpic.com/b...](http://twitpic.com/b...)  
Foto anzeigen
- SPK.PaderbornDetmold @spk\_pbd  
Heute Nacht werden die Uhren von 3 Uhr auf 2 Uhr zurückgestellt. Gehören Sie auch zu den Leuten, die sich das nie...  
fb.me/2lyQFEV75  
Öffnen
- SPK.PaderbornDetmold @spk\_pbd  
Für alle, die vom eigenen Haus oder den eigenen vier Wänden träumen, aber auch für Kapitalanleger, präsentieren... fb.me

- Verstärkung der Markenwahrnehmung
- Öffentliche Meinung verfolgen
- Informationen teilen
- Erhöhung der Unternehmenswahrnehmung in Suchmaschinen
- Traffic auf die IF / Sparkassen-Blog / Facebook weiterleiten
- Viral-Marketing Effekte durch Retweets
- Customer Relationship Management – durch Antworten auf Tweets
- Potentiale im Bereich Recruitment

Start im Micro-Blogging-Dienst Twitter im Januar 2010

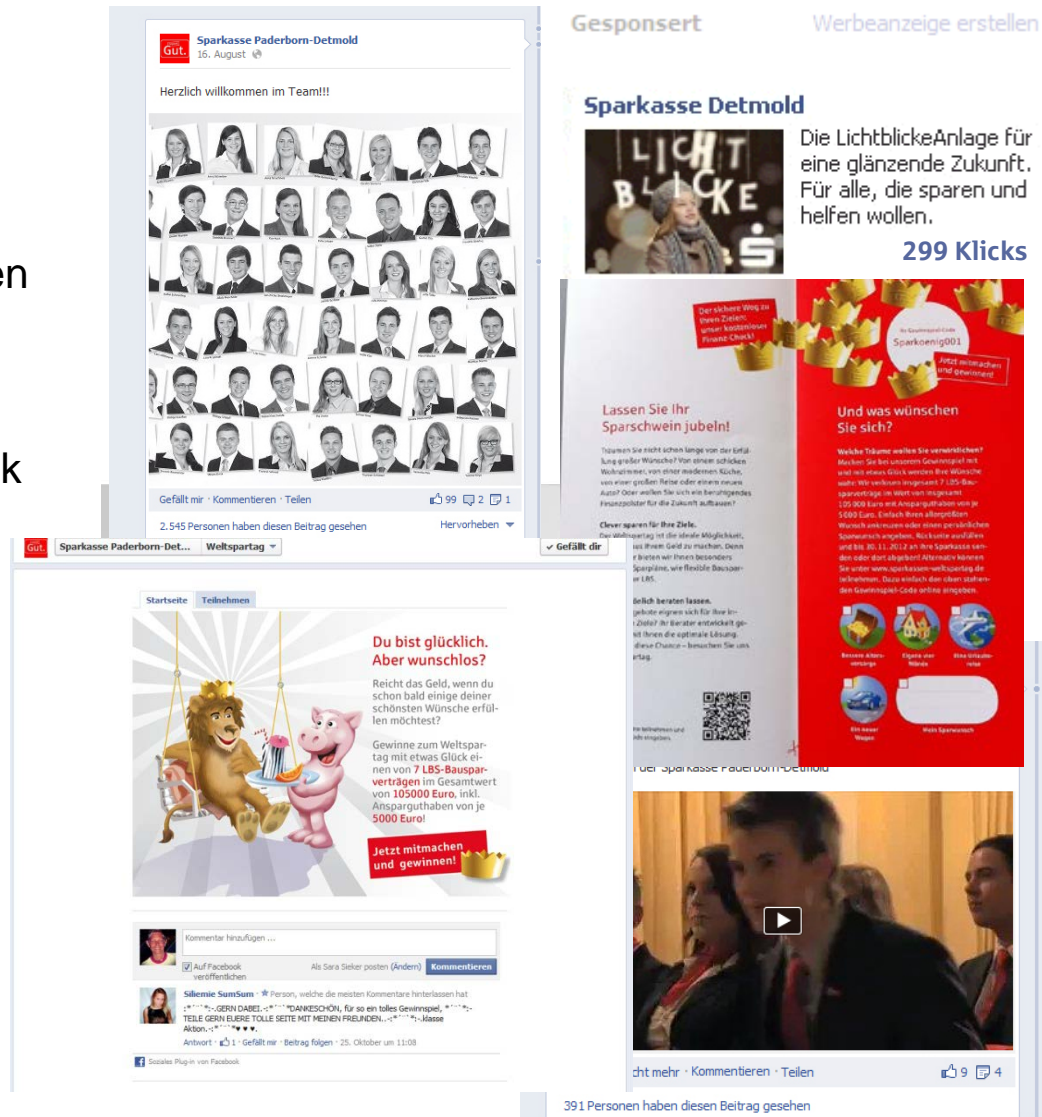


- Relevant bleiben
- Neue Möglichkeiten
- Imagebildung als modernes, kundennahes und leistungsfähiges Institut
- Kundenbindung und Kundengewinnung
- Präsentation als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb
- Präsenz als regionaler Sponsor – Gut. für die Region
- Dialog

Start Facebook im Februar 2010

## Wie werden Fans zu unseren Fans?

- Lieferung von zielgruppengerechten Themen
- Nützliche Informationen rund um die Sparkasse und Finanzdienstleistungen
- Verlängerung von Sponsoringmaßnahmen
- Schaltung von Werbung auf Facebook
- Imagebildung
- Kundenbindung und Kundengewinnung
- Media-Mix: Verbreitung der Präsenz über weitere Kanäle



**Gesponsert** Werbeanzeige erstellen

**Sparkasse Detmold**

Lassen Sie Ihr Sparschwein jubeln!

Und was wünschen Sie sich?

Welche Träume wollen Sie verwirklichen? Machen Sie bei unserem Gewinnspiel mit und mit einem Glückswort eine Wunschliste. Was wünschen Sie sich? Welche Träume wollen Sie verwirklichen? Machen Sie bei unserem Gewinnspiel mit und mit einem Glückswort eine Wunschliste. Was wünschen Sie sich? Welche Träume wollen Sie verwirklichen? Machen Sie bei unserem Gewinnspiel mit und mit einem Glückswort eine Wunschliste.

