



COMspezial Omnikanalsteuerung

Herzlich willkommen in Karlsruhe!

Campus Karlsruhe, 06.07.2022

A scenic view of a wooden boardwalk leading to a beach at sunset. The sky is filled with large, white, fluffy clouds, and the sun is low on the horizon, casting a warm glow over the scene. The boardwalk is made of wooden planks and leads straight towards the water. The beach is sandy and has some small waves breaking. In the background, there are some hills or dunes.

**Zukunft entsteht aus
smarten Ideen.**



**Willkommen
zur COMspezial
Omnikanalsteuerung**

Unsere Agenda

09:00 Uhr	Begrüßung und Keynote <ul style="list-style-type: none">▪ Smart Data in Wirkung bringen: moderne Vertriebssteuerung im Omnikanal (ca. 15 Min)▪ Was bieten wir technisch: moderne Kundenansprache (ca. 15 Min)▪ Change-Projekt: Mensch und Maschine im Einklang (ca. 15 Min)▪ anschließende Panel-Diskussion (ca. 20 Min)
10:45 Uhr	Kaffeepause
11:15 Uhr	Impulsvorträge <ul style="list-style-type: none">▪ Deep Dive: Modellieren mit Smart Data – Ein Blick in den Maschinenraum (ca. 30 Min)▪ Impulsmanager: Next Best Action im Blick (Live-Präsentation) (ca. 30 Min)▪ Einführungspaket: Wie starten Sie und wie können wir unterstützen? (ca. 10 Min)

Unsere Agenda

13:00 Uhr	Gemeinsames Mittagessen
ab 13:30 Uhr	Infostände <ul style="list-style-type: none">▪ Unterstützung und Projekteinführung▪ Qualifizierungsmaßnahmen▪ agree21ViPS und agree21VKNA▪ SmartData-Affinitäten und Lebensereignisse▪ Live-Demo Impulsmanager und Informationsformate▪ useIT: Überblick▪ Praxis-Talk-Ecke
14:00 Uhr	Best Practice: Bericht aus der Praxis (ca. 20-30 Min + Fragen)
16:30 Uhr	Ende der Veranstaltung



Smart Data in Wirkung bringen: moderne Vertriebssteuerung im Omnikanal

Nicolai Vollmer



**Weil Zukunft aus
smarten Ideen
entsteht.**

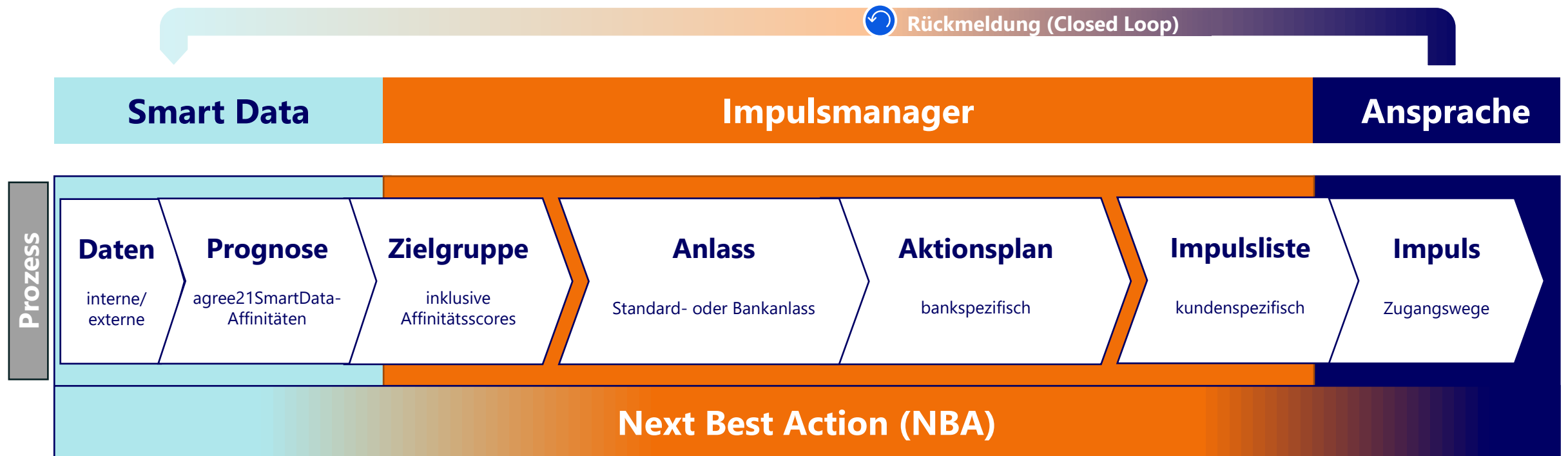




Was bieten wir technisch: moderne Kundenansprache

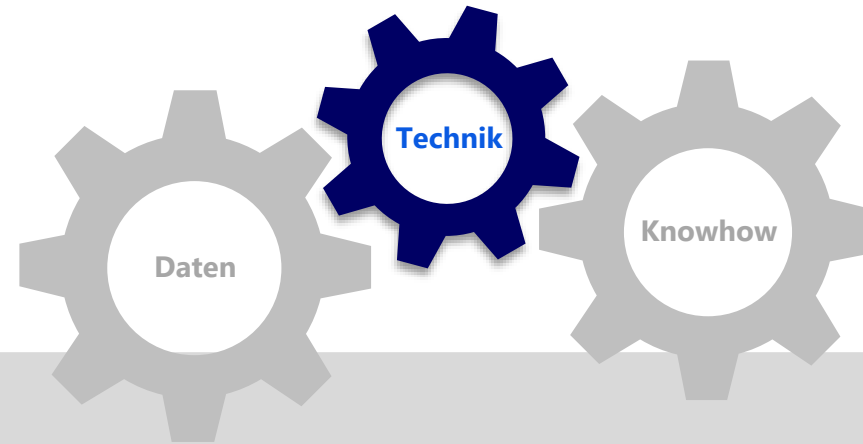
Gunther Witt

Der Impulsprozess als zentraler Bestandteil der Omnikanalsteuerung

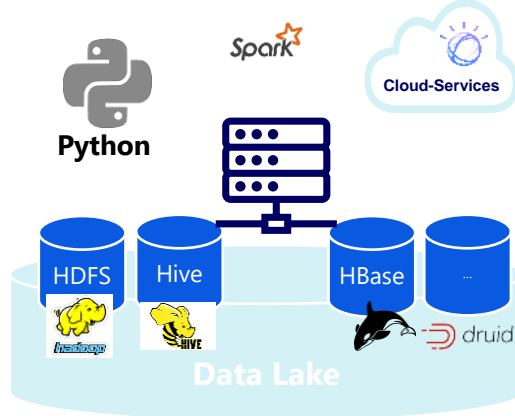




Atruvia verfügt über modernste Technologie und garantiert maximale Datensicherheit im eigenen Rechenzentrum



Infrastruktur und Tools



- Verarbeitung und Analyse mit **modernster Big Data Analytics Plattform (BDAP)**
- **Branchenführer wie Google oder Amazon** greifen auf die gleichen Tools zurück
- **Höchste Datensicherheit** – Daten verbleiben im hauseigenen Rechenzentrum

