

Ein umfassendes Serviceangebot für Ihre Kunden?

DER BANKEN OMNICHANNEL READINESS INDEX (ORI)

AUSZUG AUS DEN ERHOBENEN KRITERIEN

		NUTZERFREUNDLICHKEIT							KREDITRECHNER					INFORMATION UND TRANSPARENZ						FLEXIBLE KONTAKTMÖGLICHKEITEN							WEGWEISER IN DIE FILIALE & CROSS-CHANNEL SERVICES										
		Gesamt-punkte	Bucket-punkte	Website-geschwindigkeit (in Sekunden)	geschätzter Besucher-verlust	Suchfeld mit Texteingabe vorhanden	Auffindbarkeit des Suchfelds	Filterfunktionen beim Suchfeld vorhanden	Kontaktinformationen in der App vorhanden	Bucket-punkte	Klicks zum Kreditrechner (Desktop)	Klicks zum Kreditrechner (Mobil)	Rechnergebnisse bleiben nach Schließen des Browsers erhalten	Rechnergebnisse sind Deviceübergreifend einsehbar	Rechnergebnisse können mitgenommen und geteilt werden	Bucket-punkte	Auffindbarkeit der Produktkonditionen	Weg bis zu einem konkreten Angebot	Produktbewertungen/ Kundenrezensionen	Onlinevideos zur Erklärung von Finanzprodukten	Sicherheitszertifikate	Datenschutzklärung	Bucket-punkte	Telefon-Hotline vorhanden	E-Mail/ Kontaktformular vorhanden	Online-Terminvereinbarung möglich	Kontaktmöglichkeit: Telefon - Berater	Kontaktmöglichkeit: E-Mail - Berater	Kontaktmöglichkeit: Rückrufmöglichkeit - Berater	Bucket-punkte	Kontaktinformation zur Filiale - Telefon (mobil)	Kontaktinformation zur Filiale - Click to Call (mobil)	Filialinformation - Öffnungszeiten (mobil)	Filialinformation - Kartenansicht/Map (mobil)	Filialinformation - Routenplaner (mobil)	Darstellung der Berater in der Filiale (mobil)	Filialnetz auf Google Maps
SPARKASSE TIROL	74%	55%	10s	29%	✓	kurz*	✓	✗	35%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	57%	mittel**	mittel**	✗	✗	✓	✓	70%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	94%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
STEIERMÄRKISCHE BANK UND SPARKASSE	72%	55%	10s	29%	✓	kurz*	✓	✗	35%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	56%	mittel**	lang***	✗	✗	✓	✓	70%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	91%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
SPARKASSE OÖ	72%	55%	10s	29%	✓	kurz*	✓	✗	34%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	56%	mittel**	lang***	✗	✗	✓	✓	70%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	91%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
BANK FÜR KÄRNTEN UND STEIERMARK (BKS)	69%	73%	6s	24%	✓	kurz*	✗	✓	31%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	45%	lang***	lang***	✗	✗	✗	✓	67%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	86%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
OBERBANK	69%	70%	24s	37%	✓	kurz*	✗	✓	36%	kurz*	lang***	✗	✗	✗	60%	kurz*	kurz*	✗	✓	✗	✓	52%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	88%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
