



international
Geldautomat

Sparkasse

Kunden binden, Kunden gewinnen
mit dem Marktforschungs-System für Sparkassen

mafotools



Sparkasse Regensburg
Dr. Markus Witt

Mitglied des Vorstandes

„Endlich hat die Marktforschung eine breite Akzeptanz in der Mitarbeiterschaft erreicht. Die Kolleginnen und Kollegen in den Geschäftsstellen identifizieren sich mit 'ihren' Ergebnissen und sind bzgl. der notwendigen Verbesserungsmaßnahmen hoch motiviert. Und was das Beste ist: hinsichtlich der Kundenzufriedenheit konnte im Rahmen der zweiten Befragungswelle eine signifikant positive Entwicklung nachgewiesen werden.“



Sparkasse im Landkreis Schwandorf
Werner Heß

Vorsitzender des Vorstandes

„Wir arbeiten jetzt seit 2010 mit dem mafotool für Sparkassen. Besonders beeindruckend ist dabei der selbstverständliche und professionelle Umgang unserer Mitarbeiter mit dem Marktforschungs-System. Im Rahmen der Ergebnispräsentationen – welche die Mitarbeiter in den Geschäftsstellen selbständig durchgeführt haben – waren unterschiedliche Stärken-/und Schwächenprofile festzustellen. Entsprechend differenziert wurden dann auch die Verbesserungs-Maßnahmen geplant und durchgeführt – das war für uns wirklich sehr effizient.“



Sparkasse Oberpfalz Nord
Ludwig Zitzmann

Vorsitzender des Vorstandes

„Zusammen mit Prof. Feichtner und seinen Mitarbeitern haben wir das System für unseren Informationsbedarf optimiert und den gesamten Prozess sehr kompakt umgesetzt. Im Projektteam waren sowohl Mitarbeiter aus dem Vertriebsmanagement als auch aus dem Privatkundenbereich (Bereichsleiterin, Filialbereichsleiter, Geschäftsstellenleiter) und Vertreter aus unserem Personalrat.

Dies und die konsequente Orientierung an den unterschiedlichen Gegebenheiten in unseren Filialen haben eine hohe Akzeptanz und Motivation bei den Mitarbeitern bewirkt und schließlich auch ein umfassendes Verbesserungspotential freigesetzt.“

Kundenbeziehungen evaluieren – Maßnahmen ableiten und konsequent umsetzen

Im Rahmen eines immer schärfer werdenden Wettbewerbs im Finanzdienstleistungssektor gewinnt die **regelmäßige Evaluierung der Kundenbeziehungen** zunehmend an Bedeutung.

Erhebung, Auswertung und Präsentation der Kunden-Bedürfnisse sind dabei lediglich ein erster Schritt zum Erfolg.*

Das eigentliche Ziel der Studien muss sein: Stärken und Schwächen in den einzelnen Geschäftsstellen zu erkennen und zusammen mit den dafür verantwortlichen Mitarbeitern entsprechende **Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen**.

* „...nur ein Bruchteil (weniger als 20%) der durch Marktforschung gewonnenen Erkenntnisse wird in erfolgswirksame Maßnahmen umgesetzt.“ (Quelle: Effizienz in der Marktforschung, HSR-Studie – Juni 2001)

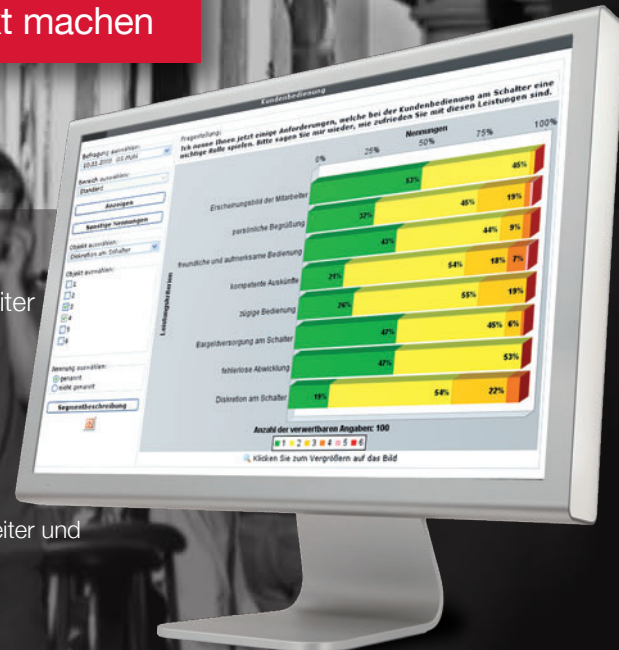
03

Mitarbeiter einbeziehen – die Marktforschung zu ihrem Projekt machen

Die Umsetzung der notwendigen Maßnahmen wird nur dann funktionieren, wenn alle direkt und indirekt betroffenen Mitarbeiter hinsichtlich **Verständnis**, **Akzeptanz** und **Motivation** auch 'mitgenommen' werden.

Dies realisieren wir durch...

- Übertragung der Marktforschung in die Hände Ihrer Mitarbeiter und
- Bereitstellung einer speziell für Sparkassen entwickelten Marktforschungs-Software.



Die Software enthält sämtliche Bausteine zur **selbständigen und regelmäßigen Durchführung** der Studien: Fragebögen, Masken zur Dateneingabe und dynamisch steuerbare Auswertungen.

Die Datenerhebung kann mündlich, schriftlich, telefonisch und online erfolgen.

04

vollständige Prozessplanung – auch für die Aufgaben nach den Befragungen

1. Workshop zur Definition des Fragenkatalogs
2. Konzeption und Programmierung
3. Pilotstudie und ggf. Optimierung des Systems
4. Befragungswelle 1: alle Geschäftsstellen
5. Präsentation: Vorstand, Geschäftsstellen-Leiter

◀ **Durchführung durch die
mafotools gmbh**
und den Projektbeteiligten
der Sparkasse

Durchführung durch die Sparkasse ▶

bei Bedarf: Unterstützung durch die
mafotools gmbh

6. interne Präsentation durch Geschäftsstellen-Leiter
7. Workshops zur Maßnahmen-Entwicklung
8. Evaluierung der Maßnahmen (Ideenpool)
9. Umsetzung der Maßnahmen
10. Befragungswelle 2: alle Geschäftsstellen

Falls Sie die Befragungen in Ihrem Callcenter durchführen möchten, werden wir Ihre Agenten schulen.
Alternativ können wir die Interviews mit unserem Partnerunternehmen R&K-Marktforschung übernehmen.

mafotools gmbh

Institut für DV-gestützte Marktforschung
Prof. Dr. Edgar Feichtner

Minoritenhof 6b
93161 Sinzing

Straubinger Straße 34
93326 Abensberg

Telefon: + 49 (0) 941 – 586 55 56

Telefon: + 49 (0) 9443 – 92 77 20

Telefax: + 49 (0) 941 – 586 27 03

info@mafotools.de
www.mafotools.de



Referenzen

AUDI AG - Allianz - **KPMG** - Deloitte & Touch - **CONRAD Electronic** - OSRAM - **T-Mobile** - Westfunk - **Raab Karcher** - INTERPARES Mobau - **VDI** - Caritas Deutschland - **Serviceplan/Mediascale** - IG Metall - **IG BCE** - Druckhaus Bayreuth - **Radio FFH** - Bayerische Landeszentrale für Neue Medien - **Radio RS2 Berlin** - Gewerbepark Regensburg - **Stadtwerke Regensburg** - Mittelbayerische Zeitung

06