



ServiceAtlas Mittelstandsbanken 2017

Wettbewerbsanalyse zur
Unternehmensorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 6 Mittelstandsbanken

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	September 2017
Stichprobe	715 Befragte, die im Zuge ihrer beruflichen Tätigkeit Kontakt mit bis zu zwei Geschäftsbanken ihres Unternehmens haben
Auswertung	<ul style="list-style-type: none">• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p><u>Detailergebnisse für 6 Mittelstandsbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Commerzbank• Deutsche Bank• HypoVereinsbank• Postbank• Sparkassen• Volks- u./o. Raiffeisenbanken
Gesamtumfang	119 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Unternehmensorientierung • Ruf und Image als Mittelstandsbank
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Produkt	<ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Passgenauigkeit der Produkte und Leistungen • Flexibilität der Produkte und Leistungen • Unterstützung bei Auslandsgeschäften • Lösungen zur Liquiditätsoptimierung • Cash Management-Lösungen • Konzepte für die betriebliche und private Altersvorsorge • Ganzheitliche Lösungen für geschäftliche und private Finanzangelegenheiten
Beratung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Berater • Entscheidungskompetenz der Berater • Engagement der Berater • Verständlichkeit der Beratung • Eingehen auf Unternehmensbedürfnisse • Branchenkenntnisse der Berater • Aufzeigen von Fördermöglichkeiten • Angemessener Informationsumfang • Berücksichtigung der individuellen Unternehmenssituation beim Rating • Berücksichtigung unternehmensspezifischer Anforderungen bei der Kreditlinie

Studiendesign (II)

<p>Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Online-Banking • Übersichtlichkeit der Website • Verbindlichkeit von Serviceversprechen • Feste Ansprechpartner • Unterstützung bei Nachfolgeregelung • Existenzgründungsberatung • Proaktive Information über wirtschaftliche und rechtliche Veränderungen • Belohnung von Kundentreue
<p>Kommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung unternehmensspezifischer Beratungsunterlagen • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktionszeit bei Anfragen • Partnerschaftliche Kommunikation
<p>Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Preistransparenz • Kontoführungsgebühren • Verzinsung von Geldanlagen • Kontokorrent- und Kreditzinsen

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Unternehmensorientierung		
<p>Produkt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Passgenauigkeit der Produkte und Leistungen • Flexibilität der Produkte und Leistungen • Unterstützung bei Auslandsgeschäften • Lösungen zur Liquiditätsoptimierung • Cash Management-Lösungen • Konzepte für die betriebliche und private Altersvorsorge • Ganzheitliche Lösungen für geschäftliche und private Finanzangelegenheiten 	<p>Beratung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Berater • Entscheidungskompetenz der Berater • Engagement der Berater • Verständlichkeit der Beratung • Eingehen auf Unternehmensbedürfnisse • Branchenkenntnisse der Berater • Aufzeigen von Fördermöglichkeiten • Angemessener Informationsumfang • Berücksichtigung der individuellen Unternehmenssituation beim Rating • Berücksichtigung unternehmensspezifischer Anforderungen bei der Kreditlinie 	<p>Kundenservice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Online-Banking • Übersichtlichkeit der Website • Verbindlichkeit von Serviceversprechen • Feste Ansprechpartner • Unterstützung bei Nachfolgeregelung • Existenzgründungsberatung • Proaktive Information über wirtschaftliche und rechtliche Veränderungen • Belohnung von Kundentreue
<p>Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung unternehmensspezifischer Beratungsunterlagen • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktionszeit bei Anfragen • Partnerschaftliche Kommunikation 	<p>Preis-Leistungs-Verhältnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Preistransparenz • Kontoführungsgebühren • Verzinsung von Geldanlagen • Kontokorrent- und Kreditzinsen 	

Auszeichnung Mittelstandsbanken

GESAMTURTEIL	
sehr gut	HypoVereinsbank
sehr gut	Sparkassen
sehr gut	Commerzbank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Deutsche Bank
	Postbank

Produkte	
sehr gut	HypoVereinsbank
sehr gut	Sparkassen
gut	Commerzbank
gut	Deutsche Bank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Postbank

Beratung	
sehr gut	HypoVereinsbank
sehr gut	Sparkassen
sehr gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Commerzbank
gut	Deutsche Bank
	Postbank