RLB NÖ/WIEN	69%	77%	4s	10%	✓	kurz*	✗	✓	35%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	58%	kurz*	mittel**	✗	✓	✗	✓	45%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	91%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
VKB-BANK	67%	71%	10s	29%	✓	kurz*	✓	✗	35%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	48%	mittel**	mittel**	✗	✗	✗	✓	66%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	80%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HYPO NOE	64%	52%	6s	24%	✓	kurz*	✗	✗	55%	mittel**	lang***	✗	✗	✓	27%	mittel**	mittel**	✗	✗	✗	✗	58%	✓	✓	✗	✓	✓	✗	85%	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
VOLKSBANK	63%	54%	7s	26%	✓	kurz*	✗	✗	35%	kurz*	lang***	✗	✗	✗	15%	nicht vorhanden	nicht vorhanden	✗	✗	✗	✓	59%	✗	✓	✓	✓	✓	✓	90%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ERSTE BANK	63%	55%	10s	29%	✓	kurz*	✓	✗	35%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	59%	mittel**	mittel**	✗	✗	✓	✓	44%	✓	✓	✓	✗	✗	✗	82%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
HYPO TIROL	63%	73%	16s	33%	✓	kurz*	✗	✓	42%	kurz*	nicht vorhanden	✗	✗	✗	56%	mittel**	mittel**	✗	✓	✗	✓	68%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	64%	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HYPO VORARLBERG	62%	75%	4s	10%	✓	kurz*	✗	✓	35%	kurz*	lang***	✗	✗	✗	36%	mittel**	mittel**	✗	✗	✗	✓	56%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	77%	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
BANK AUSTRIA	62%	71%	14s	32%	✓	kurz*	✗	✓	33%	mittel**	lang***	✗	✗	✗	53%	mittel**	lang***	✗	✓	✗	✓	52%	✓	✓	✓	✗	✗	✗	73%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
BAWAG P.S.K.	58%	72%	10s	29%	✓	kurz*	✗	✓	37%	kurz*	mittel**	✗	✗	✗	36%	mittel**	mittel**	✗	✗	✗	✓	38%	✓	✓	✓	✗	✗	✗	76%	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓
BANK BURGENLAND	56%	74%	8s	28%	✓	kurz*	✗	✓	38%	kurz*	mittel**	✗	✗	✗	34%	mittel**	nicht vorhanden	✗	✗	✗	✓	45%	✓	✓	✗	✓	✓	✗	70%	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
RLB STEIERMARK	56%	77%	4s	10%	✓	kurz*	✗	✓	35%	kurz*	lang***	✗	✗	✗	34%	lang***	lang***	✗	✓	✗	✓	51%	✓	✓	✗	✓	✓	✗	65%	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
ANADI	56%	94%	11s	30%	✓	kurz*	✓	✓	51%	mittel**	lang***	✓	✗	✗	73%	mittel**	mittel**	✗	✓	✓	✓	42%	✓	✓	✗	✗	✗	✗	49%	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓
RLB TIROL	53%	76%	5s	19%	✓	kurz*	✗	✓	37%	kurz*	lang***	✗	✗	✗	39%	lang***	lang***	✗	✓	✗	✓	43%	✓	✓	✗	✓	✓	✗	62%	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
DENIZBANK	52%	74%	10s	29%	✓	kurz*	✗	✓	0%	nicht vorhanden	nicht vorhanden	✗	✗	✗	58%	kurz*	kurz*	✗	✗	✗	✓	46%	✓	✓	✗	✗	✗	✗	58%	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓
RLB OÖ	48%	76%	5s	19%	✓	kurz*	✗	✓	30%	lang***	lang***	✗	✗	✗	30%	lang***	lang***	✗	✓	✗	✓	48%	✓	✓	✗	✓	✓	✗	52%	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
BTV	48%	95%	7s	26%	✓	kurz*	✓	✓	0%	nicht vorhanden	nicht vorhanden	✗	✗	✗	46%	nicht vorhanden	nicht vorhanden	✗	✗	✓	✓	18%	✓	✓	✗	✗	✗	✗	64%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓

* 1-2 Klicks/Scrolls = kurz
** 3-4 Klicks/Scrolls = mittel
*** ab 5 Klicks/Scrolls = lang

¹ Quelle: <https://testmysite.withgoogle.com> (erhoben im August/September 2018)
² Index aus Einzelkriterien: Auffindbarkeit der Filialiste, Format (Liste/Map), Filteroptionen (Adresse/PLZ, Geolocation), Vollständigkeit der Kontaktinformationen, Öffnungszeiten, Instore Map, Routenplaner. Jeweils Desktop und Mobile.



FmVÖ
finanz-marketing verband

Google

mindtake
360° ANALYTICS AND INSIGHTS

Leitfaden & Benchmark für die österreichischen Banken

Omnichannel Banking untersucht die Potenziale der Serviceangebote zur Kundengewinnung und -bindung der österreichischen Bankenwebsites. Der Omnichannel Readiness Index zeigt anhand von 70 Einzelkriterien einen Ist-Stand der Omnichannel-Reife der österreichischen Banken auf. Neben einem Desk Research wurden im Zeitraum August/September 2018 auch 1.000 Kunden unterschiedlicher Banken (repräsentativ für die österreichische Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Bundesland) dazu befragt, wie wichtig Ihnen die jeweiligen Faktoren sind. Die Ergebnisse beider Untersuchungen sind zusammen in den Index eingeflossen – somit bildet der Omnichannel Readiness Index nicht nur die vorhandenen Omnichannel-Services ab, sondern bewertet diese nach ihrer Relevanz für den Kunden.