Datensicherheit



Rechenzentrum der Atruvia



Smart Data Lab



Affinitätsmodelle und Lebensereignisse Privatkunden

Status Quo und Ausblick



Affinitäten PK

Segmenterweiterung

Individualkundenprognose

Abwanderung

Lebensereignisse

Geburt Kind

Gehaltserhöhung

Übergang Einkommensklassen

Renteneintritt

Ende von Kreditzahlungen

Vermögen



Vermögen ansparen

Wertpapier ansparen



Vermögen anlegen

UI MeinInvest

Wertpapier anlegen



Vermögen optimieren

Wertpapier Zertifikate



Vermögen verwenden

UI VermögenPlus



Vermögen vererben/verschenken

Vermögen vererben/verschenken

Absicherung



Einkommen und Familie absichern

Absicherung Arbeitskraft



Sachwerte absichern

R+V Mitglieder-Plus

Versicherungseinsteiger



Gesundheit absichern

Krankenzusatzversicherung

Liquidität



Zahlungen abwickeln

Kreditkarte Gold – Abschluss Neu

Kreditkarte Classic – Abschluss Neu

Kreditkarte Exclusive – Abschluss Neu

Kreditkarte ApplePay – Abschluss Neu

Kreditkarte Gold – Upselling von Classic



Wünsche finanzieren

Konsumentenkredit Bank/easyCredit – Abschluss Neu/Bestand



Reserve haben

■ Umgesetzt
 ■ Pilotierung
 ■ in Entwicklung
 ■ in Planung



Affinitätsmodelle Firmenkunden

Status Quo und Ausblick



Affinitäten FK

Private Finanzplanung

Absicherung



Notfall regeln



Sachwerte absichern

Sachversicherungen (R+V Unternehmens/GewerbePolice)



