

horn & company

PROFITABILISIERUNG UND LEADGENERIERUNG

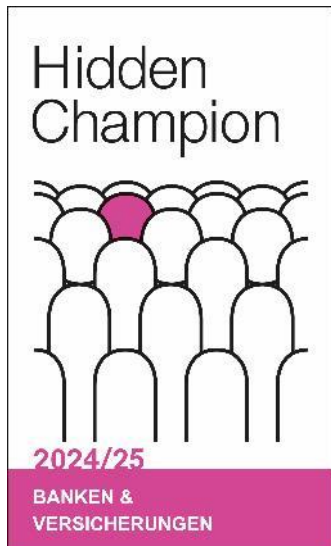
Retail Banking

April 2024



Horn & Company – zum vierten Mal Hidden Champion 2024/25 Financial Services

Finanzmagazin Capital – Studie Hidden Champions des Beratungsmarktes



Seit 2003

wurde die Studie Hidden Champions neun Mal aufgelegt

>1.000

Führungskräfte wurden für die aktuelle Studie befragt

2024/25 erneut

Wir wurden als einziger Titelträger für **Banken & Versicherungen** ausgezeichnet

>85

Unternehmensberatungen als potentielle Kandidaten berücksichtigt

Nr. 1

Platz 1 bei Gesamtbewertung „Kundenzufriedenheit“:
Horn & Company

1	HORN & COMPANY	427
2	McKinsey	403
3	Boston Consulting	394
4	Bain	388
5	Oliver Wyman	383

Unserer Expertise bei der ganzheitlichen Weiterentwicklung des Geschäftsmodells

H&C-Expertise im Retail Banking



Weiterentwicklung der
Vertriebsstrategie
unter Berücksichtigung
externer und interner
Rahmenparameter



Optimierung des
**Sales Operating
Modell** unter Berücksichtigung von Best Practices



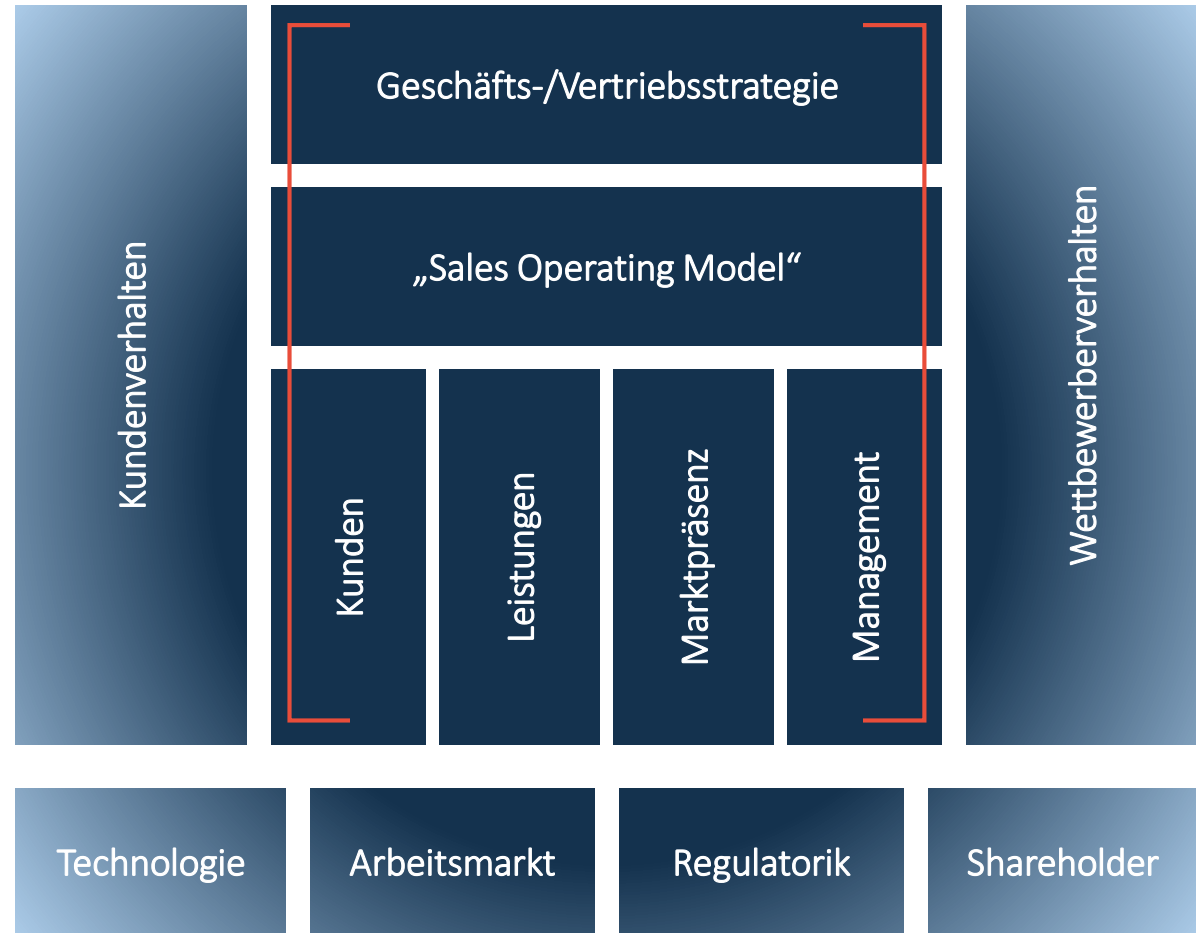
Begleitung der
Transformation in
unterschiedlichen Rollen – vom
„Coach“ über den „Manager“
bis hin zum „Macher“

