

KUNDENERLEBNIS KANTONALBANK – MEHR ALS NUR EIN LÄCHELN AUF DEN LIPPEN

Customer Experience Management (CEM) oder das Management von Kundenerlebnissen: das Thema interessiert – auch die Kantonalbanken. Die Konsequenz: viel Zeit und Geld wird investiert, um Prozesse, Angebote oder Räumlichkeiten auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten. Doch was nützen die besten Prozesse, wenn CEM in der Bank nicht gelebt wird? Das erste Kantonalbanken-Forum Customer Experience Management stand ganz im Zeichen dieser Frage.

Wohl jede Kantonalbank setzt sich zurzeit in irgendeiner Form mit dem Thema Customer Experience Management auseinander. Bei der Urner Kantonalbank (UKB) bspw. begannen die Diskussionen 2012 mit der Neudefinition der Marketingstrategie. „Die saubere Definition unserer Kernbotschaft bzw. unserer Kernwerte war für das Kundenerleben insofern wichtig, als dass alle Mitarbeitenden ihr Handeln und ihre Tätigkeit an den gleichen Werten ausrichten,“ so Christoph Bugnon, Leiter Markt und Initiator des CEM-Prozesses bei der UKB. Beratend zur Seite stand ihm als Mitglied des Beirates Peter Bauer, Leiter Marketing bei der Luzerner Kantonalbank. Bauer ist ein Pionier auf dem Gebiet, hat er bereits 2012 hinsichtlich eines besseren Kundenerlebnisses die Beratungszimmer der LUKB neugestaltet.

Die Synergien, die Peter Bauer und Christoph Bugnon erst nur unter sich nutzten, waren Anstoss, um Grösseres zu schaffen. Mit der Idee „ein Forum von und für Kantonalbanken zum Thema Customer Experience Management“ zu initiieren, haben die beiden CEM-Experten in Zusammenarbeit mit der effex ag 2015 das Kantonalbanken-Forum Customer Experience Management ins Leben gerufen. Ganz im Sinne des Mottos der Kantonalbanken „Gemeinsam wachsen“, wird den CEM-Exponenten der verschiedenen Kantonalbanken mit dem sich jährlich wiederholenden Format eine Plattform geboten, um bestehendes CEM-Wissen zu teilen und an aktuellen Herausforderungen zu arbeiten.

Unter dem Titel „Customer Experience Management leben – Mehr als nur ein Lächeln auf den Lippen“ wurde am ersten Forum die Verhaltensebene des Kundenerlebnissmanagements ins Scheinwerferlicht gerückt. Das Mitarbeiterverhalten ist für die Entstehung des Kundenerlebnisses zentral, so der einheitliche Tenor der teilnehmenden Bankenvertreter. Doch die Umsetzung ist derweil nicht so einfach. Warum? Der Anlass hat drei mögliche Erfolgsfaktoren beleuchtet:

1) Die Rolle der Führung: Die Führung muss als Promotor des Kundenerlebnismagements fungieren. 2) Die Markenwerte der Bank als Leitplanken für das Mitarbeiterverhalten: Für einen konsistenten Auftritt müssen Kundenerlebnisse die Werte der Unternehmung widerspiegeln, wobei die Mitarbeitenden diese Werte verstehen und ihr Handeln daran ausrichten müssen. 3) Der Mitarbeitende als zentraler Kundenkontaktpunkt: Die Mitarbeitenden benötigen die entsprechenden Kompetenzen aber auch die Fähigkeit, ihre Aufmerksamkeit auf das Kundenerlebnis zu lenken sowie ihr Verhalten und ihre Emotionen zu steuern.

Die Experten sind sich einig: Alle drei Bereiche sind für ein gutes Kundenerlebnis unabdingbar. Kundenerlebnismangement ist nicht einfach ein weiterer Prozess. Vielmehr ist es ein organisationaler Wandel, der eine entsprechende Haltung aller Mitarbeitenden bedarf.

12 Kantonalbanken waren an der ersten Durchführung des Kantonalbanken-Forums CEM vertreten. Die Funktionen des Teilnehmerfeldes reflektierten dabei das breite Spektrum der Bereiche, die sich mit dem Thema Kundenerlebnismangement auseinandersetzen. Die nächste Durchführung steht bereits fest: Am 28. Januar 2016 wird im Art Deco Hotel Montana in Luzern, welches selber für sein Kundenerlebnismangement bekannt ist, das zweite Kantonalbanken-Forum stattfinden. Die Schwerpunktthemen des Forums werden vorgängig, ganz im Zeichen des Mottos der Veranstaltung „von und für Kantonalbanken“, von den Banken selber bestimmt.

Sind Sie am Anlass interessiert? Herr Felix Walliser, (Tel. 031 302 63 03, walliser@effex.ch) gibt Ihnen gerne genauere Informationen zum Anlass.