Vermögen absichern

Vorsorge und Mitarbeiterbindung



Mitarbeiter binden



Betriebliche Altersvorsorge anbieten

bAV Arbeitgeber – Abschluss

Vermögen/Eigenkapital



Vermögen/Eigenkapital aufbauen und anlegen

Vermögen + Vorsorge für Selbständige



Vermögen/Eigenkapital verwenden



Unternehmensnachfolge regeln

Unternehmensnachfolge regeln

Investition und Finanzierung



Investitionen finanzieren

Unternehmerkredit flexibel

Objektfinanzierung Mietkauf/VR Smart Express

Finanzierung / Kredit Aktiv



Existenzgründung finanzieren

Existenzgründung finanzieren



Finanzierung optimieren

Liquidität und Zahlungsverkehr



Zahlungsverkehr im In- und Ausland abwickeln

Kreditkarte Business: Abschluss

Kreditkarte Business Gold – Abschluss

Kreditkarte Business Gold – Abwanderung

POS Payment-Lösungen – Abschluss

Auslandsgeschäft

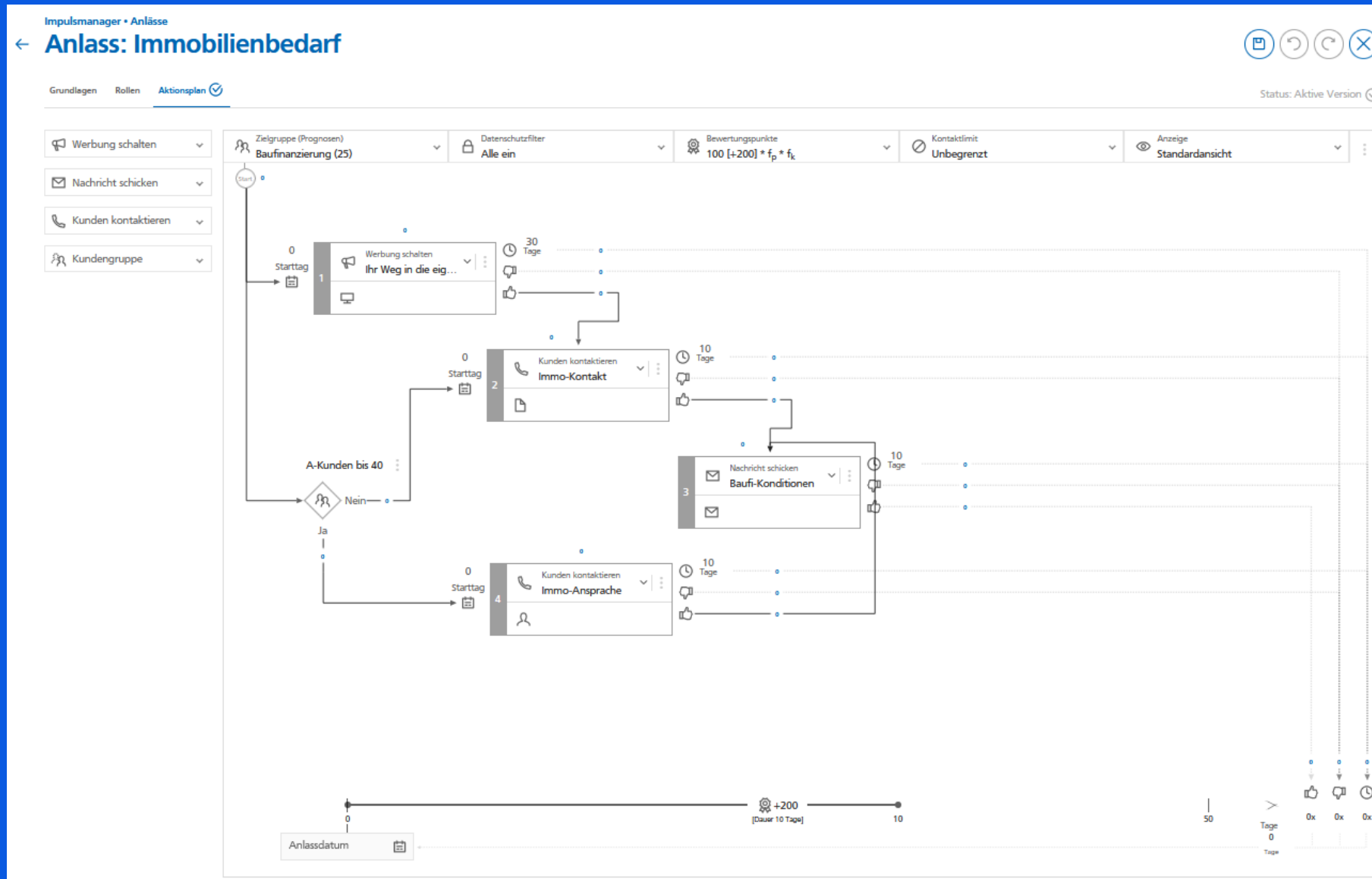


Liquidität vorhalten und sichern

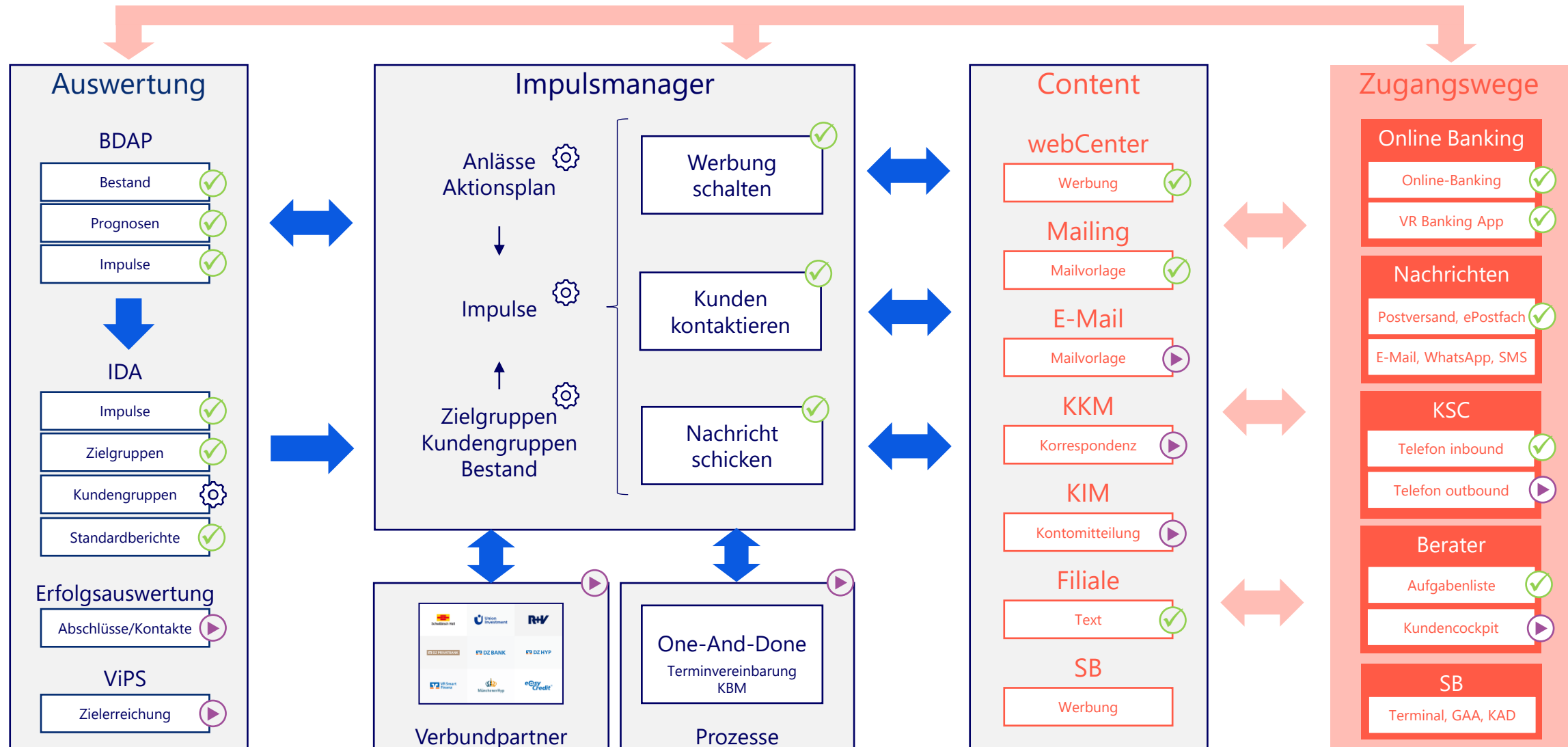
■ Umgesetzt
 ■ Pilotierung
 ■ in Entwicklung
 ■ in Planung



Die Modellierung ist mitentscheidend



Impulsmanager: Komponenten Zielbild



Impulsgesteuerte Werbung im VR Online-Banking

The screenshot shows a VR online banking interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Soforthilfe Corona-Virus', 'Beratung & Angebote', 'Banking & Verträge', 'Sie & Ihr Unternehmen', and 'Service & Mehrwerte'. A user profile 'Dieter Beschorner' is visible. Below the navigation, there are menu items: 'Start', 'Überweisung', 'Lastschrift', 'Aufträge', and 'Vorlagen'. The main content area features a 'Herzlich willkommen!' greeting and 'Ihre Konten' section. The total balance is 'Gesamtsaldo 68.515,64 EUR'. Below this, a list of accounts for 'Dieter Beschorner (18138200)' is shown, including a 'Gehaltskonto mit Bankcard new' with a balance of -133,74 EUR and four 'Test Zinsgarantie' accounts with 0,00 EUR. A central image shows a man and a woman looking at a tablet, with a 'Geldanlage' advertisement for 'FlexFonds' offering up to 8% return. A 'Kontakt' button is on the right. The footer contains 'Impressum · Datenschutzrichtlinien · Preisaushang · Leistungsverzeichnis · AGBs · Weiterleitung' and a phone number '(089) 9943-3686'.

Zugangswege

Online Banking

VR Online-Banking

VR Banking App

Nachrichten

Postversand, E-Postfach

E-Mail, WhatsApp, SMS

KSC

Telefon inbound

Telefon outbound

Berater

Aufgabenliste

Kundencockpit (Banking
Workspace)

SB

Terminal, GAA, KAD

Impulsgesteuerte Aufgaben für den Berater

Volksbank Musterstadt eG

Bezeichnung, Erfasser, Aufgabenträger eingeben um zu suchen

Aufgabenliste

Meine Sichten

- Meine Aufgaben 32 insgesamt 3 NEU
- Meine Teamaufgaben 5 insgesamt 3 NEU
- + MA/OE/Verteiler hinzufügen...

Meine Aufgaben

Heute Geplant Status Eskalationsstufe + Aufgabe erstellen

- Heute** 19.04.2021 **Ablauf Zinsbindung Darlehen Nr. 8621131530** NEU
Thomas Jansen (Person-Nr. 86211315)
Offen | Erstellt: 01.04.2021 | Ersteller: Bernd Berater | Aufgabenträger
Bearbeiten
- Di** 21.04.21 **Ablauf Zinsbindung Darlehen Nr. 8621131530** NEU
Thomas Jansen (Person-Nr. 86211315)
Offen | Erstellt: 01.04.2021 | Ersteller: Bernd Berater | Aufgabenträger
- dfgdfg** 24.04.2021 **Ablauf Zinsbindung Darlehen Nr. 8621131530**
Thomas Jansen (Person-Nr. 86211315)
Offen | Erstellt: 01.04.2021 | Ersteller: Bernd Berater | Aufgabenträger
- Di** 24.04.22 **Ablauf Zinsbindung Darlehen Nr. 8621131530** NEU
Thomas Jansen (Person-Nr. 86211315)
Offen | Erstellt: 01.04.2021 | Ersteller: Bernd Berater | Aufgabenträger
- Di** 26.04 **Ablauf Zinsbindung Darlehen Nr. 8621131530**
Thomas Jansen (Person-Nr. 86211315)
Offen | Erstellt: 01.04.2021 | Ersteller: Bernd Berater | Aufgabenträger
- Di** 05.05 **Ablauf Zinsbindung Darlehen Nr. 8621131530**
Thomas Jansen (Person-Nr. 86211315)
Offen | Erstellt: 01.04.2021 | Ersteller: Bernd Berater | Aufgabenträger

Zugangswege

Online Banking

VR Online-Banking

VR Banking App

Nachrichten

Postversand, E-Postfach

E-Mail, WhatsApp, SMS

KSC

Telefon inbound

Telefon outbound

Berater

Aufgabenliste

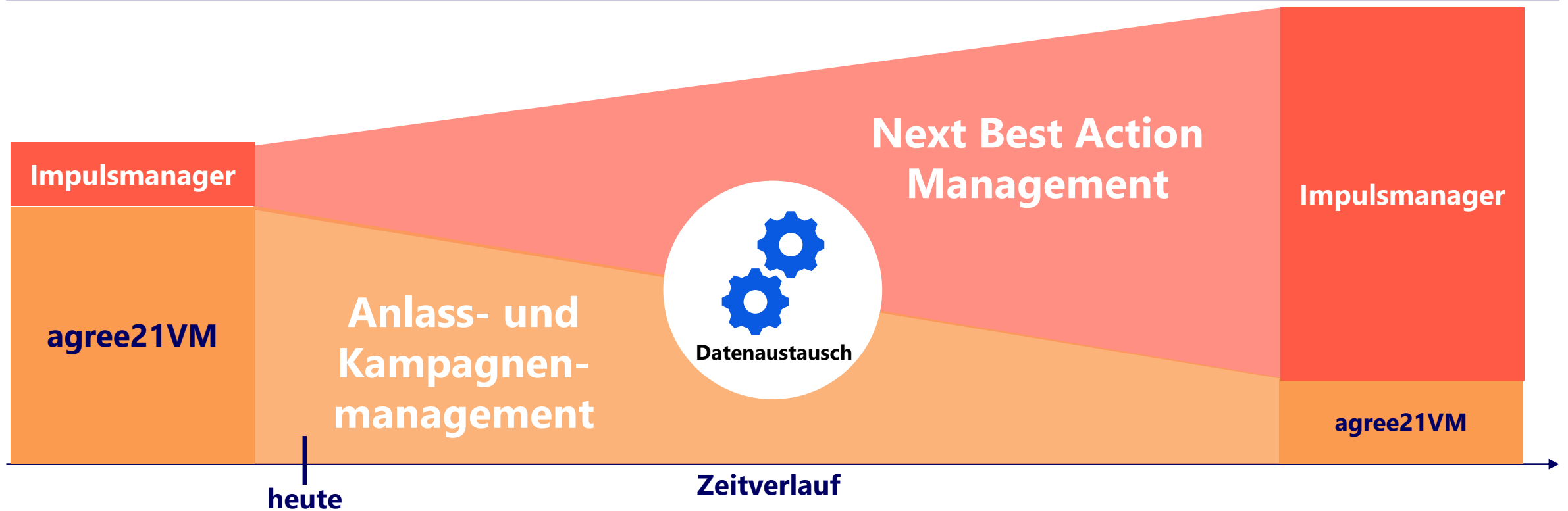
Kund Cockpit (Banking Workspace)