H&C kennt aktuelle Herausforderungen und sichert langfristige Erfolge

Wandelnde Märkte als Chance nutzen

Banken stehen in einer dynamischen Welt voller technologischer, kundeninduzierter und wirtschaftlicher **Veränderungen** vor der Aufgabe, ihre Geschäftsmodelle kontinuierlich anzupassen. Die **Justierung von Strategie und Sales Operating Model** („SOM“) ist in diesem Kontext unerlässlich, um die richtigen Transformationspfade zu beschreiten, **Wettbewerbsvorteile** zu sichern und **langfristigen Erfolg** zu gewährleisten.

Durch unsere **tiefgreifende Expertise** und **bewährte Methoden** unterstützen wir Sie dabei, Ihre Strategie präzise anzupassen und Ihr „SOM“ effektiv zu optimieren. Mit einem klaren Blick für die **spezifischen Anforderungen** und Herausforderungen Ihres Privatkundengeschäfts entwickeln wir **maßgeschneiderte Lösungen**, die nicht nur auf den aktuellen Markt reagieren, sondern diesen aktiv mitgestalten.



Spannungsverhältnis Geschäftsmodell der Banken

Veränderungen erkennen und verstehen

Vielfältige Effekte verändern die Vertriebsaufgabe

Kanalwahl Kunden und Banken wechseln von einem stationären Fokus zu einer omnikanalen Interaktion

Beratungskonzepte Die klassische ganzheitliche Beratung wird durch modulare und flexible Ansätze abgelöst

Lösungsanspruch Von individuellen Lösungen hin zu schnellen, pragmatischen Angeboten für Kunden

Bedarfsermittlung Statt Bedarfe zu strukturieren rückt die Echtzeit-Bedarfserkennung in den Vordergrund

Entscheidungsgrundlage Vom Expertenwissen hin zu datenbasierten Einsichten durch KI und Data Analytics

Vertriebsorientierung Kundenportfolios weichen einer stärker vertriebsfokussierten Aufgabensteuerung

Vertriebsaktivität Vom reaktiven Vertrieb hin zu einer proaktiven Ansprache und Potenzialnutzung

H&C Leistungsportfolio im Retail Banking

Übersicht Unterstützungsangebot

Rekalibrierung des Geschäftsmodells

Neuausrichtung und Anpassung der Geschäftsstrategie an Marktveränderungen und Kundenbedürfnisse

Neujustierung Sales Operating Model

Gestaltung von Strategien, Prozessen, Rollen und Technologien zur Optimierung der Vertriebsaktivitäten

Customer Insights

Verstehen und Quantifizieren von Kundenbedarfen und Potenzialen als Grundlage für nachhaltigen Erfolg

Kundensegmentierung & Zielgruppen

Innovatives Segmentierungs- und Zielgruppenmanagement zur Steigerung von Effektivität und Effizienz

Produktportfolio & Pricing

Bedarfsorientierte Produktpositionierung sowie wertorientiertes Pricing zur Erreichung von Ertragszielen

Maßgeschneiderte Kundenberatung

Proaktive Bedarfserkennung und modulare Beratung für lösungsorientierte Kundenangebote

Service Excellence

Serviceoptimierung durch Effizienzsteigerung und einzigartige Kundenerlebnisse für höhere Zufriedenheit

Omnikanal & digitale Vertriebskanäle

Optimierung von Filialen, Callcentern und digitalen Kanälen für eine integrierte Kundenbetreuung

Agilisierung & New Work

Einführung agiler Prinzipien und moderner Arbeitsmethoden zur Steigerung der Effektivität und Zufriedenheit

Mitarbeiter & Arbeitgeberattraktivität

Strategien zur Gewinnung, Entwicklung und Bindung von Talenten, die zur Vision der Bank beitragen

Beratungswelt im Wandel

Erfolgsfaktoren

Einstieg beginnt über spannendes Thema

Kunden wünschen sich individuelle Interaktion mit ihrer Bank und zugeschnittene Beratungsservices. Über Bedarfsorientierung statt „Bestandsabfrage“ wird das Interesse beim Kunden geweckt und der optimale Einstieg in die Beratung geschaffen.

