
BUSINESS SOLUTION

ELCA CRM FRAMEWORK FÜR FINANZINSTITUTE (FFI)



BUSINESS SOLUTION

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ALS DISZIPLIN

Das Thema Customer Relationship Management – kurz CRM – begleitet Unternehmen seit vielen Jahren. Will ein Unternehmen das Wissen über seine Kunden strukturieren, die Beziehung sowie die Kommunikation verbessern und letztlich die Geschäftstätigkeit kundenorientiert ausrichten, dann bedient es sich der Methoden und Werkzeuge aus dem Spektrum des CRM.

Als Dienstleister kennen auch Finanzinstitute die Vorteile, welche ein gutes CRM mit sich bringt und so nutzen inzwischen sämtliche Finanzinstitute ein entsprechendes Tool, wobei sich der Anwendungsgrad im Quervergleich erheblich unterscheiden kann. Die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren eines CRM sind die Ausrichtung auf die zu bedienenden Kundensegmente, die verfügbare CRM-Funktionalität und die Institutionalisierung der CRM-Prozesse.

DIE HERAUSFORDERUNGEN WERDEN IMMER GRÖßER

CRM ist keine einfache Disziplin. Neben der Technologie und der Integration in die bestehende IT-Landschaft kommen zahlreiche andere Aspekte hinzu, zum Beispiel die Nutzerakzeptanz, die zielgerichtete Anwendung, die organisatorische Einbettung der Prozesse sowie eine gewisse Komplexität, welche sich aus der grossen Vielfalt an neuen Kommunikationskanälen ergibt. Die Entwicklungen im Finanzumfeld der letzten Jahre vergrössern diese Herausforderungen noch zusätzlich:

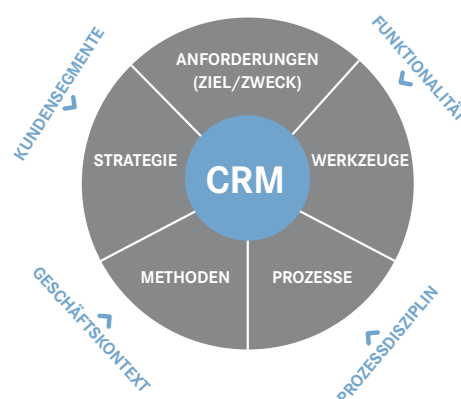
- › Die gestiegenen regulatorischen Anforderungen führen zu immer mehr Informationen in einem immer grösseren Detaillierungsgrad, die im CRM zu führen sind. Dies betrifft auch den Anbahnungsprozess ("Client Onboarding").
- › Die individuelle Kundenbeziehung muss gezielter auf unterschiedliche Kundensegmente ausgerichtet werden (z.B. ältere Generation vs. Digital Natives). Dies ist entscheidend für eine nachhaltige Kundenbindung.
- › Aufgrund des hohen Konkurrenzdrucks und des Fokus auf die Kundenzentrierung ist es für den erfolgreichen Vertrieb entscheidend, dass das CRM, auf der Basis einer granularen Kundensegmentierung, die Einbindung von Erkenntnissen aus der Business Intelligence oder der Verhaltensanalyse («Customer Behaviour Analysis») erlaubt.
- › Die Konsolidierung der Finanzbranche und die damit einhergehenden Banken-Akquisitionen bewirken, dass Informationen aus unterschiedlichen CRM-Anwendungen in neue Strukturen überführt werden müssen.

«Das ELCA CRM Framework für Finanzinstitute (FFI) stellt sicher, dass sich Banken und Finanzinstitute bei der Implementierung oder Erweiterung ihres CRM ausschliesslich auf ihre individuellen Wünsche und Spezifika konzentrieren können.»

Giuseppe Stella, Head of Banking Division bei ELCA

«Das ELCA CRM FFI spart Zeit und damit letztlich Kosten bei der Definition von CRM-Anforderungen.»

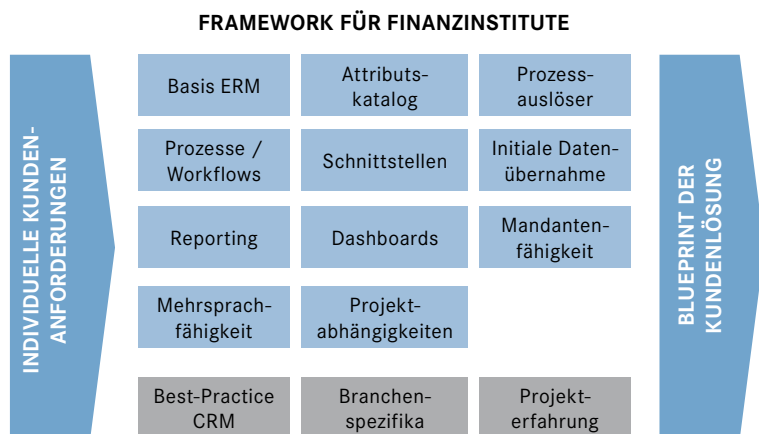
Dominik Zindel, Manager bei ELCA



DIE HERAUSFORDERUNGEN MIT DEM ELCA CRM FFI MEISTERN

Das ELCA CRM Framework stellt ein einzigartiges, branchenspezifisches Werkzeug dar, wenn es um die Konzeption und Spezifikation einer modernen CRM-Lösung im Finanzumfeld geht. Es erlaubt eine strukturierte und lückenlose Aufnahme, Spezifikation und Dokumentation der Anforderungen. Das CRM-Framework deckt alle relevanten Bereiche einer CRM-Lösung ab: von einem Best-Practice-Datenmodell über eine detaillierte, branchenbezogene Attributliste bis hin zu den Prozessen, den Schnittstellen, die initiale Datenmigration, Reports sowie Mandantenfähigkeit und Mehrsprachigkeit.