SB

Terminal, GAA, KAD

Impulsmanager ist technische Grundlage auf Omnikanalplattform, um hochindividuelle Impulslisten zu ermöglichen

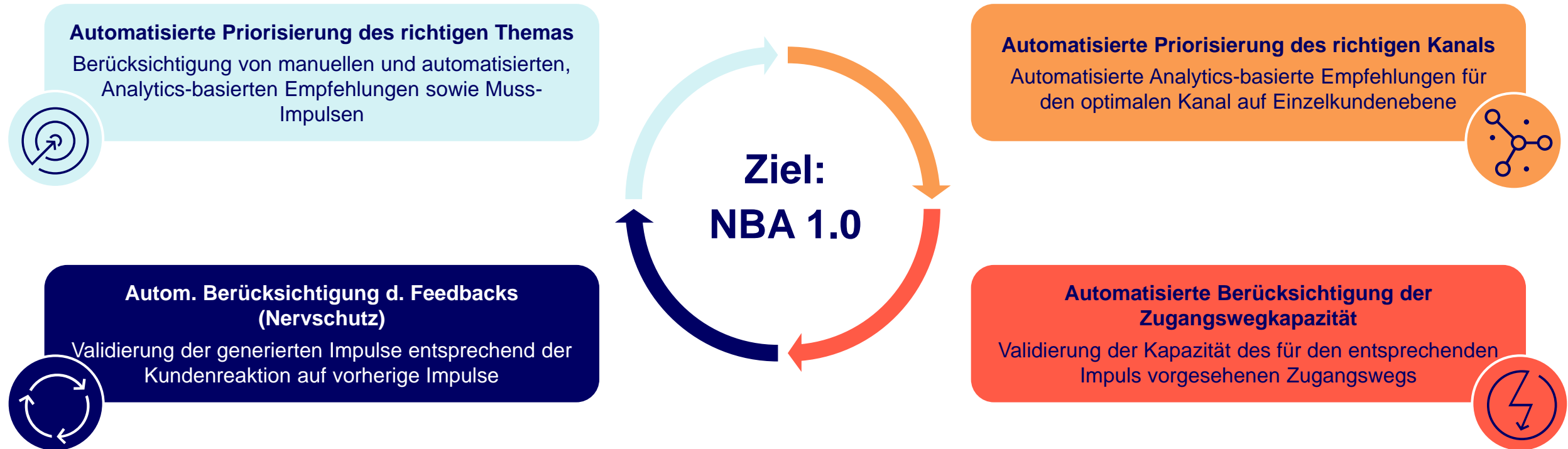
Stufenweiser Ausbau der Omnikanalplattform



agree21VM ist wichtige Basis für den Impulsmanager

Next Best Action (NBA) als nächste Stufe im datengetriebenen Vertrieb

4 Kernaufgaben



Next-Best-Action nutzt Smart Data Prognosemodelle und ermöglicht eine simultane Ausspielung einer Vielzahl von kundenzentrierten Kampagnen und Anlässen über verschiedene Zugangswege

Vorgehensmodell & Handlungsfelder



**Überraschen wir gemeinsam
Ihre Kund*innen mit
interessanten Impulsen!**





Change-Projekt: Mensch und Maschine im Einklang

COMspezial 2022

Zitat: „Wenn wir in den Lebenswelten unserer Kunden stärker präsent sein wollen, müssen wir Mehrwerte generieren und dazu braucht es aussagekräftige Daten, die nur mit Smart Data generiert werden können.“

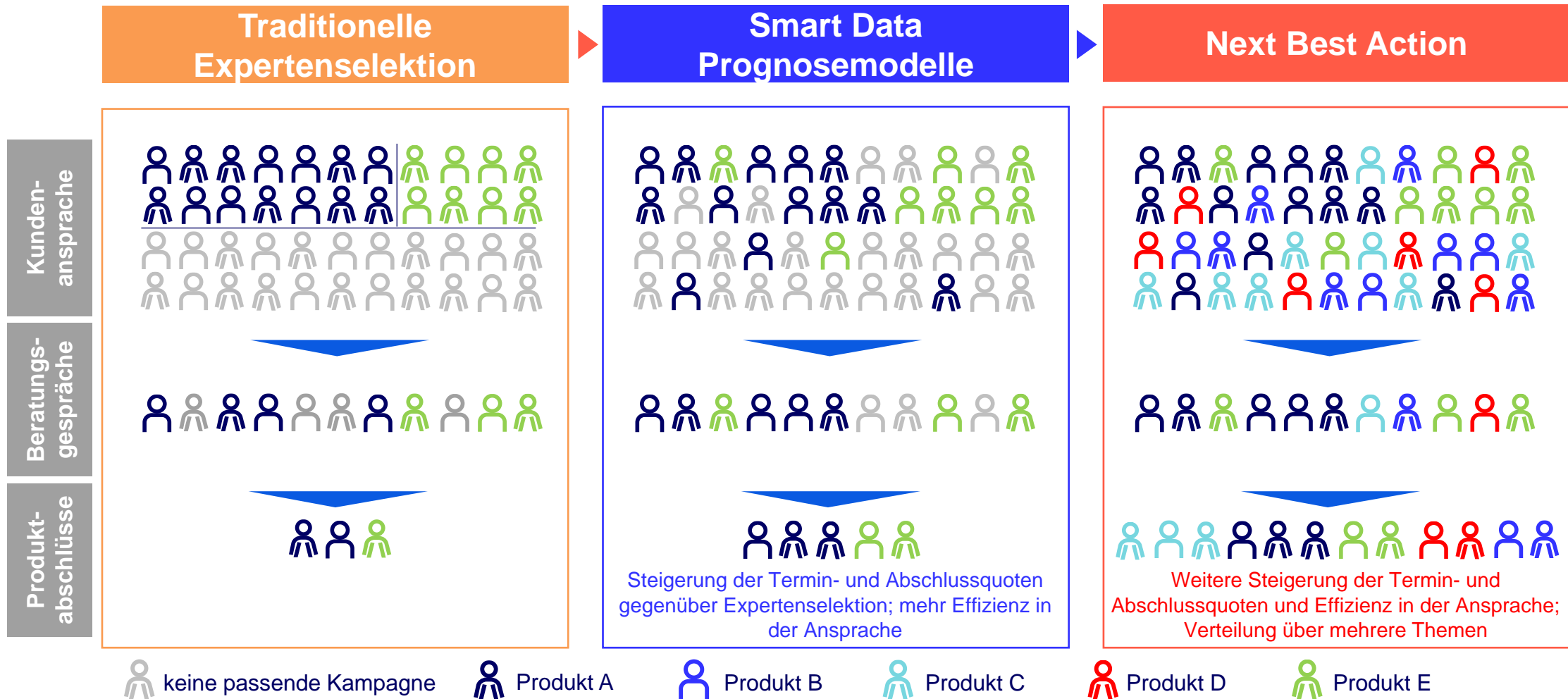
Roland Reckert

Ihr Haus nutzt im Zielbild „smarte“ Daten als Grundlage zur Ausgestaltung sämtlicher Dimensionen der Wertschöpfung

Zielbild Datengetriebener Vertrieb



Wirkung von Smart Data in Ihrem Vertrieb: Beratungsgespräche werden effizienter



Von der Investition zum Wachstum – Was müssen die Prognosemodelle erlösen?