Download des Posters und der kompletten Studie unter www.mindtake.com

DIE ERFOLGSFAKTOREN DES BANKEN OMNICHANNEL READINESS INDEX (ORI)

NUTZER-FREUNDLICHKEIT

TOP 4 DER KATEGORIE:

BTV 95%
Anadi 94%
RLB NÖ/Wien 77%
RLB Steiermark 77%

CASE STUDY

BTV punktet durch eine schnell ladende, mobil-optimierte Website. Doch auch in der eigenen App erfüllt die BTV die entsprechenden Kriterien: die App bietet die Möglichkeit an, direkt Kontakt mit der Bank aufzunehmen und einige Funktionen sind teilweise auch für Gast-Benutzer zugänglich. Durch ein Suchfeld mit der Möglichkeit von Filtern lässt es sich außerdem leicht durch die Website navigieren und gewünschte Suchbegriffe sind schnell gefunden.



KREDITRECHNER

TOP 3 DER KATEGORIE:

Hypo NOE 55%
Anadi 51%
Hypo Tirol 42%

CASE STUDY

Die Hypo NOE bietet verschiedene Kreditrechner für unterschiedliche Wünsche an. Dabei ermöglicht sie dem Nutzer mit verhältnismäßig wenig Aufwand die Funktionen des Kreditrechners nutzen zu können. Nachdem die hoffentlich erwünschten Konditionen gefunden wurden, bietet die Hypo NOE als einzige Bank die Möglichkeit an, die Ergebnisse mit anderen Personen teilen zu können.



INFORMATION UND TRANSPARENZ

TOP 3 DER KATEGORIE:

Anadi 73%
Oberbank 60%
Erste Bank 59%

CASE STUDY

Anadi bietet dem Kunden mit nur wenigen Klicks die notwendigen Informationen und Konditionen ihrer Produkte an. Falls doch noch Fragen bestehen sollten, gibt es bei der Anadi und Oberbank außerdem die Möglichkeit durch Videos weitere Informationen zu erhalten. Dem Kunden wird außerdem ein Newsletter angeboten.



FLEXIBLE KONTAKTMÖGLICHKEITEN

TOP 4 DER KATEGORIE:

Steiermärkische Bank & Sparkasse 70%
Sparkasse Tirol 70%
Sparkasse OÖ 70%
Hypo Tirol 68%

CASE STUDY

Die Landes-Sparkassen bieten ihren Kunden auf verschiedene Arten an, mit ihnen in Kontakt treten zu können. Besonders stehen hier die Möglichkeiten zur direkten Kontaktaufnahme mit einem Berater hervor, sei es per Telefon oder E-Mail. Termine lassen sich dabei ganz einfach online vereinbaren.



WEGWEISER IN DIE FILIALE & CROSS-CHANNEL SERVICES

TOP 4 DER KATEGORIE:

Sparkasse Tirol 94%
Steiermärkische Bank und Sparkasse 91%
Sparkasse OÖ 91%
RLB NÖ/Wien 91%