Lücken und Füllstände zeigen

Eine Vielzahl von Bankkunden fühlt sich von der Fülle an komplexen Informationen überfordert. Durch optisches Anteasern von Bedarfslücken beim Kunden werden Bedarfe spielerische vermittelt und die Entscheidung für das richtige Produkt erleichtert.

Bedarfsorientierte Empfehlungen herbeiführen

Durch spielerische Elemente („Gamification“) wird der Beratungsprozess zum Begeisterungsmerkmal. Der Einsatz von Peergroup-Vergleichen trägt darüber hinaus zur Sensibilisierung für Dringlichkeit bei und bestätigt Kunden bei ihren Entscheidungen.

Thema Finanzen für Kunden und Berater handlich und beherrschbar machen

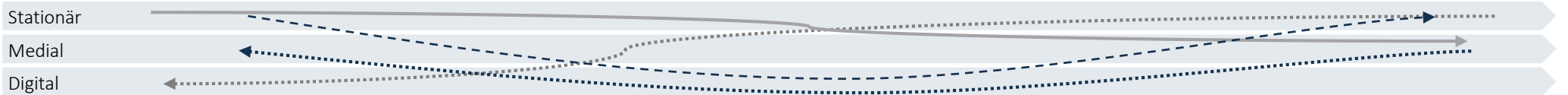
Stringente Analyse und Ableitung zielgerichtetes Handlungsprogramm

Überprüfung Beratungskonzept

EXEMPLARISCHES PROJEKT



— **Beratungsprozess** zeichnet sich durch **Omnikanalfähigkeit** aus (Online-Banking, App, stationäre Beratung, telefonisch etc.) —



Kunden können während Customer Journey innerhalb Omnikanalangebot die Kanäle wechseln

Zielkonflikt Kundenservice

Herausforderungen

Spannungsfeld zwischen Kundenzufriedenheit und betrieblicher Effizienz

Kundenzufriedenheit



Servicequalität

Leistungsangebot auf allen Kanälen schnell, zuverlässig und personalisiert bereitstellen



Kundenerfahrung

Ein reibungsloses und nahtloses Kundenerlebnis bei allen Touchpoints sicherstellen



Kundentransparenz

Klare und verständliche Kommunikation von Prozessen, Gebühren und Risiken gewährleisten



Kundenbindung

Langfristige Kundenbeziehungen durch Vertrauen, Zuverlässigkeit und Mehrwertprogramme fördern

Kosten/Effizienz



Kostenmanagement

Strikte Budgetkontrolle und zielgerichtete Ressourcenallokation für eine gute Kostenstruktur



Prozessoptimierung

Automatisierte und verschlankte Abläufe sichern kurze Bearbeitungszeiten ohne Qualitätsverlust



Technologische Integration

Innovative und nahtlos integrierte Lösungen, die Kundenbedarf und Effizienz gleichermaßen steigern



Mitarbeiterproduktivität

Gut ausgebildete Mitarbeitende, die durch klare Rollen ihre Leistung optimal entfalten können

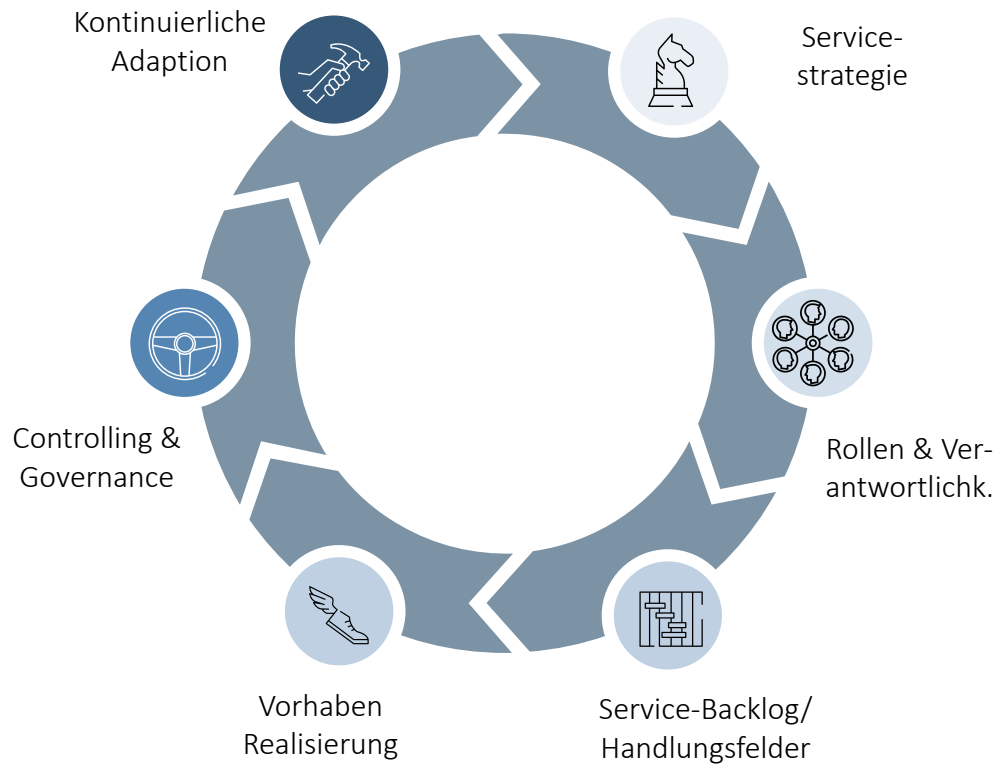
Gleichzeitig: **Service** aufgrund häufiger Kundeninteraktionspunkte für Kundenzufriedenheit **von hoher Relevanz**