Investition

Für Ihre Investitionsentscheidung benötigen Sie Transparenz.

Ein Institut mit 100.000 Personennummern wendet monatlich rund 2.083* Euro für alle Prognosemodelle auf.

* Berechnung: 14,00 Euro netto je 1.000 Personen zzgl. 19 % Mehrwertsteuer und 25 % Implementierungskosten



Innovation

Die Prognosemodelle liefern Ihnen wertvolle Erkenntnisse über Verhalten und Bedarf Ihrer Kunden.



Wachstum

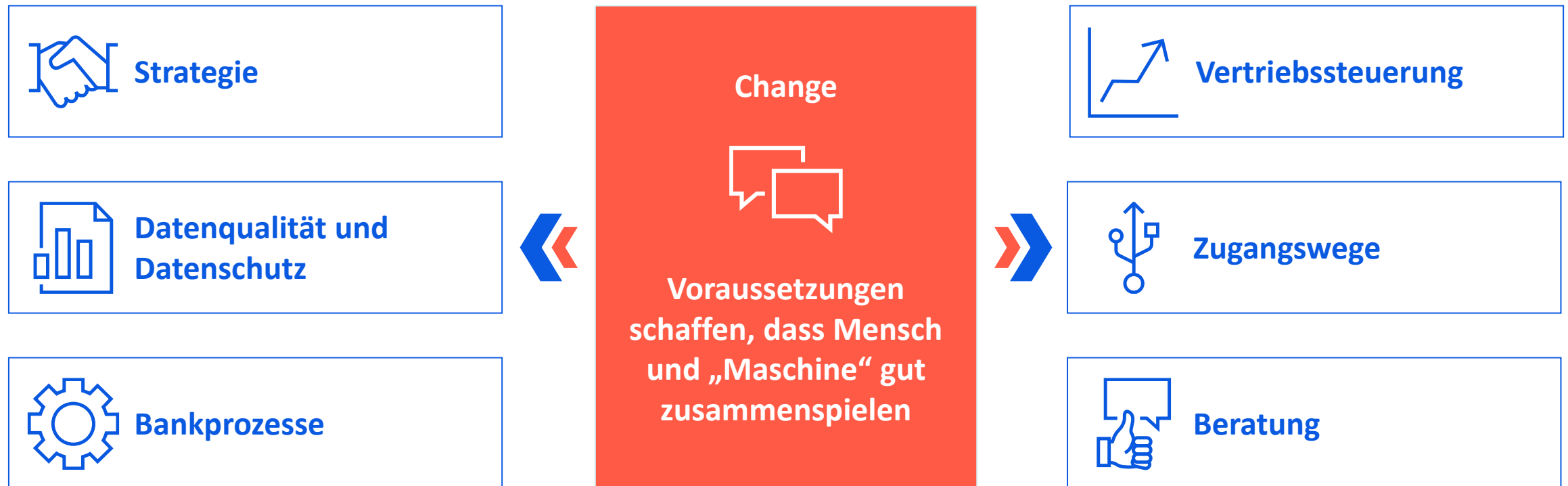
Tauchen Sie ein in die Lebenswelten Ihrer Kunden. Mit nur zwei zusätzlichen Verträgen im Monat haben Sie Ihre Investition amortisiert.

* Berechnung: 2 Vorsorgeverträge mit jeweils 26.400 Euro Vertragssumme (100 Euro mtl., 22 Jahre Laufzeit), Provisionsatz 4 %

Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Umsetzung beachten

Die Schaffung des Reifegrads in den Banken wird durch die Sofortmaßnahmen und den E2E-Lösungsbaukasten unterstützt

Einflussfaktoren für den erfolgreichen Einsatz von Smart Data und Next Best Action



➔ Das Rolloutteam aus Atruvia, RV und DZBG unterstützt Sie bei der Einführung und Verankerung in Ihrer GB¹

Möglichkeiten der Umsetzung



Eigenregie

- Smart Data Community & useIT
- Leitfäden, Tutorials, Berichte und Vorlagen
- Informationen und Standards zur selbstständigen Bearbeitung



Lernreise

- Qualifizierungsmaßnahmen
- Kompakt- und Standardangebote
- gemeinsame Einführung
- Retrospektive und Community – im Austausch mit Banken über den Zeitraum der Einführung –



Beratung

- Standortbestimmung
- Fachliche, rechtliche und technische Implementierung der Prognosemodelle
- Review und Erfolgsmessung

Ansprechpartner aus den Akademien und Regionalverbänden



Martin Schor

Referent Vertriebsentwicklung
GVB (Bayern)
Bereich Beratung Banken
Telefon: +49 89 2868-3470
Mobil: +49 151 533 48 966
E-Mail: MSchor@gv-bayern.de



Andrea Otto-Küstner

Leiterin Bildung
Banken Banksteuerung
Für die RegionalAkademien
Telefon: +4951195745353
Mobil: +491732574383
E-Mail: andrea.otto-kuestner@genossenschaftsverband.de

Ansprechpartner aus den Akademien und Regionalverbänden



Christian Storck

Berater

AWADO Vertriebsberatung GmbH

Telefon: +496969783542

Mobil: +4915123709237

E-Mail: christian.storck@awado-gruppe.de



Christian Mörtl

Projektmanager

Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e.V.

Beratung Genossenschaftsbanken - Markt

Mobil: +49 173 - 247 14 82

E-Mail: christian.moertl@bwgv-info.de

Ansprechpartner aus den Akademien und Regionalverbänden



Stephanie Hempel

Unternehmensberaterin

Genossenschaftsverband Weser-Ems e.V.

Telefon: 0441 21003-658

Mobil: 0151 50625460

E-Mail: stephanie.hempel@gvweser-ems.de

Ansprechpartner Atruvia Kundenprojekte und Consulting



Matthias Kleinrahm

Mobil +49 151 649 62 781

matthias.kleinrahm@atruvia.de



Paul Florian Härter

Mobil +49 170 330 41 06

paul.florian.haerter@atruvia.de



Roland Reckert

Mobil +49 152 090 95 700

roland.reckert@atruvia.de

Gemeinsam durchstarten!

Lassen Sie uns den Dialog vertiefen!
Nutzen Sie einfach den QR-Code und der Account-Manager
Ihres Hauses setzt sich nach der COMspezial mit Ihnen in
Verbindung.

Auf bald!