Das ELCA CRM Framework für Finanzinstitute ist das Resultat unserer umfassenden Erfahrung in der Implementierung von CRM-Projekten in Kombination mit bankfachlicher Expertise.



Das ELCA CRM Framework für Finanzinstitute beinhaltet:

- › Standardisiertes und strukturiertes Vorgehen und Projektmanagement, um das CRM-Projekt zu beschleunigen.
- › Raster, Checklisten, Templates und filterbare Kataloge.
- › Sicherstellung einer lückenlosen Aufnahme aller Anforderungen.
- › Ausrichtung auf die Branchenspezifika im Banken- und Finanzumfeld sowie die «Lessons Learned» aus ELCAs langjähriger CRM-Erfahrung.
- › Identifikation von Kostentreibern und Grundlage für die Priorisierung.
- › Vereinfachung der Kommunikation zwischen Auftraggeber und ELCA, während der Offertenphase, der Initialisierungsphase und im Rahmen der Implementierung.

Das ELCA CRM Framework für Finanzinstitute (FFI) ist ein branchenspezifisches Framework für CRM im Bank- und Finanzumfeld, welches die Konzeption und Implementierung von CRM-Lösungen vereinfacht, verkürzt (Time-to-Market) und dementsprechend die Projektkosten reduziert. Es ist universell einsetzbar, für ein agiles Projektvorgehen entwickelt und unabhängig von einer spezifischen CRM-Software.

Das ELCA CRM Framework für Finanzinstitute ist eine umfassende Toolbox. Zentral ist unter anderem der attributsbezogene Fragenkatalog, der im Rahmen von Kundenworkshops die Vollständigkeit der Anforderungsaufnahme sicherstellt und gleichzeitig die kostentreibenden Faktoren ausleuchtet.

Beispiele von attributsbezogenen Fragen sind:

- › Welche Partner-Verbindungen müssen abbildbar sein, worauf beziehen sich Informationen wie Adresse, Vertragsinformationen, usw.?
- › Für welche Informationen braucht es nebst dem Audit-Log eine eigentliche Historisierungsfunktion?
- › Welche Versandprodukte (periodische Auszüge, Market News, Publikationen, usw.) sollen via CRM gesteuert werden und welche Medien und Adressverknüpfungen müssen angesprochen werden können?
- › Welche Workflows müssen bei der Kundeneröffnung (Onboarding) abgebildet werden (Vier-Augen-Prinzip, PEP-Steuerung (Politically Exposed Person), usw.)?
- › Welche Workflows müssen bei der Mutation von gewissen Attributen (z.B. Kunden-Domizil) angestossen werden?
- › Welche Logik soll für die automatisierte Berechnung des Suitability-Profiles angewendet werden?
- › Welche Dokumente sind mit einem «Verfallsdatum» zu versehen, welches beispielsweise die erneute Durchführung einer Prüfung (z.B. Festlegung Kundenprofil) als Kundenberater-Pendenz auslöst?

The screenshot displays the ELCA CRM Framework for Financial Institutions (CRM FFI) interface. It features a data table with columns for 'Attribut', 'Werte', 'Anforderung', 'Status', 'Kategorie', 'Priorität', 'Komplexität', 'Anforderungstyp', 'Anforderungsdatum', 'Anforderungsstatus', 'Anforderungsbeschreibung', 'Anforderungsbereich', 'Anforderungsquelle', 'Anforderungsverantwortlicher', 'Anforderungsdatum', 'Anforderungsstatus', 'Anforderungsbeschreibung', 'Anforderungsbereich', 'Anforderungsquelle', 'Anforderungsverantwortlicher'. Below the table is a flowchart diagram illustrating the CRM process flow. At the bottom, there is a summary section with fields for 'Strategie', 'Umsatzwert', 'Angebot', 'Hauptanforderung', and 'Zusätzliche Punkte'.

ELCA Informatique SA

Lausanne 021 613 21 11
Genève 022 307 15 11

ELCA Informatik AG

Zürich 044 456 32 11
Bern 031 556 63 11

www.elca.ch

Über ELCA ELCA ist eines der grössten Schweizer Informatikunternehmen und führend auf den Gebieten Softwareentwicklung, Systemintegration, Business Consulting und Application Management. ELCA beschäftigt rund 700 Mitarbeitende. Der Hauptsitz des Unternehmens ist Lausanne, darüber hinaus unterhält es Niederlassungen in Zürich, Genf, Bern, Paris, Madrid und Ho-Chi-Minh-Stadt (Offshore-Entwicklung).