

Die mobile SB-Insel - Der Kundenmagnet schwebt in die Filiale



Die stationäre Variante der SB-Insel auf der Wincor World 2006 - mit und ohne Sicherheitsraum für die sichere Befüllung und Wartung



Die umfassende Kundenberatung und damit eine nachhaltige Vertriebsorientierung sind notwendig, um im heutigen Wettbewerb als Finanzinstitut zu bestehen. Bislang wird die Filiale als Vertriebs- und Akquisitionszentrum von den Finanzinstituten nicht ausreichend genutzt. Zudem halten sich Kunden zumeist nur im Eingangsbereich der Filiale auf, nämlich dort wo die SB-Geräte stehen. Das Kundenpotenzial wird somit für Beratung und Vertrieb nicht ausgeschöpft. Damit Kunden wieder in die Filiale kommen und ein persönlicher Kontakt zwischen Kunde und Berater bzw. Bank hergestellt werden kann, müssen seitens der Finanzinstitute neue Anreize geschaffen werden.

Die mobile SB-Insel als Frequenzbringer

Betrachtet man die Nutzungshäufigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle einer Bank durch die Kunden, fällt auf, dass der bei Weitem größte Anteil auf die SB-Systeme fällt. Und genau an dieser Tatsache setzt das Konzept der SB-Insel an: Durch Re-Integration der SB-Geräte aus dem Foyerbereich in die Tiefe der Kundenhalle, haben Kunden und Bank wieder die Möglichkeit, in Kontakt zu treten. Das innovative Konzept der mobilen SB-Insel ermöglicht das Verschieben der viel genutzten SB-Systeme in die Kundenhalle während der Öffnungszeiten. Bis zu acht Geräte können in das von COMunicate entwickelte Möbel integriert und per Luftkissentechnologie nahezu spielerisch hin- und herbewegt werden. In dieser Zeit werden die Geräte über eine unterbrechungsfreie Stromversorgung be-

trieben. Außerhalb der Öffnungszeiten kann die SB-Insel wieder in den Foyerbereich verrückt werden und stellt so ein rund-um-die Uhr Serviceangebot für den Kunden sicher.

Der SB-Mehrwert sorgt für Publikumsverkehr

Durch die Positionierung der SB-Systeme in die Filiale werden Barrieren überwunden und Brücken zum Kunden aufgebaut. Einmal in der Filiale angekommen, ist die Nähe zwischen Kunde und Bankmitarbeitern und damit zum Ort, an dem beraten und verkauft wird, hergestellt. Da es sich bei Finanzprodukten um Erfahrungsgüter handelt, die man nicht zeigen und nicht anfassen kann, sind der Kundenkontakt und die Begegnung entscheidend und spielen im Kaufentscheidungsprozess eine bedeutende Rolle. Finanzinstituten steht die Entscheidung frei, wo sie die SB-Geräte positionieren, denn bezüglich der Sicherheit gibt es keine Einschränkungen. Ein blickdichter Sicherheitsraum für Wartung und Befüllung entsteht durch das Hochfahren eines mittigen Zylinders. (Vgl. Foto oben) Sind die Arbeiten abgeschlossen, wird er per Fernbedienung wieder komplett abgesenkt. (Vgl. Foto unten)

Die mobile Insel ist selbstverständlich auch als stationäre Variante verfügbar. In der Kundenhalle platziert, ziehen die Systeme den Kundenstrom in die Filiale. Beide Versionen des Möbels realisieren das große Potenzial der SB-Systeme zur Kundenbindung und -gewinnung. ■