

11.10. 2022

Personalisiertes Marketing bei der Migros Bank mit BSI

Von PPS

(Baden)(PPS) **Die 1958 gegründete Migros Bank AG ist als Universalbank vorwiegend im Geschäft mit Privatkunden sowie mit kleinen und mittleren Firmenkunden tätig. Mit etwa 1400 Mitarbeitenden steuert die Bank den Grossteil zum Gewinn der Migros-Genossenschaft bei. Die Migros Bank setzt auf die BSI Customer Suite, um das Marketing und den Vertrieb näher zusammenzubringen und Kampagnen zukünftig effizient zu planen und durchzuführen. Um die Anwenderfreundlichkeit für die Berater zu erhöhen, wird ausserdem die Eigenentwicklung der Bank für das Customer Relationship Management (CRM) durch das CRM-System von BSI abgelöst.**

Bislang bedeuteten Marketing-Kampagnen für die Migros Bank grossen Zeitaufwand und komplexe interne Prozesse. Die Bank machte sich deshalb im Sommer 2021 auf die Suche nach einer Lösung, um ein agiles, hochpersonalisiertes, automatisiertes Marketing umzusetzen. Die neue Software sollte ausserdem multikanalfähig sein. Die Integration mit der Telefoninfrastruktur, Schnittstellen zu Mailing-Anbietern, SMS und dem Briefversand sollten einfach zur Verfügung gestellt werden können. Die automatisierte Erhebung der Kundenzufriedenheit mittels NPS (Net Promoter Score) wurde als erstes Ziel definiert.

Nach sorgfältiger Evaluation entschied sich die Bank für die BSI Customer Suite inklusive der in Kooperation zwischen dem Kernbankensystem-Anbieter Finnova und BSI vertriebenen Finnova-Lösung für Customer Management «CM-Kampagnen». «CM-Kampagnen» ist einer der Bausteine der Customer-Management-Lösung von Finnova. Die Basis dafür bildet die Digital-Experience-Plattform BSI CX. Das ermöglicht der

Migros Bank einerseits die automatisierte und zugleich hyperpersonalisierte Kundenansprache über alle Kanäle und andererseits die volle Integration in das Kernbankensystem. Die bestehende selbstentwickelte CRM-Lösung wird abgelöst. Als Teil der BSI Customer Suite bietet BSI CRM den Kundenberaterinnen der Migros Bank eine 360°-Sicht über Affinitätsmodelle, Kommunikationen, Customer Journeys, Basisdaten aus dem Kernbankensystem, Verkaufschancen und vieles mehr. Ein weiterer grosser Vorteil ist, dass die BSI Customer Suite mit den Bedürfnissen und der Strategie der Migros Bank mitwachsen kann.

In zwei Monaten zur ersten Anwendung

Im ersten Schritt des Projekts, der Setup-Phase, hat BSI die Anforderungen und Ziele der Migros Bank aufgenommen. Das Projekt wurde im November 2021 gestartet. Nach einer zweimonatigen Projektphase stand BSI CX bereits integriert zur Verfügung und wurde für Zufriedenheitsumfragen genutzt. Die Migros Bank hatte bereits genug Wissen, um selbständig Customer Journeys inklusive Content auf Landingpages etc. zu designen und weiterzuentwickeln.

«An der Zusammenarbeit mit BSI schätzen wir sehr, dass die Kollegen und Kolleginnen als Partner vor Ort sind, die Branche wirklich verstehen und exzellente branchenspezifische Lösungen implementieren. Dadurch ist die Entwicklung der BSI Customer Suite auch sehr nah an der Entwicklung unserer Produkte», erklärt Richard Reimchen, Projektleiter bei der Migros Bank.

In einem ersten Schritt wurde die Kundendienst-Hotline der Migros Bank angebunden, um die Zufriedenheit der Anrufer via NPS zu messen. Seit Anfang 2022 hat die Bank bereits über 22 000 Kunden per SMS angeschrieben. Mit Erfolg: 70 Prozent der Kunden, die die NPS-Umfrage geöffnet haben, haben diese auch abgeschlossen. Rund 25 Prozent der Kunden haben an der Umfrage teilgenommen. Print Services von Dienstleistern können mit BSI CX automatisiert beliefert werden, um Briefe zu versenden. Aktuell verschickt die Migros Bank bspw. Schreiben mit Schokolade und personalisierten QR-Codes, über welche sich Kunden für einen Wettbewerb anmelden können. Auch die Anmeldung und Durchführung von Live-Events hat die Universalbank problemlos in BSI CX abgebildet. Die Anmeldequote lag bei 21 Prozent.

Ausblick

«Wir freuen uns sehr, dass wir mit einem innovativen Unternehmen wie der Migros Bank Projekte umsetzen können. Insbesondere, dass in kürzester Zeit Use Cases mit hervorragender Conversion-Rate umgesetzt wurden, ist ein voller Erfolg. Das ist Beweis für die hohe Usability unserer BSI Customer Suite und die erfolgreiche Kooperation mit Finnova», kommentiert René Konrad, Community Manager Banking bei BSI, die Partnerschaft.

In einem nächsten Schritt binden die Partner BSI CX an das Online-Banking an, um weitere Kampagnen umsetzen zu können. Auch die gesamte Newsletter- und Abo-Verwaltung wird über BSI laufen. Der nächste grosse Meilenstein ist die Inbetriebnahme von BSI CRM Anfang 2023. Dafür planen die Migros Bank und BSI, 2022 einen Piloten mit ersten Niederlassungen umzusetzen. Langfristig ist das Ziel, das komplette Lead Management in der BSI Customer Suite auszuführen.

Pressekontakt:

Public Relations Management
BSI Business Systems Integration AG
Täferweg 1
CH-5405 Baden

Telefon +41 58 255 97 33

Kategorie

Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/personalisiertes-marketing-der-migros-bank-bsi>