Servicestrategie und darauf aufsetzendes Management

Etablierung Servicemanagement

EXEMPLARISCHES PROJEKT

Steuerungskreis Servicemanagement



Weitreichendes Omnikanal-Verständnis

Erfolgsfaktoren

VISION

Kunden können ihre Bankgeschäfte über die Kanäle Ihrer Wahl tätigen, während Sie ein einheitliches Erlebnis und konsistente Informationen erhalten

STRATEGIE

Bisherige Stoßrichtungen überdenken

Banken haben in den vergangenen Jahren begonnen das Retail Banking omnikanal aufzustellen – mit einem Fokus auf **Technik, Prozesse** sowie **Mitarbeiterschulungen**.

Holistischen TOM-Fokus setzen

Omnikanal-Exzellenz liegt jedoch tiefer und verlangt nach einer **vollständigen Überprüfung des Operating Models: Beratungskonzepte, Kundenansprachen und Rollen** etc.

Ehrliche Selbstreflexion

Sie erfordert die Evaluierung bestehender **Führungskonzepte**, eine kritische Betrachtung der **Aufbauorganisation** sowie die Verortung neuer und die Überprüfung alter **Verantwortlichkeiten**

Zukunftssicher aufstellen

Eine gesamthafte Transformation ermöglicht **hohe Akzeptanz bei Mitarbeitenden und Kunden** und sichert somit **hohe Kundenzufriedenheit** und **vertrieblichen Erfolg** in der Zukunft

Umfassendes Omnikanal-Konzept: Vom Kunden über die Betreuung bis zum Produkt

Entwicklung omnikanales Zielbild

EXEMPLARISCHES PROJEKT

Marktangang überarbeiten

Strategische Positionierung,
welchen Kunden, welche
Leistungen wo angeboten
werden sollen

Konzeption neuer **Segmentierungslogik**, inkl.
Berücksichtigung der
Kanalaffinitäten

Betreuungskonzept rekalibrieren

Analyse multikanaler Kunden
sowie Ableitung **Betreuungs-**
konzeption, inkl. Kalibrierung
Ressourceneinsatz

Neugestaltung **modernes**
Filiallayout für omnikanale
Beratungs- und Service-
ansprüche

Leistungsportfolio ausrichten

Überarbeitung **Produktportfolio**
und Positionierung omnikanales
Standardset je Kundensegment
und Beraterrolle

Entwicklung omnikanale **Ser-**
vicestrategie sowie Herleitung
Servicemanagement, inkl.
omnikanale **Service**lenkung

H&C-Klienten im Segment Retail Banking

Auszug Referenzen

horn & company

Umfangreiche Projekterfahrung ermöglicht schnelle Set-up-Phase, umfassende Best-Practices sowie tiefes Transformationsverständnis

EXEMPLARISCH



Ihre Ansprechpartner für Retail Banking

Erfahrene Experten sichern den Erfolg



Dr. Claus Christian Breuer

Partner

Claus-Christian.Breuer@horn-company.de

+49 162 2726014

www.linkedin.com/in/hc-breuer



Dr. Martin Hesse

Partner

Martin.Hesse@horn-company.de

+49 162 2726008

www.linkedin.com/in/hc-hesse



Karsten Weinlein

Partner

Karsten.Weinlein@horn-company.de

+49 162 2726019

www.linkedin.com/in/hc-weinlein

horn & company

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | CHARLOTTE | SINGAPUR | WIEN | ZÜRICH