**Welpspartag**

Du bist glücklich. Aber wunschlos?

Reicht das Geld, wenn du schon bald einige deiner schönsten Wünsche erfüllen möchtest?

Gewinne zum Welpspartag mit etwas Glück einen von 7 LBS-Bausparverträgen im Gesamtwert von 105000 Euro, inkl. Ansparguthaben von je 5000 Euro!

Jetzt mitmachen und gewinnen!

391 Personen haben diesen Beitrag gesehen



## Facebook - Apps



The image displays three overlapping screenshots of a Facebook profile for Sara Sieker. The profile header shows the name 'Sara Sieker' and a search bar. The main content area features three different app advertisements from Sparkasse Paderborn-Detmold:

- Top Screenshot:** Shows the 'Immobilien' (Real Estate) app. The sidebar on the left lists categories under 'Auswahl' (Selection): 'Wohnen' (Living) with sub-items 'Häuser' (Houses), 'Wohnungen' (Apartments), and 'Baugrundstücke' (Building plots); 'Gewerbe' (Business) with sub-items 'Gewerbegrundstücke' (Commercial plots), 'Wohn- und Geschäftsanlagen' (Residential and commercial premises), and 'Gewerbeobjekte' (Commercial objects); and 'Spezial' (Special) with 'Renditeobjekte' (Rendite objects).
- Middle Screenshot:** Shows the 'Börsen-Guru' (Stock Market Guru) app. The main content area features a graphic with a line chart and the text 'HAST DU DA BÖRSEN' (Do you have stocks?). Below the chart, it says 'TESTE JETZT' (Test now) and 'Beantworte 10 spannende Fr Thema Börs' (Answer 10 interesting questions about the stock market).
- Bottom Screenshot:** Shows the 'Autosuche' (Car Search) app. The main content area features a graphic with the text 'Jetzt Traumwagen finden auf www.gebrauchtwagen.de' (Now find your dream car on www.gebrauchtwagen.de). Below this is a search interface for 'gebrauchtwagen.de AUTO AUTOMAT' with fields for 'Marke' (Brand), 'Baureihe' (Model), 'Preis' (Price), and 'Umkreissuche' (Radius search). A 'Suchen' (Search) button is visible. At the bottom, there is a list of features: 'Große Auswahl an Gebrauch-, Neu- und Jahreswagen' (Large selection of used, new, and lease cars), 'Treffsichere Suche dank Auswahlboxen und Schiebereglern' (Reliable search thanks to selection boxes and sliders), and 'Passendes Finanzierungsangebot zu jedem Fahrzeug' (Suitable financing offer for every vehicle).

## Facebook - Gewinnspiele

### STARTSEITE WEITERSAGEN

Jetzt mitmachen und gewinnen!  
Sparkasse Detmold verlost 225 K  
Christina Stürmer Konzert.



**Mitmachen und gewinnen:** Erleben Sie **Christina Stürmer** live am 2. September 2011 auf dem Open-Air-Event in Oerlinghausen. Die Sparkasse Detmold verlost hier **225 Karten!**



facebook Suche nach Personen, Orten und Dingen Sara Sieker Stimm

Du postest, kommentierst und machst „Gefällt mir“-Angaben im Namen von Sparkasse Paderborn-Detmold — Wechseln zu Sara Sieker

Gut Sparkasse Paderborn-Det... Weltspartag Gefällt dir

Startseite Teilnehmen

**Du bist glücklich. Aber wunschlos?**

Reicht das Geld, wenn du schon bald einige deiner schönsten Wünsche erfüllen möchtest?

Gewinne zum Weltspartag mit etwas Glück einen von **7 LBS-Bausparverträgen** im Gesamtwert von **105000 Euro**, inkl. Ansparguthaben von je **5000 Euro!**

**Jetzt mitmachen und gewinnen!**

Kommentar hinzufügen ...

Auf Facebook veröffentlichen Als Sara Sieker posten (Ändern) **Kommentieren**

**Sillemie SumSum** Person, welche die meisten Kommentare hinterlassen hat  
:\*\*\*\*\*-GERN DABEL-:\*\*\*\*\*DANKESCHÖN, für so ein tolles Gewinnspiel, \*\*\*\*\*-TEILE GERN EUERE TOLLE SEITE MIT MEINEN FREUNDEN...:\*\*\*\*\*-Klasse Aktion-:\*\*\*\*\*♥♥♥

Antwort · 1 · Gefällt mir · Beitrag folgen · 25. Oktober um 11:08

Soziales Plug-in von Facebook

### DIE JAGD NACH - FÄHNCHEN

klassiker der 80er Jahre  
Neugierig?  
gleich auf die Jagd!



NACH DEN 08/15-FÄHNCHEN"

## Dialog auf Facebook



### Sparkasse Detmold



#### Morgen ist Weltpartag!

Wer kennt ihn nicht?! Dieser Tag wurde beim 1. Internationalen Sparkassenkongress im Oktober 1924 in Mailand ins Leben gerufen. Der Gedanke des Sparens sollte weltweit ins Bewusstsein rücken. Der erste Weltpartag wurde am 31. Oktober 1925 begangen. Auc ...

 28. Oktober 2010 um 06:48 · Gefällt mir · Kommentieren

 Eugen Sidelnikow und Sascha Albrecht gefällt das.



**Henrik Hausmann** bekomme ich als erwachsenes Kind auch ein kleines Geschenk??

28. Oktober 2010 um 06:51 · [Melden](#)



**Sparkasse Detmold** Die Geschenke sind schon für Kinder und Jugendliche gedacht. Für erwachsene Kinder lässt sich aber sicher eine gepflegte Tasse Kaffee organisieren. Wann und wo besuchen Sie uns?

