

Veranstaltungsreihe - Fintech kidnapped Filiale

Exzellente digitale Kundenerlebnisse – Zukunftsstrategie für die Filiale

Aachen, Februar 2016 – IBM, Jung von Matt, investify und das Aachener Softwareunternehmen aixigo stellen die vier Referenten bei der Veranstaltungsreihe „Fintech kidnapped Filiale“.

Veranstaltungsorte sind im Mai und Juni 2016 Frankfurt am Main, Luxemburg und Zürich.

Hintergrund

Die Digitalisierung verändert Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig. Mehr als ein Drittel der Kommunikation spielt sich in Deutschland über digitale Kanäle ab. 41% aller kaufrelevanten Informationen sammeln die Bürger in digitalen Quellen. Die Digitalisierungswelle hat längst auch das Banking erreicht. Sie fordert das Topmanagement heraus – so stark wie wahrscheinlich noch nie in den vergangenen Jahrzehnten. Klassischer Filialbetrieb erscheint immer weniger zeitgemäß. Tragen die Kunden die Filiale der Zukunft womöglich in ihrer Hosentasche? Wird es am Ende dieses Weges nur noch „Financial Services to go“ geben?

Die aktuelle Situation der Banken und Fintechs wird in viermal zwanzig Minuten aus verschiedensten Perspektiven betrachtet. Aus der Sicht eines Fintechs: Wie läuft der komplette digitale Prozess ab? Aus der Sicht einer vermeintlich fernen Industrie: Warum ist der Konfigurator das Herzstück der Autowerbung? Aus der Sicht der Massen an Daten, die in jedem der Kanäle anfallen: Werden diese überhaupt für einen der Kanäle zielführend weiterverwendet? Und aus

Pressemitteilung

Nähere Informationen sind erhältlich bei:

aixigo AG
Christian Neuenhaus
Marketing Manager
Karl-Friedrich-Straße 68
52072 Aachen
Deutschland

Tel. +49 (0)241 / 55 97 09-28
Fax +49 (0)241 / 55 97 09-99
christian.neuenhaus@aixigo.de

www.aixigo.de

Seite 1

Blogartikel zum Thema:

<http://blog.aixigo.de/fintech-kidnapped-filiale.html>

Link zur Anmeldung:

<http://blog.aixigo.de/veranstaltungen.html>

der Sicht der guten „alten“ Filiale: Warum wird sie eigentlich immer wieder totgeschrieben, aber keiner macht etwas außer sie zu schließen?!

Gerade in der Filiale sind Qualität in der Beratung, exzellente Prozesse, Kompetenztransport und die Darstellung des Kundennutzen von unglaublicher Relevanz. Denn der Kunde erwartet von der Filiale einen deutlichen Mehrwert. Die Filiale ist für ihn der Ort individueller Beratung und des persönlichen Ratschlags. Selbst die Menschen, die ursprünglich über den Online-Kanal kommen, schließen immer noch zu 41% in der Filiale ab. Und wenn man diese Gruppe nicht mit einer entsprechenden Qualität im Anschluss an den Online-Kanal bedient, werden diese Kunden ihren Offline-Abschluss woanders tätigen. Egal wie schön vorher der Online-Kanal war.

Natürlich zeigt die Abschlussquote von 41% in der Filiale auch, dass der Online-Kanal noch über erhebliche Schwächen verfügt. Gerade was das Thema Hinleitung zum Abschluss und den eigentlichen Abschluss angeht. Deshalb geht hier der Blick auf eine Parallelindustrie: Die Autoindustrie. Der Konfigurator wird als Herzstück der Autowerbung beschrieben, weil er schon in der Vorstufe zum Autohaus ein digitales Erlebnis schafft. Konfiguratoren sind virtuelles Lego für große Jungs und Mädels. Der Kunde wird hier schon emotional sehr stark beeinflusst, so dass er sich nur schwerlich davon wieder lösen wird. Welche Erkenntnisse kann die Finanzindustrie aus diesen „Erlebnissen“ ziehen?

Unter Umständen die Erkenntnisse einer voll digitalen Vermögensverwaltung. Anleger können ihre persönliche Anlagestrategie basierend auf ihren ganz individuellen Vorstellungen

Pressemitteilung

Nähere Informationen sind erhältlich bei:

aixigo AG
Christian Neuenhaus
Marketing Manager
Karl-Friedrich-Straße 68
52072 Aachen
Deutschland
Tel. +49 (0)241 / 55 97 09-28
Fax +49 (0)241 / 55 97 09-99
christian.neuenhaus@aixigo.de
www.aixigo.de

Seite 2

Blogartikel zum Thema:

<http://blog.aixigo.de/fintech-kidnapped-filiale.html>

Link zur Anmeldung:

<http://blog.aixigo.de/veranstaltungen.html>

von Anlagethemen ausrichten. Hier spielt neben der Berücksichtigung aller gesetzlichen Anforderungen auch die emotionale und ethische Sicht des Kunden eine zentrale Rolle.

An jedem der drei Orte - im Onlinekanal, in der Filiale und im Konfigurator - werden jede Menge Daten über den Kunden gesammelt. Was machen wir damit eigentlich? Nutzen wir sie dazu, um versteckte Muster, unbekannte Zusammenhänge, Markttrends und Kundenpräferenzen herauszufinden? Oder sind wir ehrlich und müssen zugeben, dass wir eine Menge dieser Daten einfach vorbeiziehen lassen und uns nicht weiter damit beschäftigen?! Dabei könnten diese Daten jeden einzelnen Kanal enorm stärken.

In Luxemburg, Frankfurt und Zürich werden all diese Punkte mit Antworten versehen. Die Anmeldung ist kostenfrei.

Pressemitteilung

Nähere Informationen sind erhältlich bei:

aixigo AG
Christian Neuenhaus
Marketing Manager
Karl-Friedrich-Straße 68
52072 Aachen
Deutschland
Tel. +49 (0)241 / 55 97 09-28
Fax +49 (0)241 / 55 97 09-99
christian.neuenhaus@aixigo.de
www.aixigo.de

Seite 3

Blogartikel zum Thema:

<http://blog.aixigo.de/fintech-kidnapped-filiale.html>

Link zur Anmeldung:

<http://blog.aixigo.de/veranstaltungen.html>