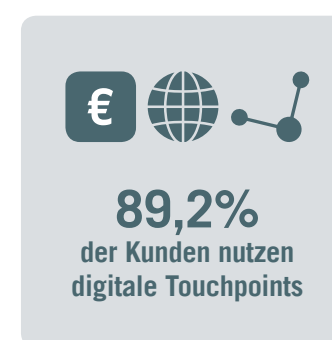
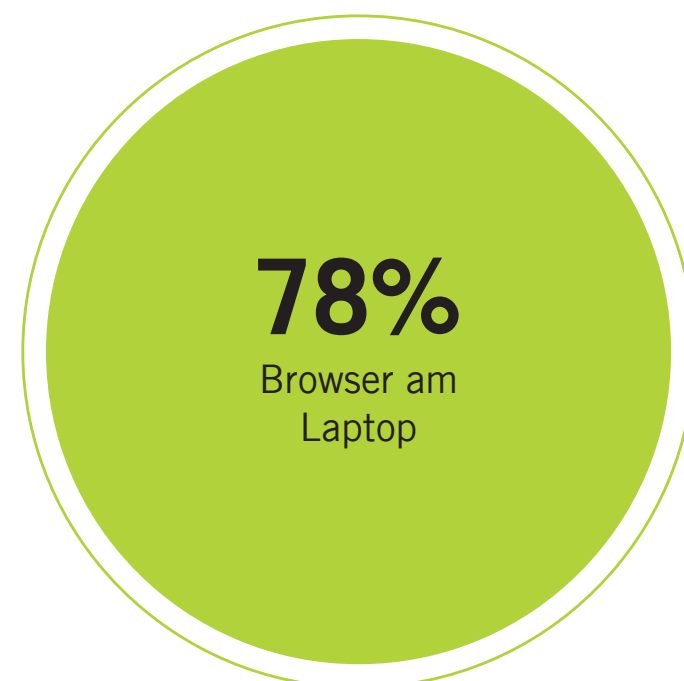
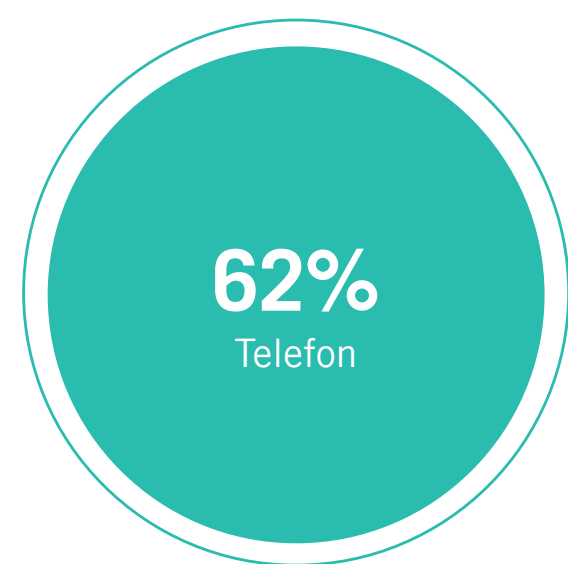
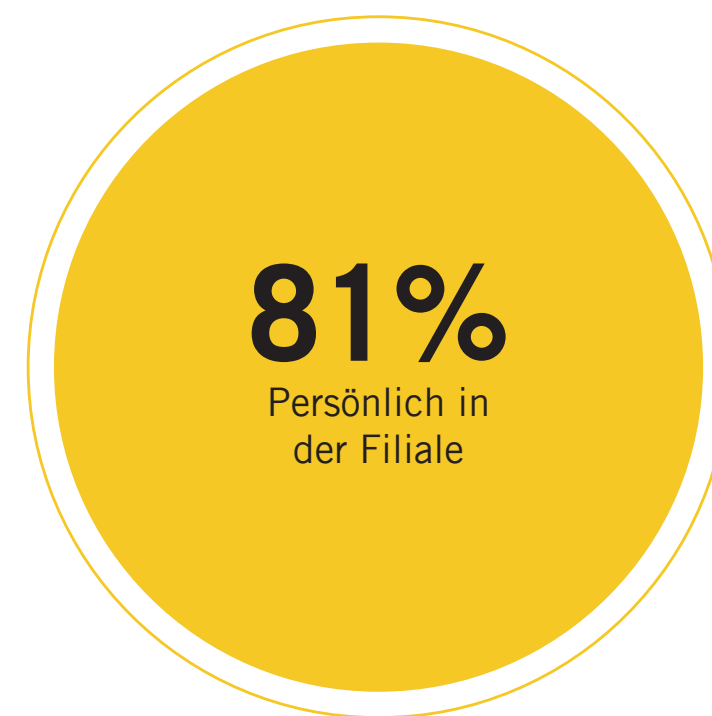
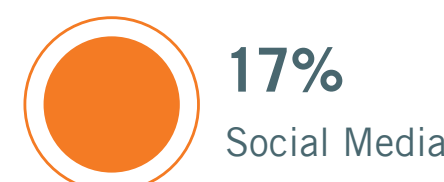
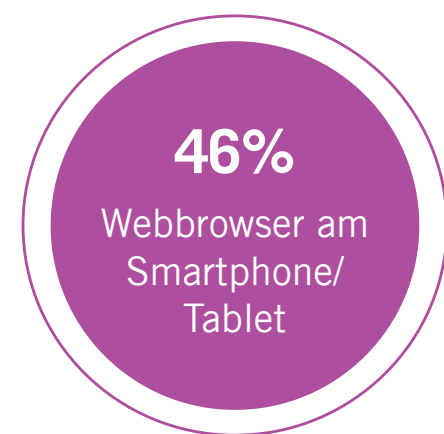
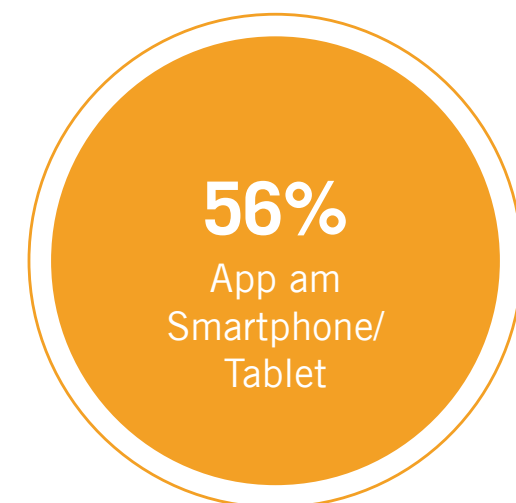
CASE STUDY