Ihr Smart Data Team



Unsere Agenda

09:00 Uhr	Begrüßung und Keynote <ul style="list-style-type: none">▪ Smart Data in Wirkung bringen: moderne Vertriebssteuerung im Omnikanal (ca. 15 Min)▪ Was bieten wir technisch: moderne Kundenansprache (ca. 15 Min)▪ Change-Projekt: Mensch und Maschine im Einklang (ca. 15 Min)▪ anschließende Panel-Diskussion (ca. 20 Min)
10:45 Uhr	Kaffeepause
11:15 Uhr	Impulsvorträge <ul style="list-style-type: none">▪ Deep Dive: Modellieren mit Smart Data – Ein Blick in den Maschinenraum (ca. 30 Min)▪ Impulsmanager: Next Best Action im Blick (Live-Präsentation) (ca. 30 Min)▪ Einführungspaket: Wie starten Sie und wie können wir unterstützen? (ca. 10 Min)



Deep Dive: Modellieren mit Smart Data

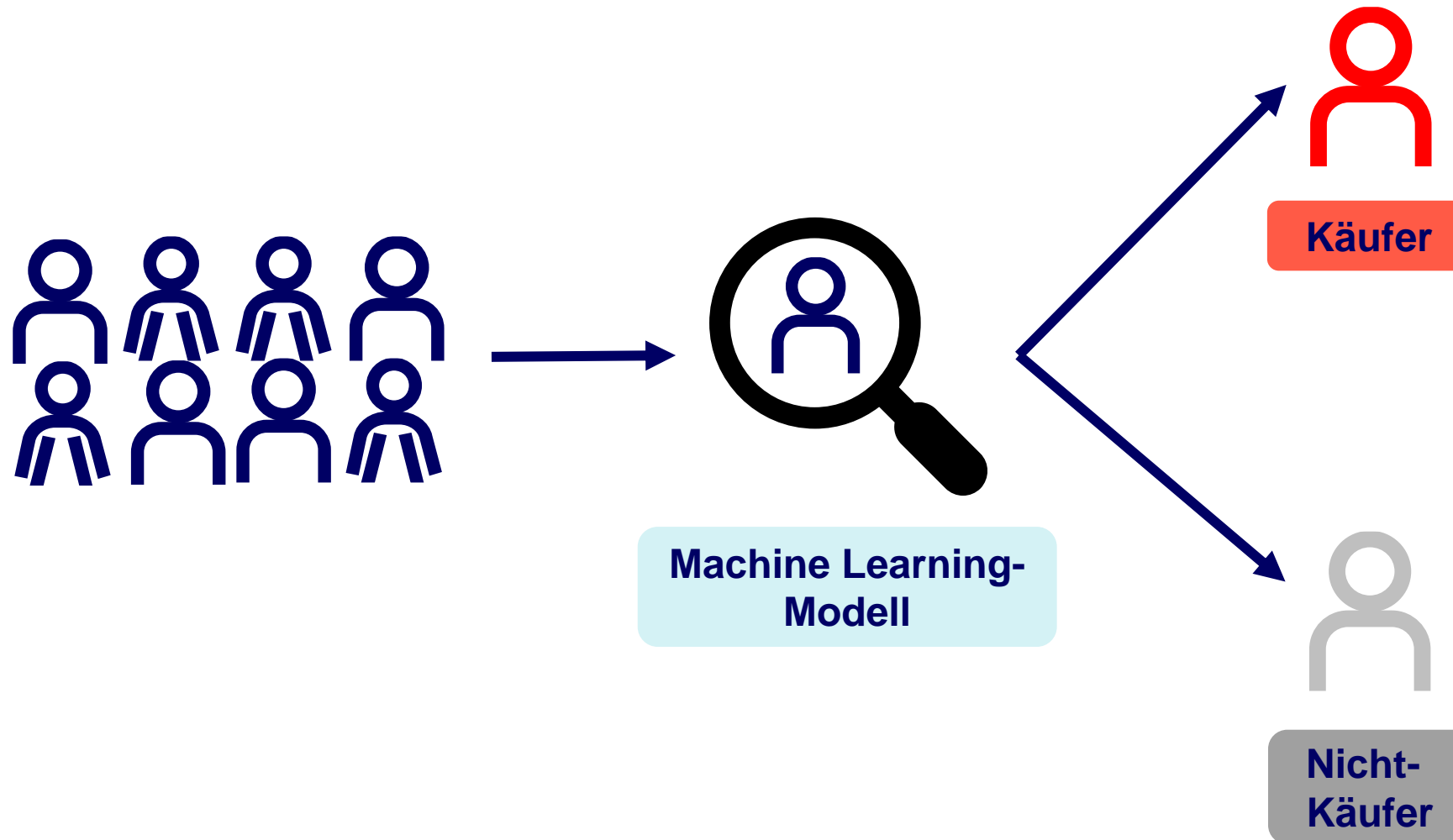
Ein Blick in den Maschinenraum

Alexander Poth

Inhalt

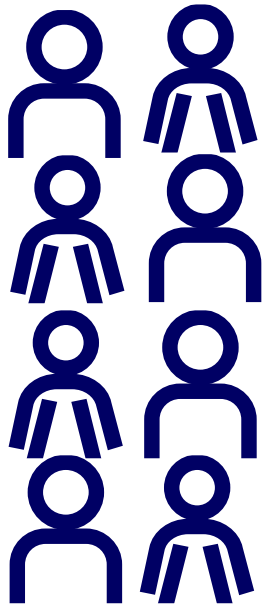
1. Was ist ein Modell?
2. Wie lernt ein Modell?
3. Grenzen und Möglichkeiten
4. Feedback Loop
5. Erfolgskennzahlen