28. Oktober 2010 um 08:00 · [Melden](#)



**Henrik Hausmann** danke für die einladung zum kaffee, hatte aber keine zeit mein kleingeld abzugeben ;-) werde am samstag oder sonntag im ziegelmuseum vorbei schauen. suche nämlich nen haus und alle infos dazu.

3. November 2010 um 10:52 ·  1 Person · [Melden](#)

## Dialog auf Facebook



**Tobias Heblík**

<https://www.youtube.com/watch?v=aOq8J-AzirA>

Gefällt mir · Kommentieren · 6. März um 13:25



**Sparkasse Paderborn-Detmold** Wir gratulieren Stabhochspringerin Lilli Schnitzerling (LG Lippe-Süd) Nationaltrikot beim U20-Ländervergleich in Val-de-R...

6. März um 13:45 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...



**Gfb Aziz**

Ich brauche Paraaa:)

Gefällt mir · Kommentieren · 3. Oktober um 18:24



**demipress**

Bedanke mich mal so für das spontane, freundliche und super nette Gespräch am Dienstag in Ihrem Haus. Es ist toll, Gespräche mit Menschen zu führen, die Ideen un...

Gefällt mir · Kommentieren · 19. April um



**Sparkasse Paderborn-Detmold** Feedback. Das gefällt uns!

19. April um 18:46 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...



**Sven Maaß**

Wir suchen Mitglieder, Sponsoren und Interessierte



**Detmolder FK**

Amateurmannschaft  
Seite: 14 gefällt das

Gefällt mir · [Kommentieren](#) · [Teilen](#) · Dienstag um 12:38

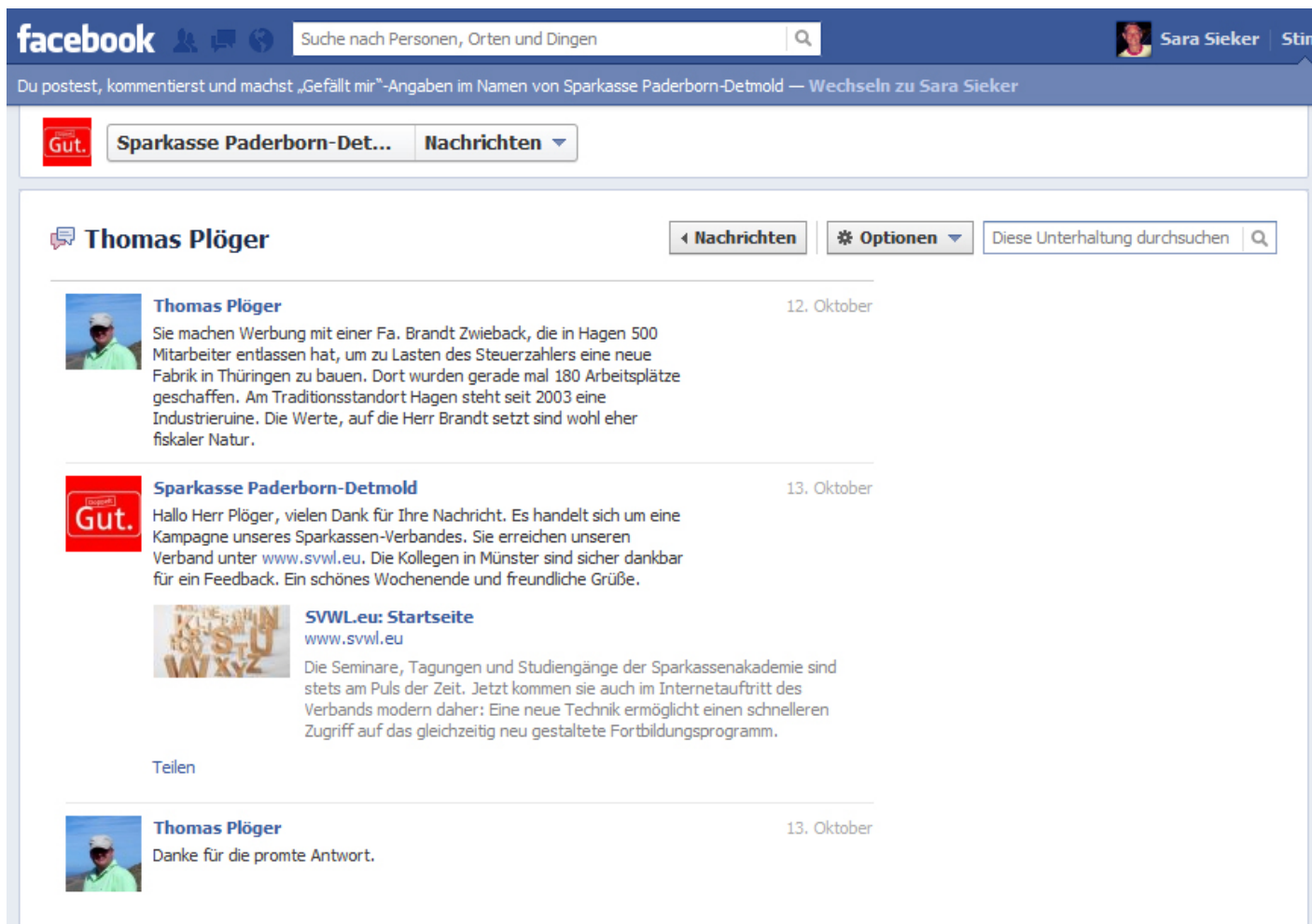


**Sparkasse Paderborn-Detmold** Hallo, mein Kollege hat Sie ja bereits kontaktet. Bei weiteren Fragen wenden Sie sich am Besten direkt an ihn. Grüße



Mittwoch um 12:32 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...