Abgesehen von einer Map am Smartphone bietet die Sparkasse Tirol alle gesuchten Kriterien an: Filtermöglichkeiten für die Filialen, Geolocation, Kontaktmöglichkeiten, Darstellung der Berater, Öffnungszeiten der Filiale und einen Routenplaner, um den Weg schnell zu finden. Zusätzlich gibt es einen eigenen Google My Business Eintrag und das Filialnetz ist ebenfalls hinterlegt. Falls man es doch nicht in die Filiale schafft, lassen sich manche Produkte auch online abschließen.



TOUCHPOINTS

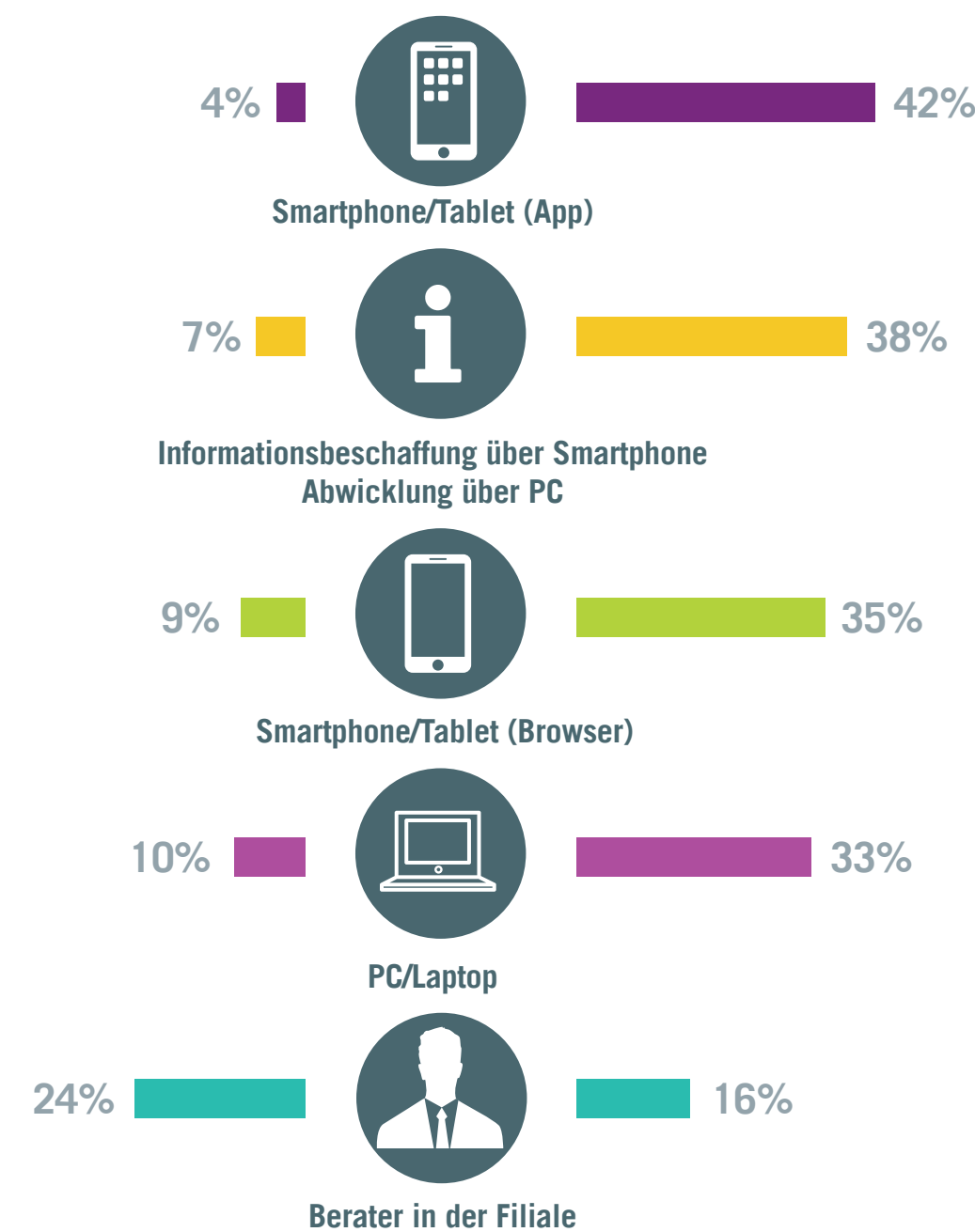
Erledigungen von
Bankangelegenheiten
(in %)



