

Omnikanalvertrieb

Kanalübergreifende Content-Strategie noch vernachlässigt

Omnikanal ist ein Megathema, zu dem sich alle Banken und Sparkassen bekennen. Bei der Umsetzung kanalübergreifender Online-Strategien hapert es jedoch noch immer. Zu diesem Ergebnis kommt die Befragung „Zukünftige Ausgestaltung der Webpräsenzen von Banken und Sparkassen“, von Ibi Research, für die im November und Dezember 2015 insgesamt 59 Entscheider aus der Finanzdienstleistungsbranche befragt wurden. 98 Prozent der Befragten gehen demnach davon aus, dass in drei bis fünf Jahren für Kunden das flexible Wechseln der Kanäle und einheitliche Nutzungserlebnis über unterschiedliche Endgeräte, wie Websites, Apps, Wearables und Smart-TVs, hinweg im Mittelpunkt stehen wird. Allerdings stimmen nur 53 Prozent von ihnen der Aussage voll und ganz zu, dass Banken und Sparkassen ihre Angebote in fünf Jahren omnikanalfähig zur Verfügung stellen werden. Nur 45 Prozent glauben, dass die einzelnen Kanäle einer übergreifenden Strategie unterliegen. Für 51 Prozent hingegen bezieht sich die Content-Strategie auch

weiter allein auf die einzelnen Kanäle. Die Schaffung der Omnikanalfähigkeit ist nach Einschätzung der Hälfte der befragten Experten durch einen schrittweisen Ausbau der Architektur möglich. Jeder Dritte hält dafür die Neuentwicklung der Architektur für erforderlich, während weitere 14 Prozent beide Optionen für denkbar halten. Insgesamt leitet die Studie aus den Ergebnissen der Befragung eine Reihe von Handlungsempfehlungen ab. Mobile und stationäre Website müssen konsistent gestaltet werden, wobei die mobile das Look-and-Feel vorgibt. Gleichzeitig gilt es, mobile Websites und Apps parallel vorzuhalten, dabei Banking-Funktionen auszubauen und um Produktinformationen und Abschlussstrecken zu ergänzen. Im Hinblick auf die Nutzung mobiler Endgeräte müssen neue Anwendungen entwickelt werden, die deren Funktionen nutzen. So lässt sich beispielsweise die Kamera für das Fotografieren von Rechnungen zur Durchführung einer Überweisung, für die Videoidentifikation oder die Videoberatung einsetzen. **Red.**