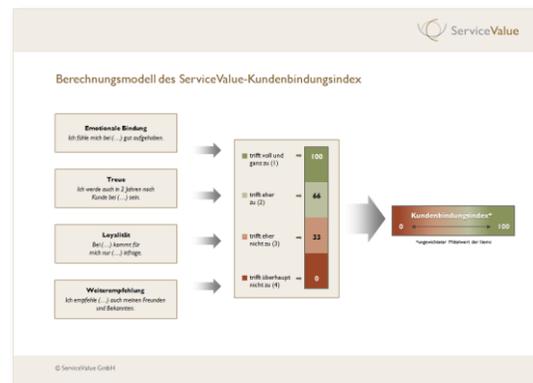
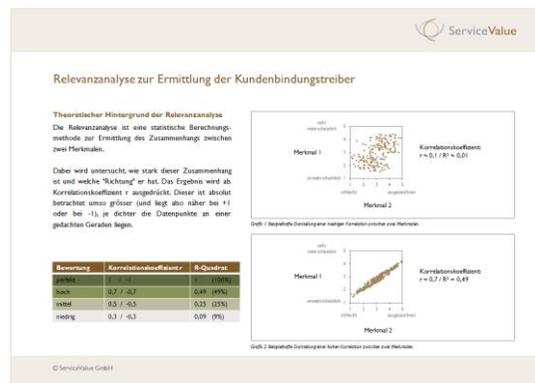
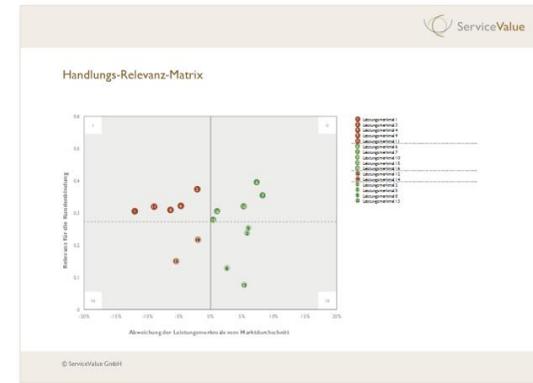
Kundenservice	
sehr gut	Sparkassen
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	HypoVereinsbank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Deutsche Bank
	Postbank

Kommunikation	
sehr gut	HypoVereinsbank
gut	Sparkassen
gut	Commerzbank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Deutsche Bank
	Postbank

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	HypoVereinsbank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Sparkassen
	Deutsche Bank
	Postbank

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

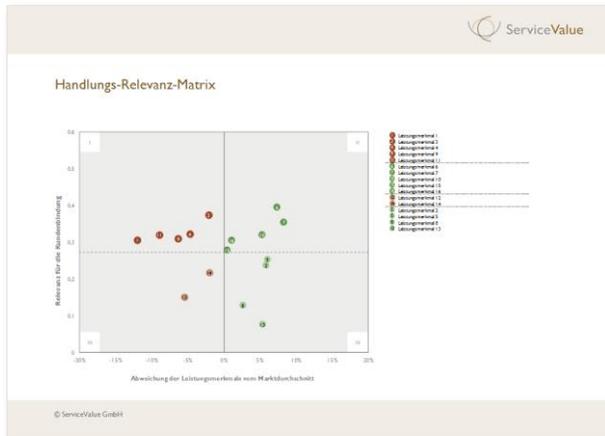
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



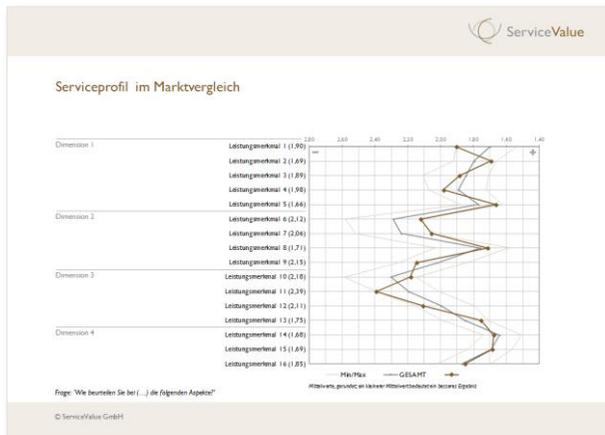
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Impressum

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studien-bezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und –bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © onlyyouqj - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de