Ein Modell stellt die Wirklichkeit vereinfacht dar

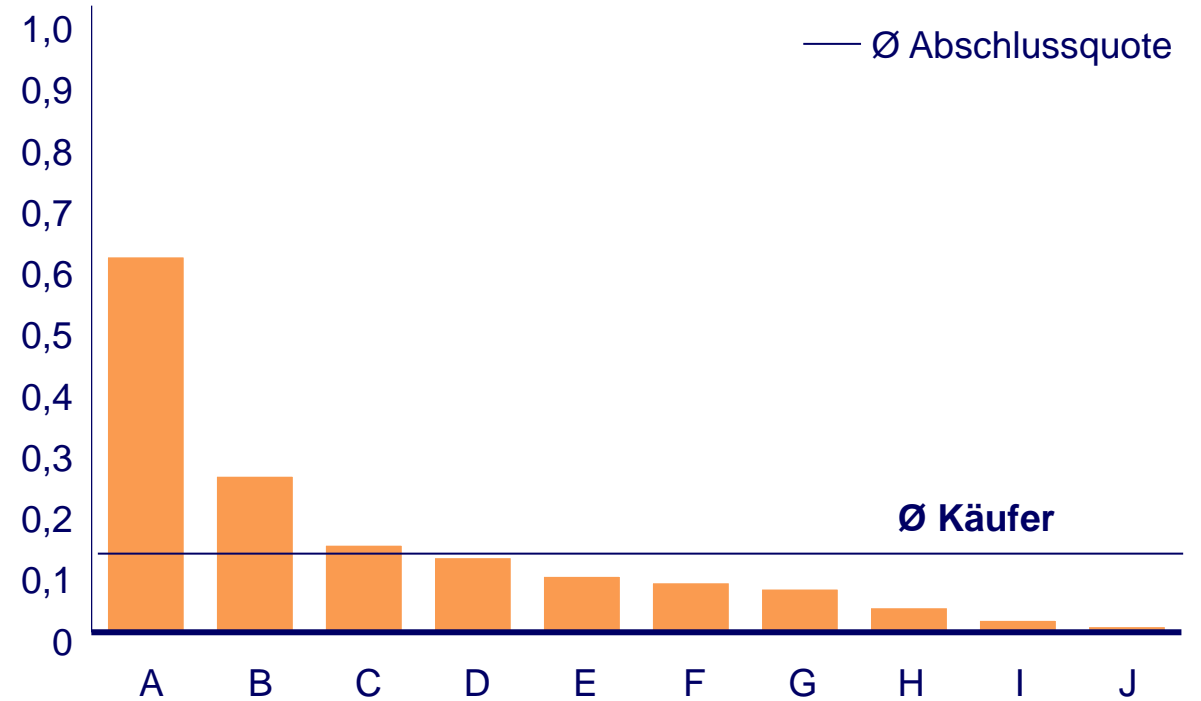


Mit einem Modell findet man die Kunden, die man zuerst ansprechen sollte

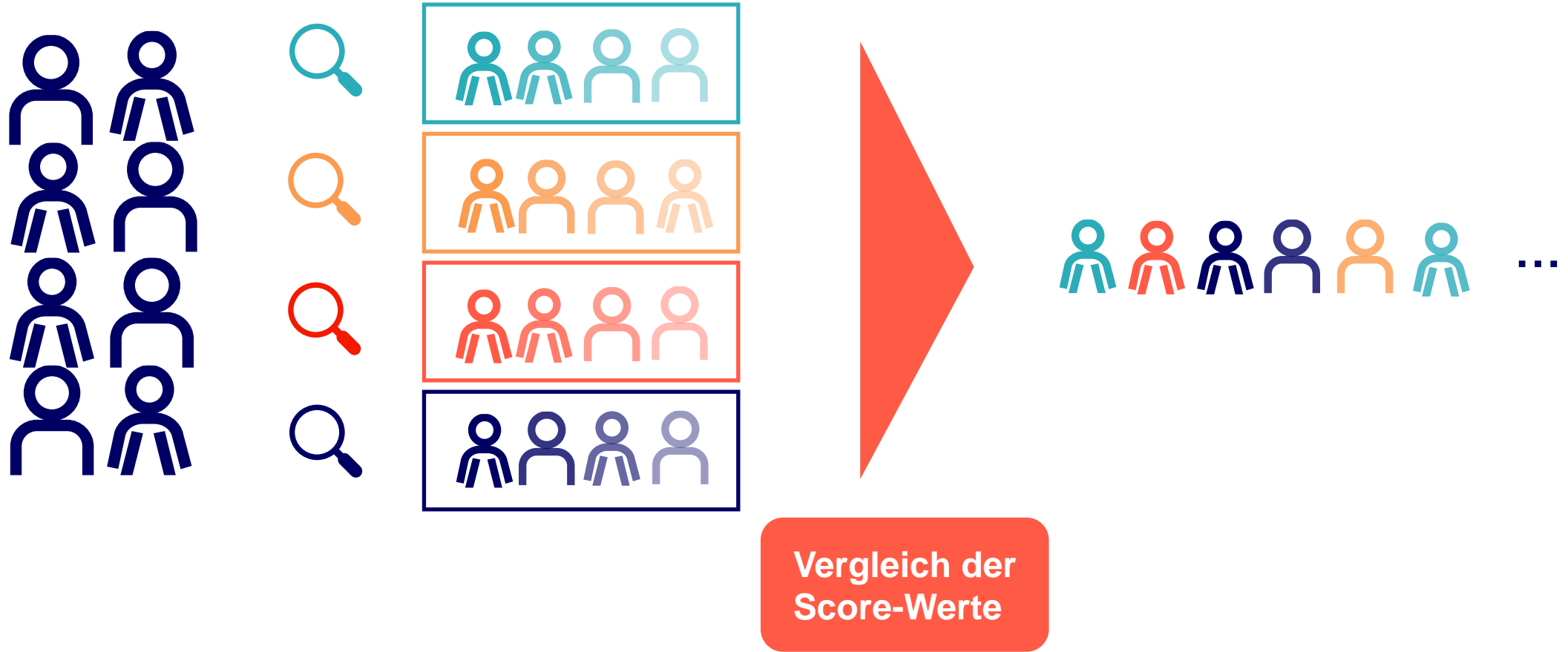
Sortierte Liste mit Scores



1.  0,92
2.  0.89
3.  0.77
4.  0.76
- ⋮



Durch Score-Werte können Kunden und Usecases gleichzeitig priorisiert werden



Inhalt

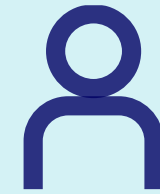
1. Was ist ein Modell?
2. Wie lernt ein Modell?
3. Grenzen und Möglichkeiten
4. Feedback Loop
5. Erfolgskennzahlen

Kunden werden zunehmend anonym, aber wir haben ihre Daten

„Alte Sicht“



„Neue Sicht“



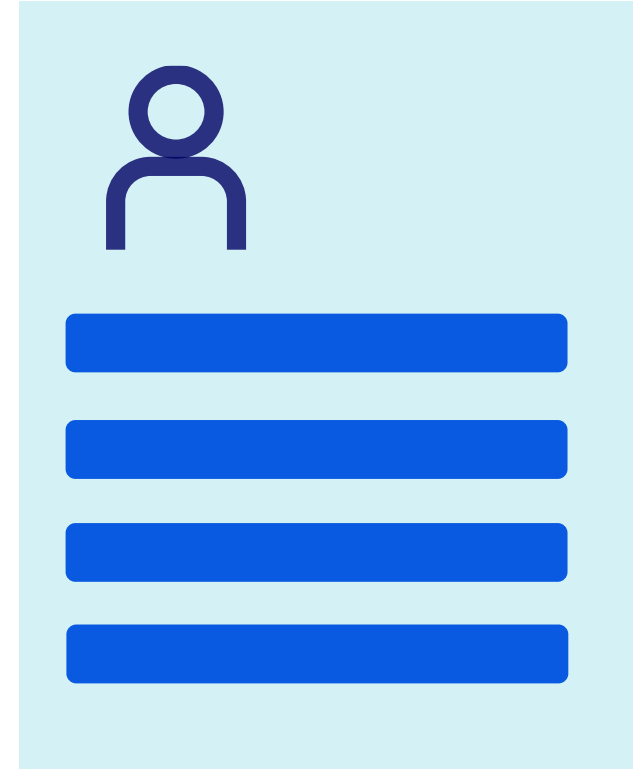
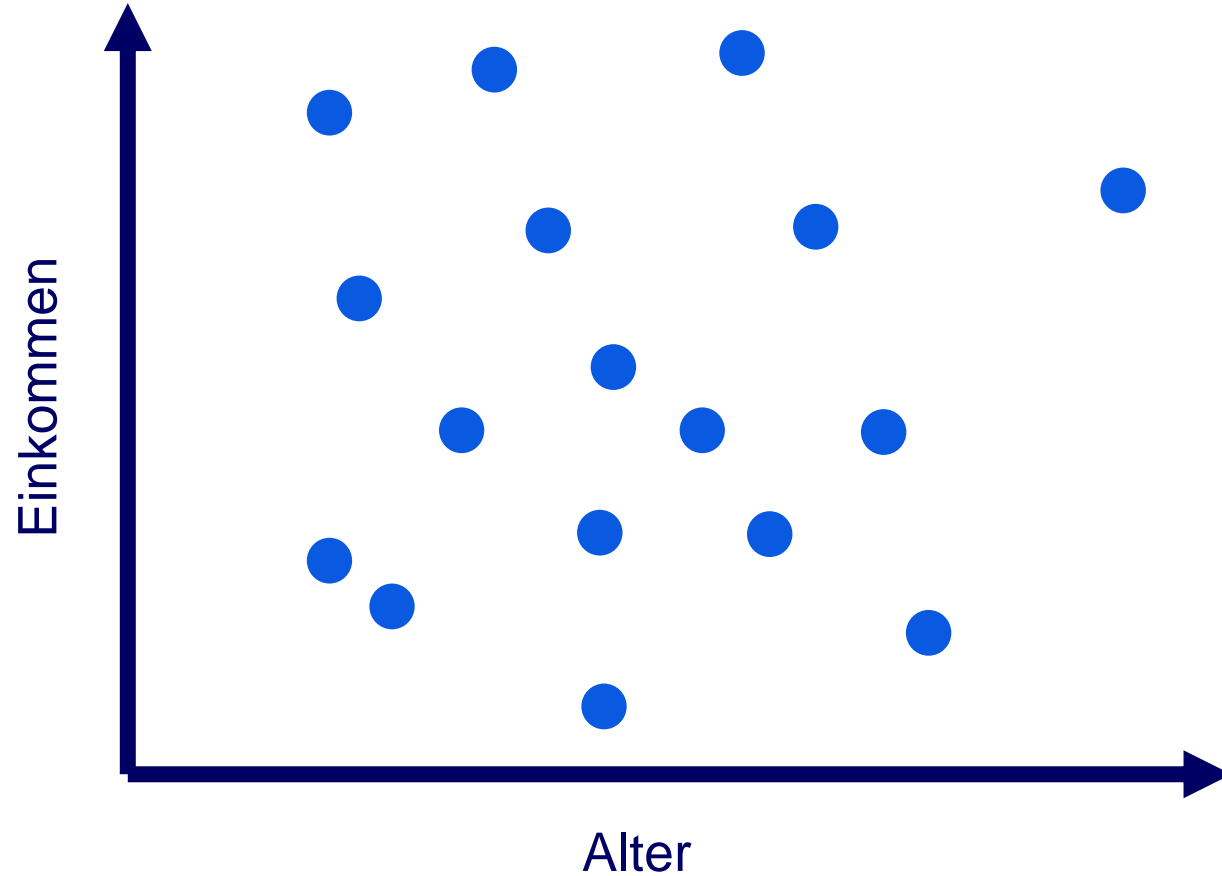
Alter