## Dialog auf Facebook


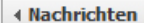
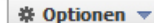




The screenshot shows a Facebook interface. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The user profile is Sara Sieker. Below the navigation bar, there is a search bar with the text "Suche nach Personen, Orten und Dingen". The main content area shows a conversation with Thomas Plöger. The conversation starts with a post from Thomas Plöger on October 12th, followed by a response from Sparkasse Paderborn-Detmold on October 13th. The response includes a link to the website www.svwl.eu and a description of the website's content. The conversation ends with a reply from Thomas Plöger on October 13th.

facebook  Suche nach Personen, Orten und Dingen  Sara Sieker Stim


Du postest, kommentierst und machst „Gefällt mir“-Angaben im Namen von Sparkasse Paderborn-Detmold — Wechseln zu Sara Sieker

 Sparkasse Paderborn-Det... Nachrichten ▾


 **Thomas Plöger**  Nachrichten  Optionen ▾  

 **Thomas Plöger** 12. Oktober

Sie machen Werbung mit einer Fa. Brandt Zwieback, die in Hagen 500 Mitarbeiter entlassen hat, um zu Lasten des Steuerzahlers eine neue Fabrik in Thüringen zu bauen. Dort wurden gerade mal 180 Arbeitsplätze geschaffen. Am Traditionsstandort Hagen steht seit 2003 eine Industrieruine. Die Werte, auf die Herr Brandt setzt sind wohl eher fiskaler Natur.


 **Sparkasse Paderborn-Detmold** 13. Oktober

Hallo Herr Plöger, vielen Dank für Ihre Nachricht. Es handelt sich um eine Kampagne unseres Sparkassen-Verbandes. Sie erreichen unseren Verband unter [www.svwl.eu](http://www.svwl.eu). Die Kollegen in Münster sind sicher dankbar für ein Feedback. Ein schönes Wochenende und freundliche Grüße.

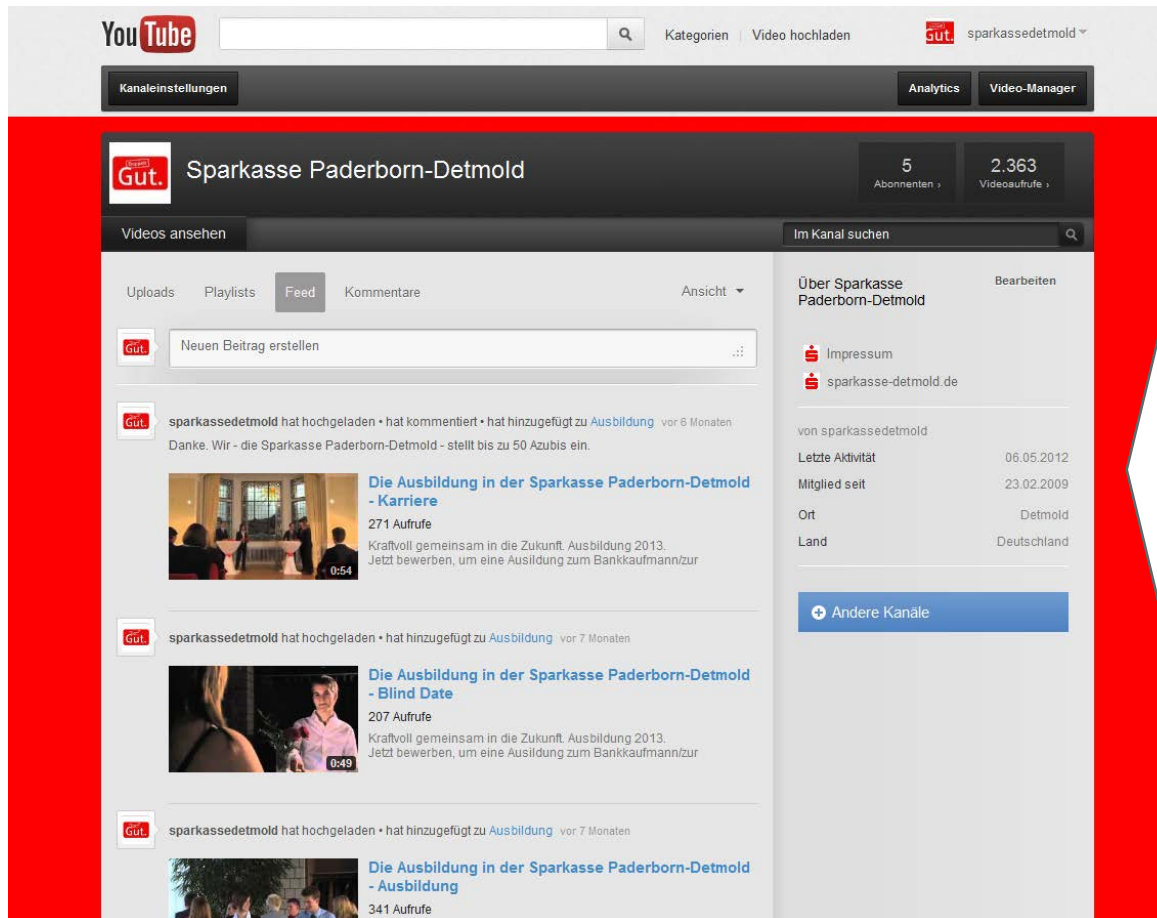
 **SVWL.eu: Startseite**  
[www.svwl.eu](http://www.svwl.eu)

Die Seminare, Tagungen und Studiengänge der Sparkassenakademie sind stets am Puls der Zeit. Jetzt kommen sie auch im Internetauftritt des Verbands modern daher: Eine neue Technik ermöglicht einen schnelleren Zugriff auf das gleichzeitig neu gestaltete Fortbildungsprogramm.