NUTZUNG IN DER ZUKUNFT

seltener als jetzt

häufiger als jetzt

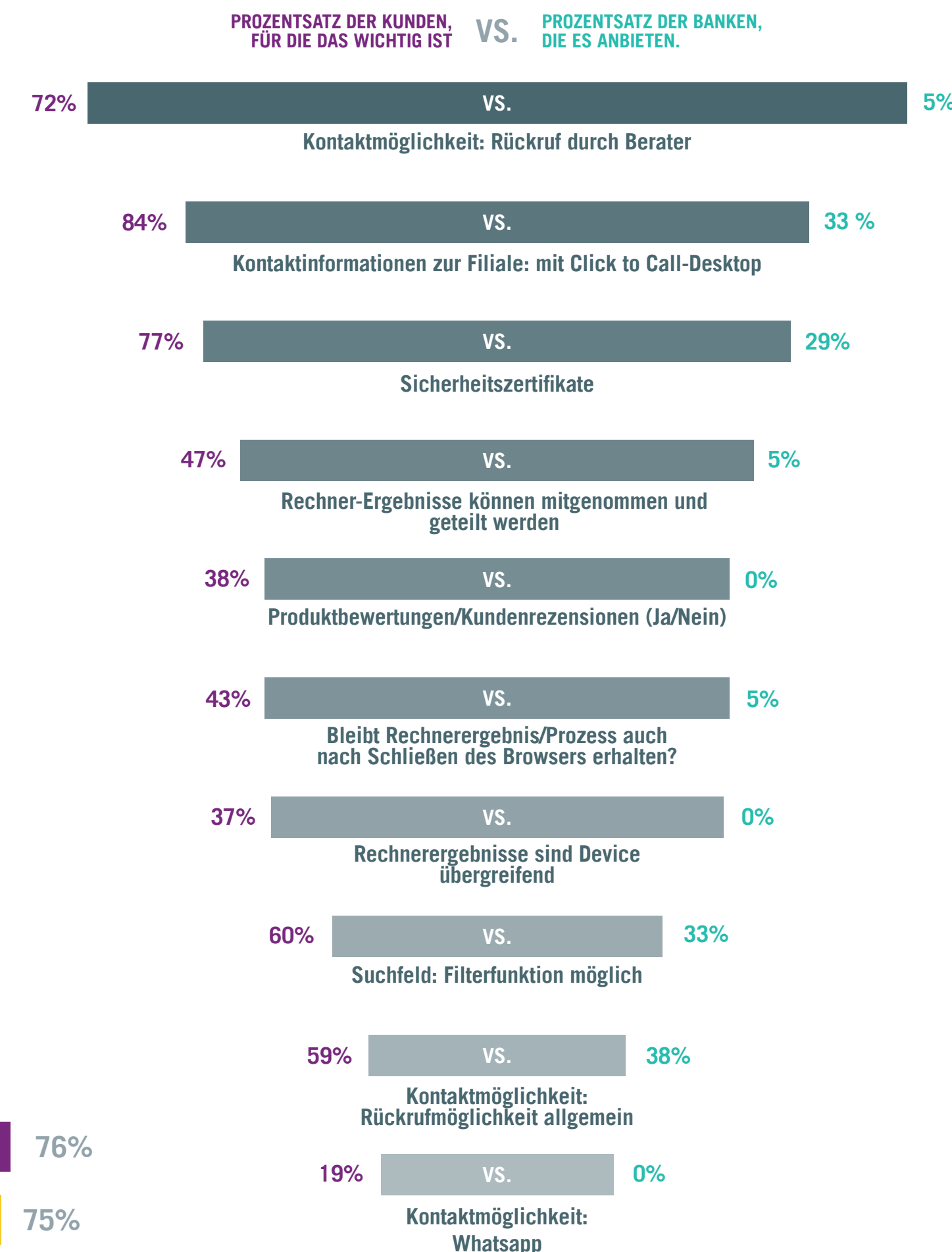


KONTAKTMÖGLICHKEITEN

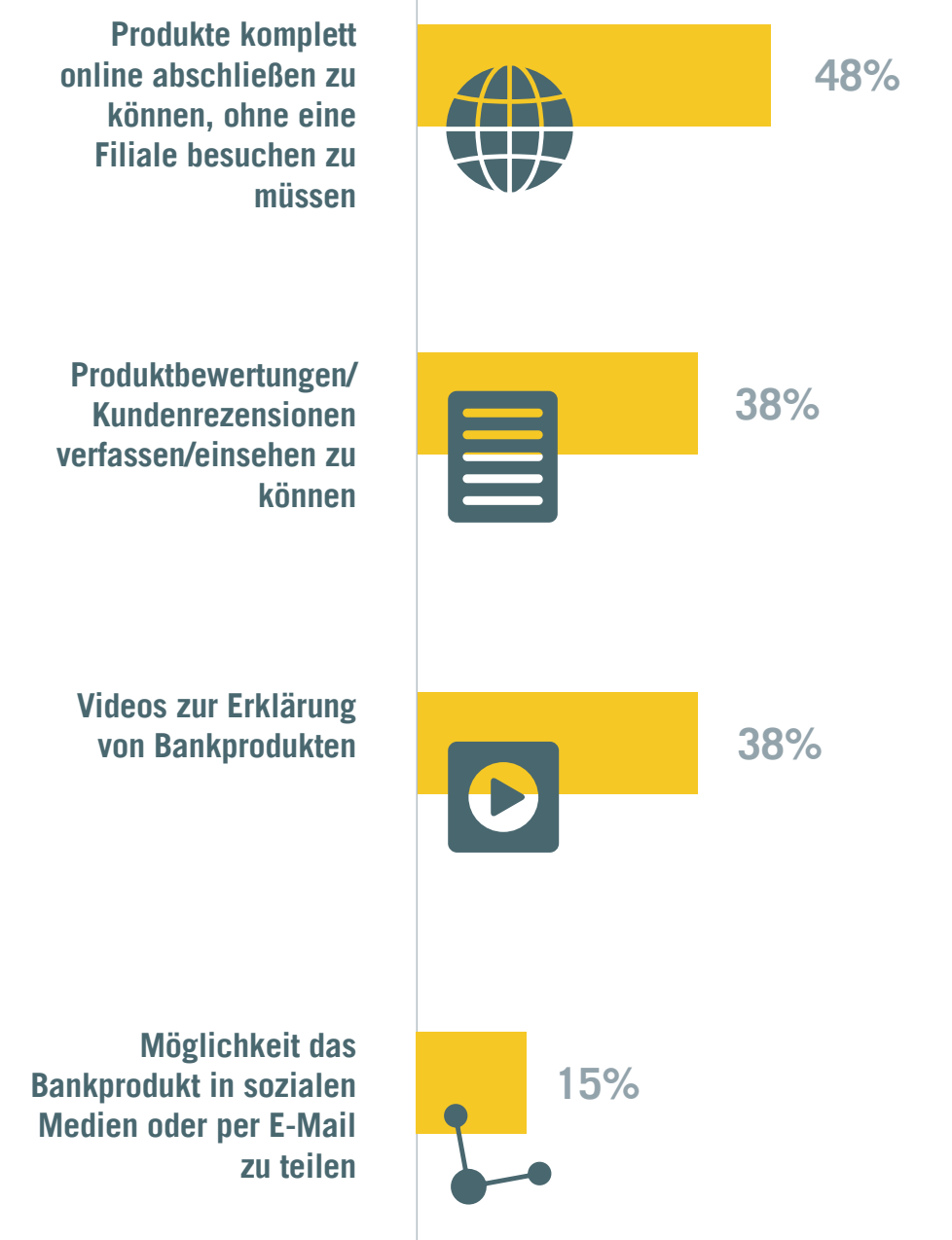


OMNICHANNEL POTENTIALE

