

# Web 2.0 for Banking



## Problemdefinition

- mangelnde bzw. umstaendliche Kommunikation zwischen Bank und Kunde
- wichtige Beratungen koennen nur in der Filiale oder ueber Telefon gefuehrt werden
- Vertraege muessen in der Filiale abgeschlossen werden
- vor Allem junge Kunden fuehlen sich nicht umfassend und nicht transparent informiert bzw ueberhaupt nicht angesprochen
- es findet keine ausreichend personalisierte Beratung statt

## Loesung > Social-Webplattform:

- Kunde und Bankberater erhalten ein persoenliches Profil
- Bankberater ist mit seinen Kunden vernetzt und bekommt diese als Uebersicht angezeigt
- Ueber ein integriertes Mitteilungssystem kann der Kunde in Kontakt mit seine(n/m) persoenlichen Bankberater treten

# Web 2.0 for Banking

## Potential

- immer mehr Menschen aus allen Altersgruppen nutzen Social Media
- Notwendigkeit sich um Geldthemen zu kümmern
- Banken könnten durch Social Media sehr viel über ihre Zielgruppen und deren Wünsche erfahren, um qualitativ hochwertige Dienstleistungen liefern zu können

## Moeglichkeiten

- Social Networks wie Facebook, oder Twitter geben viele Moeglichkeiten vor fuer eine interaktive Kommunikation auch in der Bankberatung
- persoenlichere und direkte Kommunikation zwischen Kunde und Bankberater
- vielfaeltige Moeglichkeiten der Beratung
- direktes Marketing moeglich durch Personalisierung
- Vertraege koennen online abgeschlossen werden, notwendig dafuer ist der elektr. Personalausweis
- Bankberater kann wichtige Informationen ueber bestimmte Produkte an die Bankkunden senden, z.B. Aenderungen der Konditionen bei Darlehensvertraegen
- Integration/Vernetzung mit Online Banking Portal

## Umsetzung

Zugang zum Social Web wird bei Erstabschluss eines Vertrages fuer den Kunden eingerichtet

## Voraussetzungen

- Wahrung des Bankgeheimnis
- Verschluesselung des gesamten Portals notwendig