Teilen

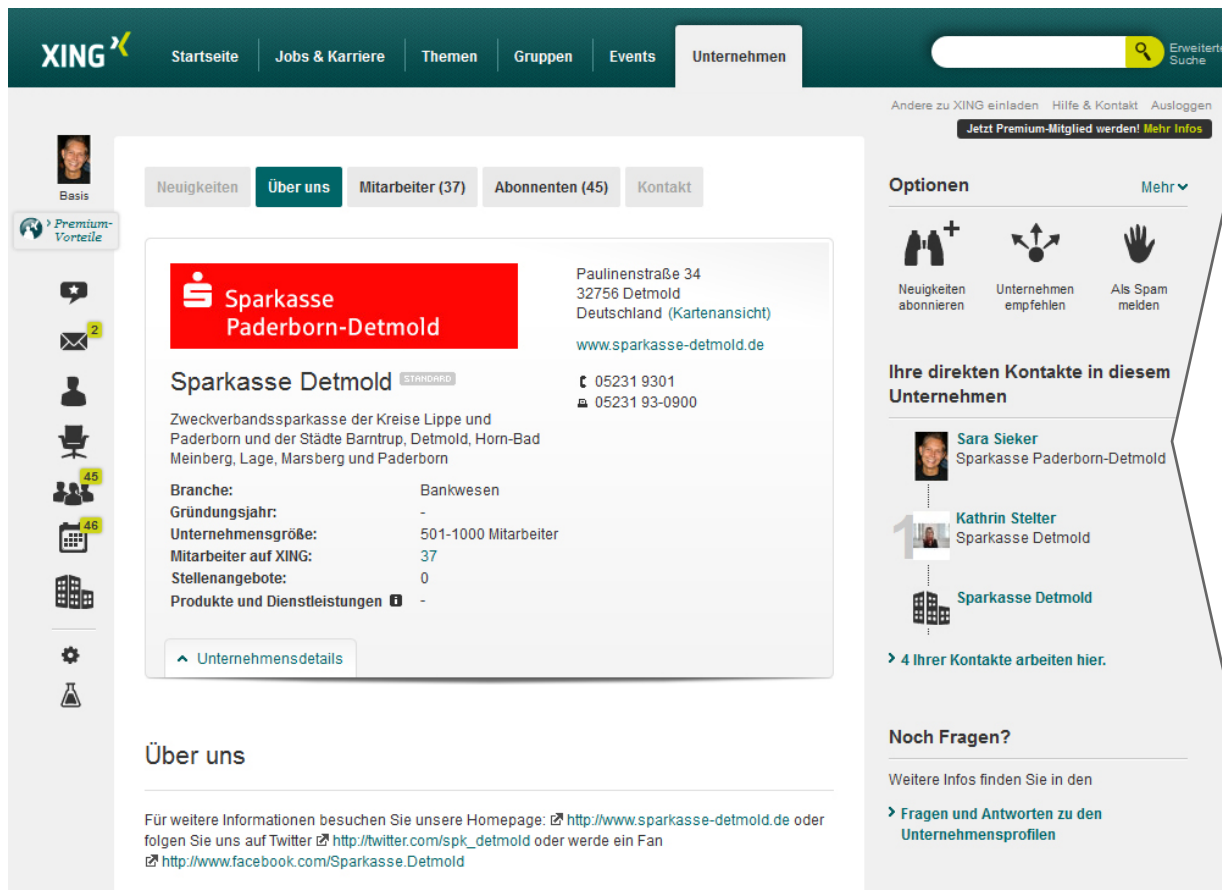
 **Thomas Plöger** 13. Oktober

Danke für die prompte Antwort.



The screenshot shows the YouTube channel page for Sparkasse Paderborn-Detmold. The channel name is 'Sparkasse Paderborn-Detmold' with 5 subscribers and 2,363 video views. The main content area displays three video uploads, all titled 'Die Ausbildung in der Sparkasse Paderborn-Detmold' with subtitles like '- Karriere', '- Blind Date', and '- Ausbildung'. The right sidebar shows channel information, including the website 'sparkasse-detmold.de' and a list of activities.

- Relevant bleiben
- Neue Möglichkeiten
- Imagebildung
- Kundenbindung und Kundengewinnung
- Präsentation als Ausbildungsbetrieb
- Dialog



**XING** Startseite Jobs & Karriere Themen Gruppen Events Unternehmen

Andere zu XING einladen Hilfe & Kontakt Ausloggen

Jetzt Premium-Mitglied werden! Mehr Infos

Neuigkeiten Über uns Mitarbeiter (37) Abonnenten (45) Kontakt

**Sparkasse Paderborn-Detmold**

Paulinenstraße 34  
32756 Detmold  
Deutschland (Kartenansicht)  
[www.sparkasse-detmold.de](http://www.sparkasse-detmold.de)

**Sparkasse Detmold** STANDARD

☎ 05231 9301  
☎ 05231 93-0900

Zweckverbandssparkasse der Kreise Lippe und Paderborn und der Städte Barntrup, Detmold, Horn-Bad Meinberg, Lage, Marsberg und Paderborn

Branche: Bankwesen  
Gründungsjahr: -  
Unternehmensgröße: 501-1000 Mitarbeiter  
Mitarbeiter auf XING: 37  
Stellenangebote: 0  
Produkte und Dienstleistungen: -

Unternehmensdetails

Über uns

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Homepage: <http://www.sparkasse-detmold.de> oder folgen Sie uns auf Twitter [http://twitter.com/spk\\_detmold](http://twitter.com/spk_detmold) oder werde ein Fan <http://www.facebook.com/Sparkasse.Detmold>

Optionen: Neuigkeiten abonnieren, Unternehmen empfehlen, Als Spam melden

Ihre direkten Kontakte in diesem Unternehmen:

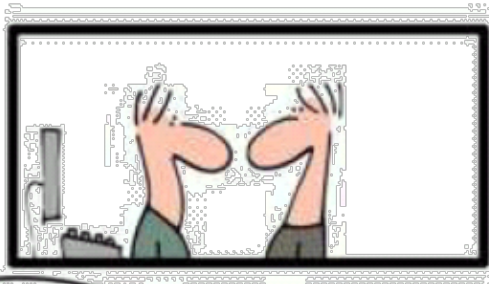
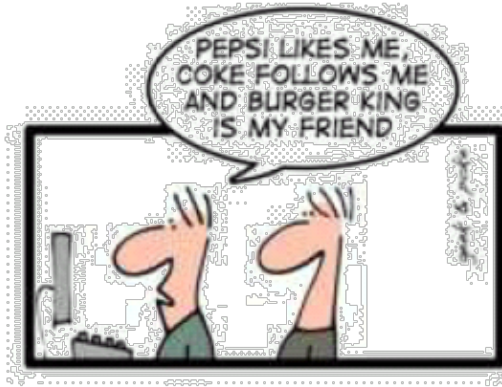
- Sara Sieker, Sparkasse Paderborn-Detmold
- Kathrin Stelter, Sparkasse Detmold
- Sparkasse Detmold

> 4 Ihrer Kontakte arbeiten hier.