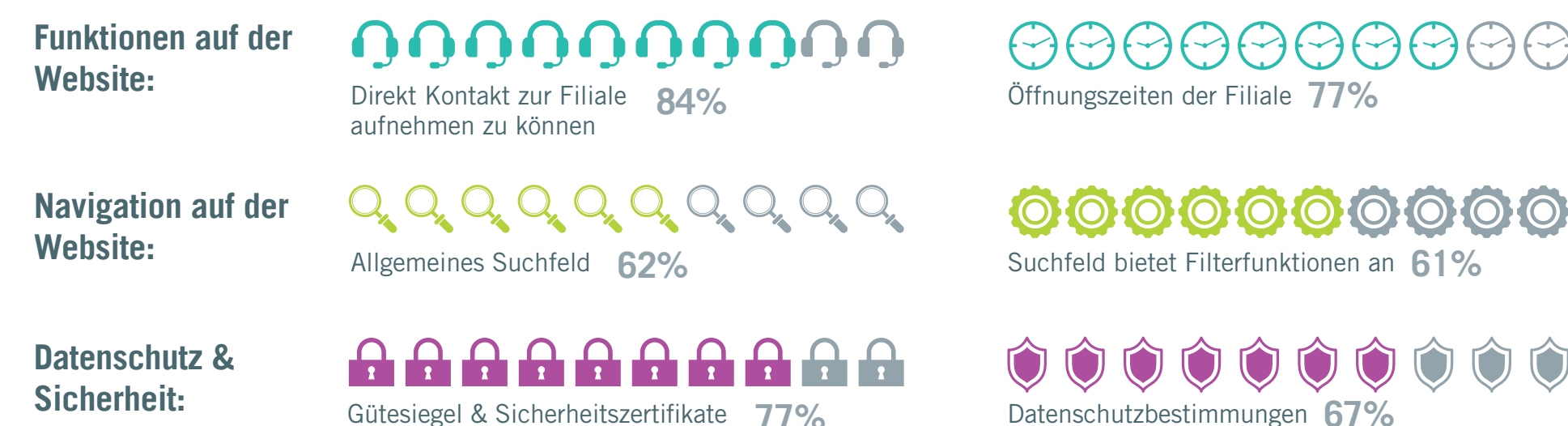
KLUFT ZWISCHEN KUNDENWUNSCH UND WIRKLICHKEIT



BANKENPRODUKTE: WICHTIGKEIT VON FUNKTIONEN



BANKENWEBSITES – INHALTE UND FUNKTIONEN



MOBILE ZUGRIFFE