Noch Fragen?  
Weitere Infos finden Sie in den [Fragen und Antworten zu den Unternehmensprofilen](#)

- Relevant bleiben
- Neue Möglichkeiten
- Imagebildung
- Präsentation als Arbeitgeber  
Ausbildungsbetrieb
- Recruiting

## Social Media Präsenz: Vorteile und Nutzen



- Direkte Ansprache der Zielgruppe
- Geringe Streuverluste,
- zielgerichtete Selektion
- Reaktionen der Nutzer
- Langfristige Wirkung der Beiträge
- Höheres Involvement
- Authentische Kommunikation



## Was können Sparkassen in sozialen Netzen falsch machen?



## Argumente, warum man Social Media nicht braucht

- Sie haben keine Website
- Das Internet interessiert Sie und Ihre Kunden eh nicht
- Sie wollen nichts Neues mitteilen
- Sie brauchen nicht zu wachsen
- Die Meinung Ihrer Kunden ist Ihnen nicht wichtig

## Soziale Netzwerke beanspruchen Zeit ... VIEL ZEIT

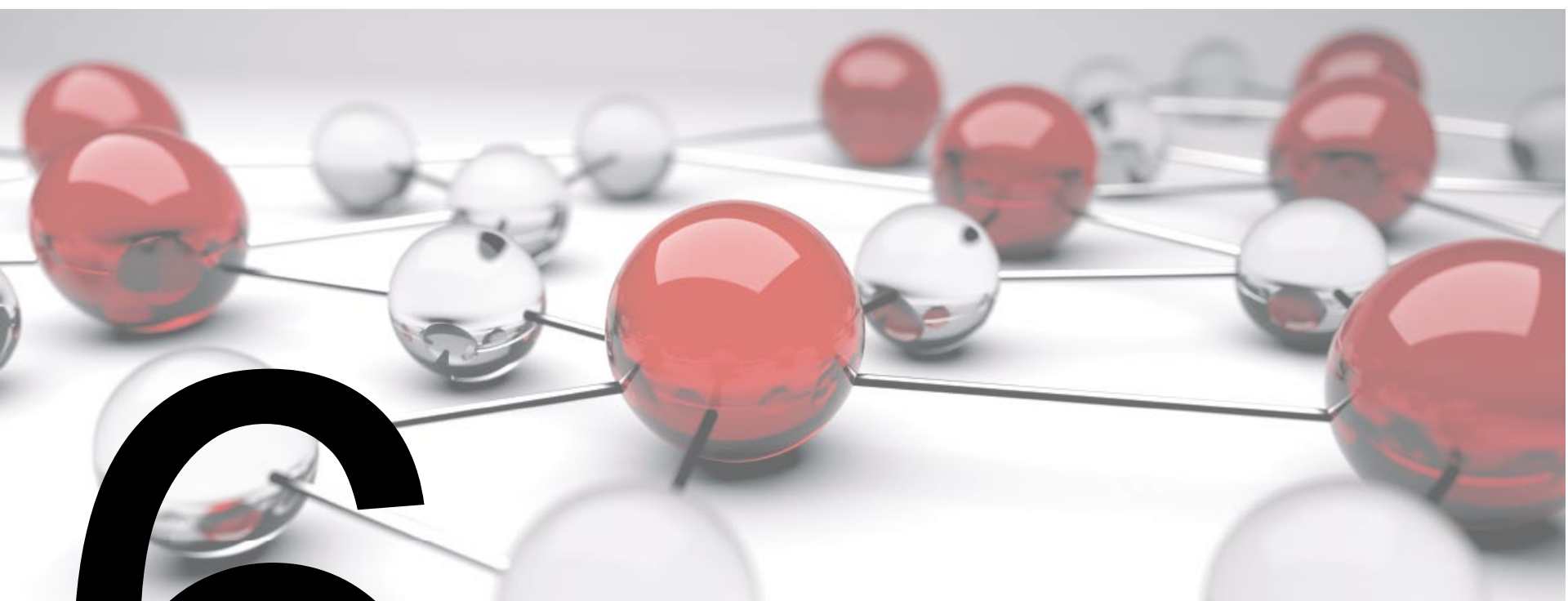
[ Erstellt von @kreativbuero – Originalkonzept von Beth Kanter ]



**Social Media kann bei einem Gesamtaufwand von mind. 20 Wochenstunden nicht von einem Mitarbeiter zusätzlich übernommen werden.**

## Fazit / Empfehlung: Sparkassenpräsenz im Social Web

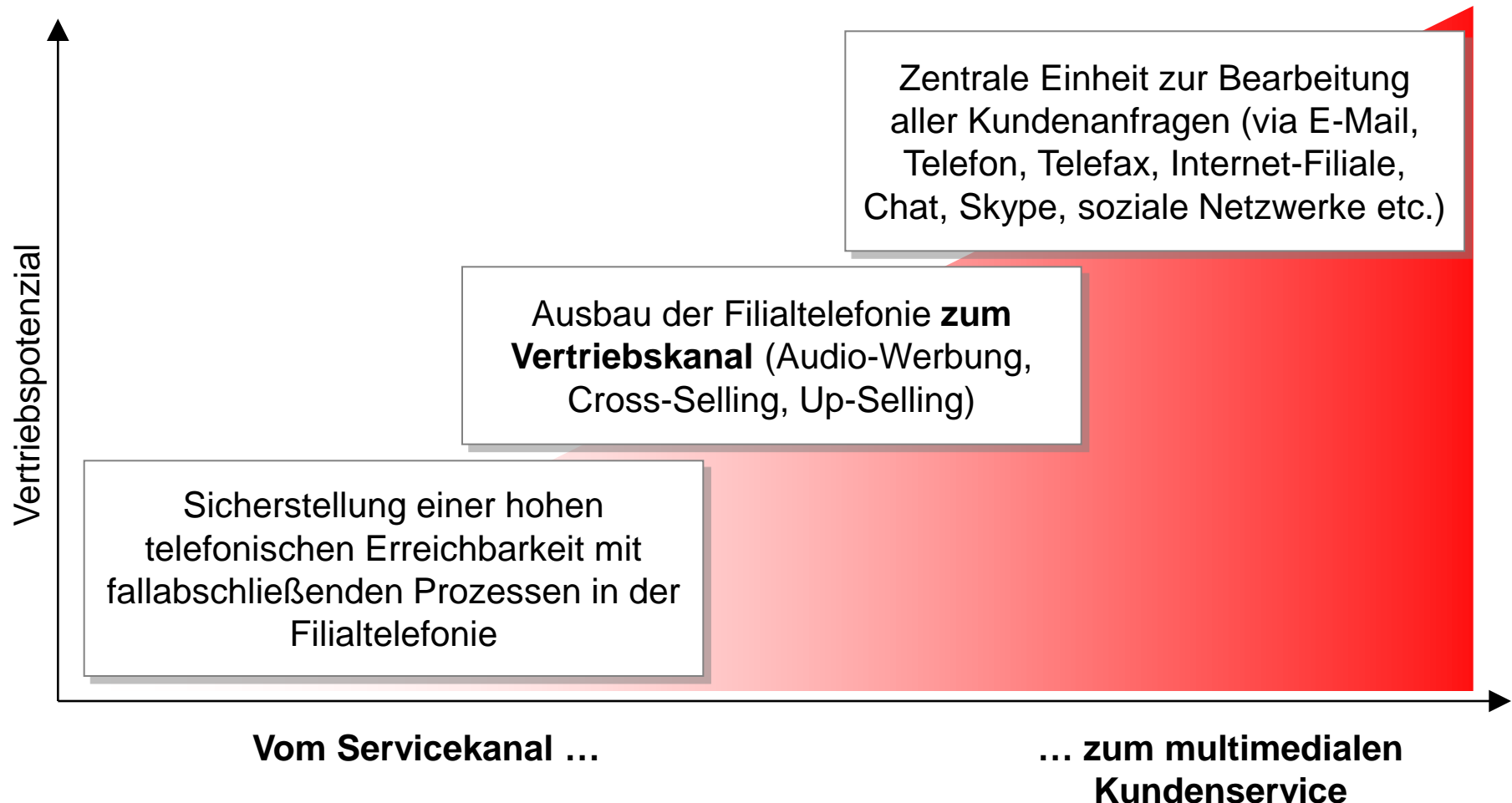
- Soziale Netzwerke stellen für Sparkassen eine große Herausforderung in Bezug auf Kultur, Reaktionszeiten und Interaktion mit den Kunden dar, die nur mit gemeinsamem Lernen zu bestehen ist.
- Social Media bedeutet einen Paradigmenwechsel.
- „Evangelisten“ (Technology Evangelist) werden benötigt.
- Bereitstellung entsprechender Ressourcen.
- Mitarbeiter: Schaffung von Medienkompetenz, Information und Schulung aller Sparkassenmitarbeiter in Bezug auf adäquates Verhalten im Social Web.
- Gewinnung und Schulung ausgewählter Mitarbeiter: Professionalisierung der Social Media-Aktivitäten, neues Berufsbild Social Media-Manager.
- Ohne Projekt kaum umsetzbar



6

## **Fazit: Crossmediale Kundenkontakte managen**

Das Callcenter als multimediale  
Drehscheibe

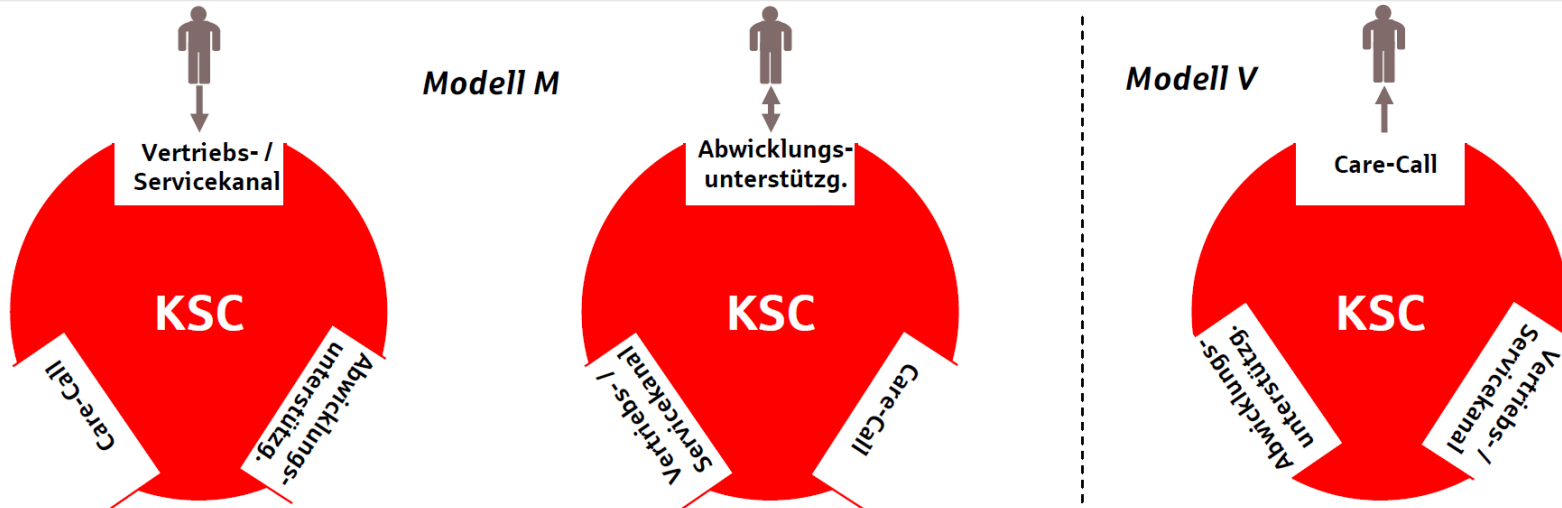


Kundenservice-Center			
	Vertrieb	Kundenbindung	Service / Abwicklung
Outbound	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung von Kampagnen und Nachfassaktionen</li> <li>• Verkauf von standardisierten Produkten und Services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachsorge (Care-Call) nach acht Wochen</li> <li>• Ansprache abwanderungsgefährdeter Kunden (hinsichtlich Kundenzufriedenheit)</li> <li>• Kündigungsgrund beim Kunden erfragen</li> <li>• Abfrage Kanalpräferenzen, Werbeeinverständnisse, -ausschlüsse im Zuge des Kundenkontaktes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminvereinbarungen für Filiale</li> <li>• Hinweis auf Transaktions- und Servicemöglichkeiten im Multikanalvertrieb</li> <li>• Weiterleitung von Tätigkeiten an interne Bereiche</li> <li>• Sachbearbeitung (z. B. Bearbeitung von Kunden-Mails, Übernahme von Kundenanfragen im Multikanal)</li> <li>• Anforderung fehlender Unterlagen</li> <li>• Nachbearbeitung fehlerhafter Aufträge</li> </ul>
Inbound	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkennen und Nutzen von vertrieblichen Impulsen (Veredelung von Serviceprozessen auf Kundeninitiative)</li> <li>• Verkauf von standardisierten Produkten und Services</li> <li>• Durchführen Berater-Chat</li> </ul>		

Quelle: DSGVO – Projekt Modell V

## Steigende Anforderungen an das Kunden-Service-Center

### Funktionale Betrachtung eines Kunden-Service-Centers als multimediale Drehscheibe



#### S Direkt-Module

- Inboundtelefonie
- Skype-Telefonie
- Cross-Selling/Up-Selling
- Berater-Chat
- Social Media Services

#### S Direkt-Module

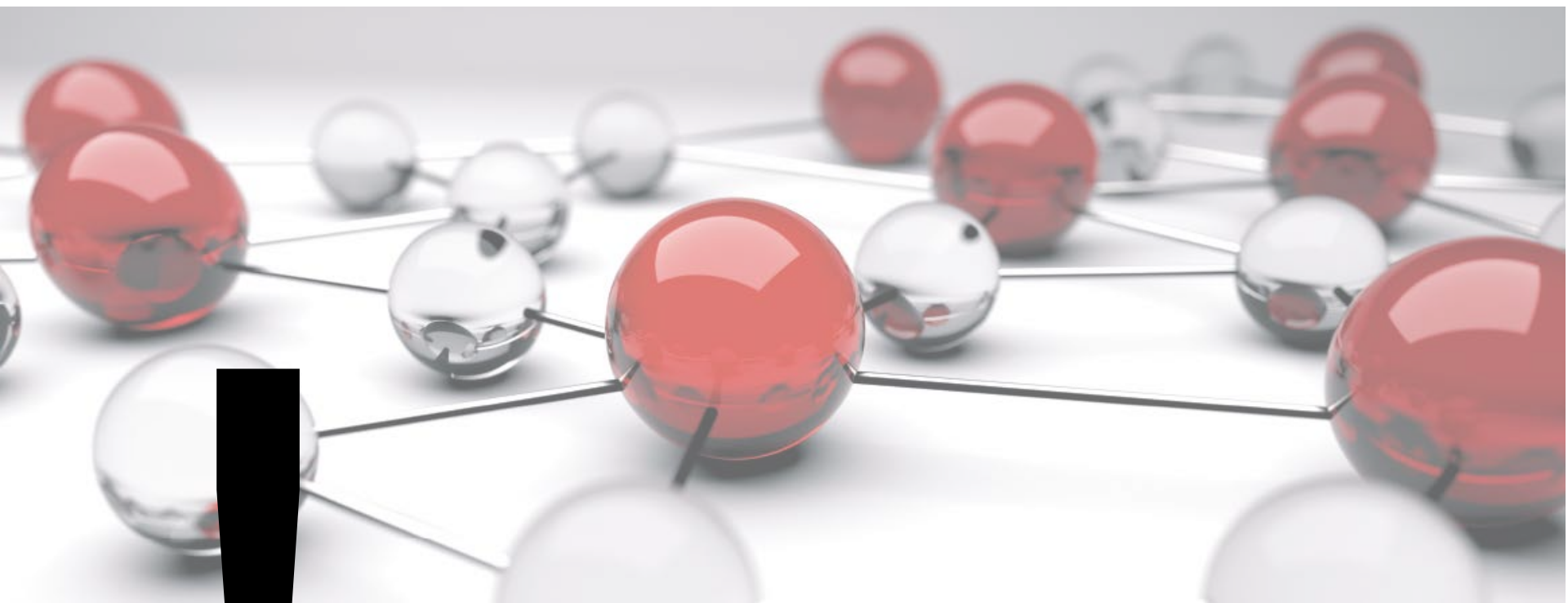
- Service Center Mediale Prozesse (Bearbeitung von Kunden-aufträgen per E-Mail, Fax, Internet-Filiale, Brief, OSPlus)
- Rietersparvertragservice

#### S Direkt-Module

- Terminvereinbarungsservice
- After Sales-Service

Angelehnt an: DSGVO – Projekt Modell M





**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**

**Fragen & Diskussion**

## **S Direkt-Marketing GmbH & Co. KG**

### **Ralf Schmitter**

Key Account Manager

Telefon: 0208 764333

E-Mail: ralf.schmitter@  
sparkassedirekt.de

[www.sparkassedirekt.de](http://www.sparkassedirekt.de)

## **Sparkasse Paderborn-Detmold**

### **Sara Sieker**

Referentin Medialer Vertrieb

Vertriebsmanagement

Telefon: 05231 930-2875

E-Mail: sara.sieker@  
sparkasse-pb.de

[www.sparkasse-paderborn-detmold.de](http://www.sparkasse-paderborn-detmold.de)