Umsätze

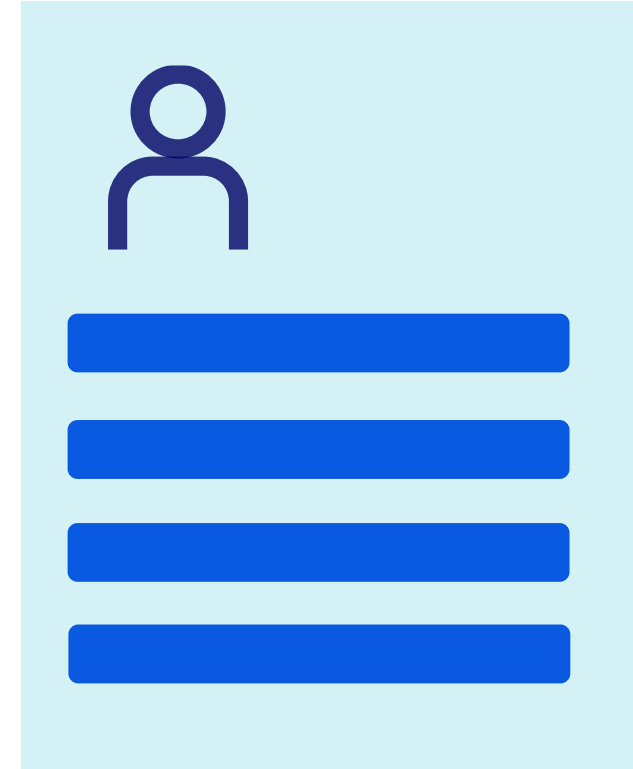
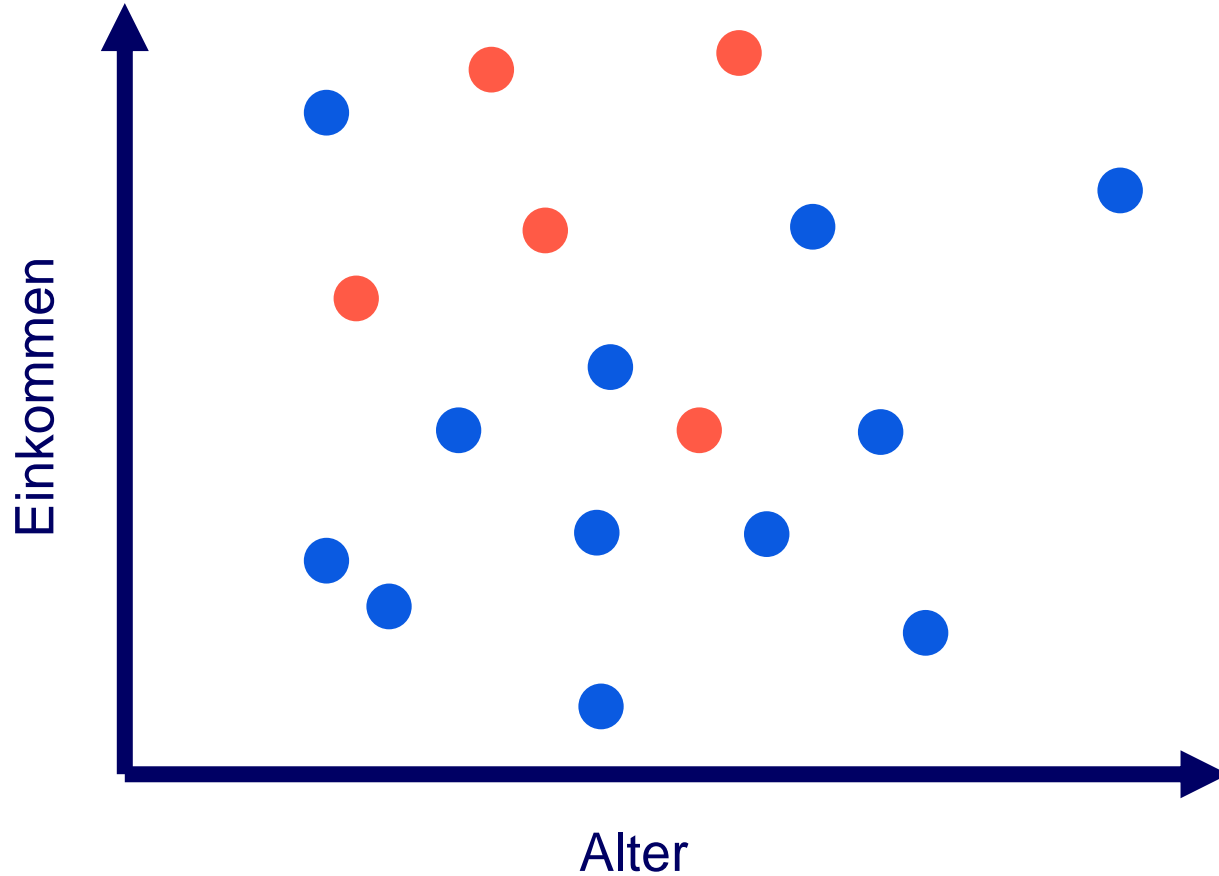
Online-Banking

...

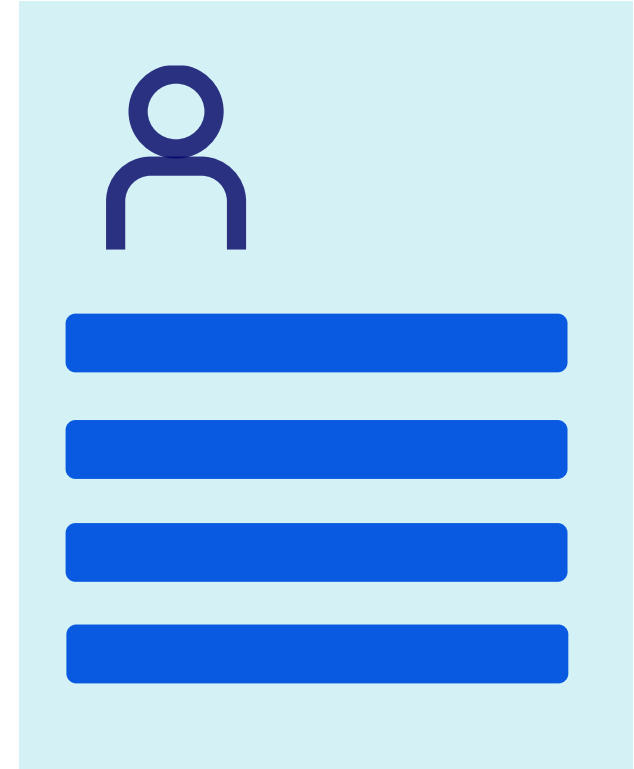
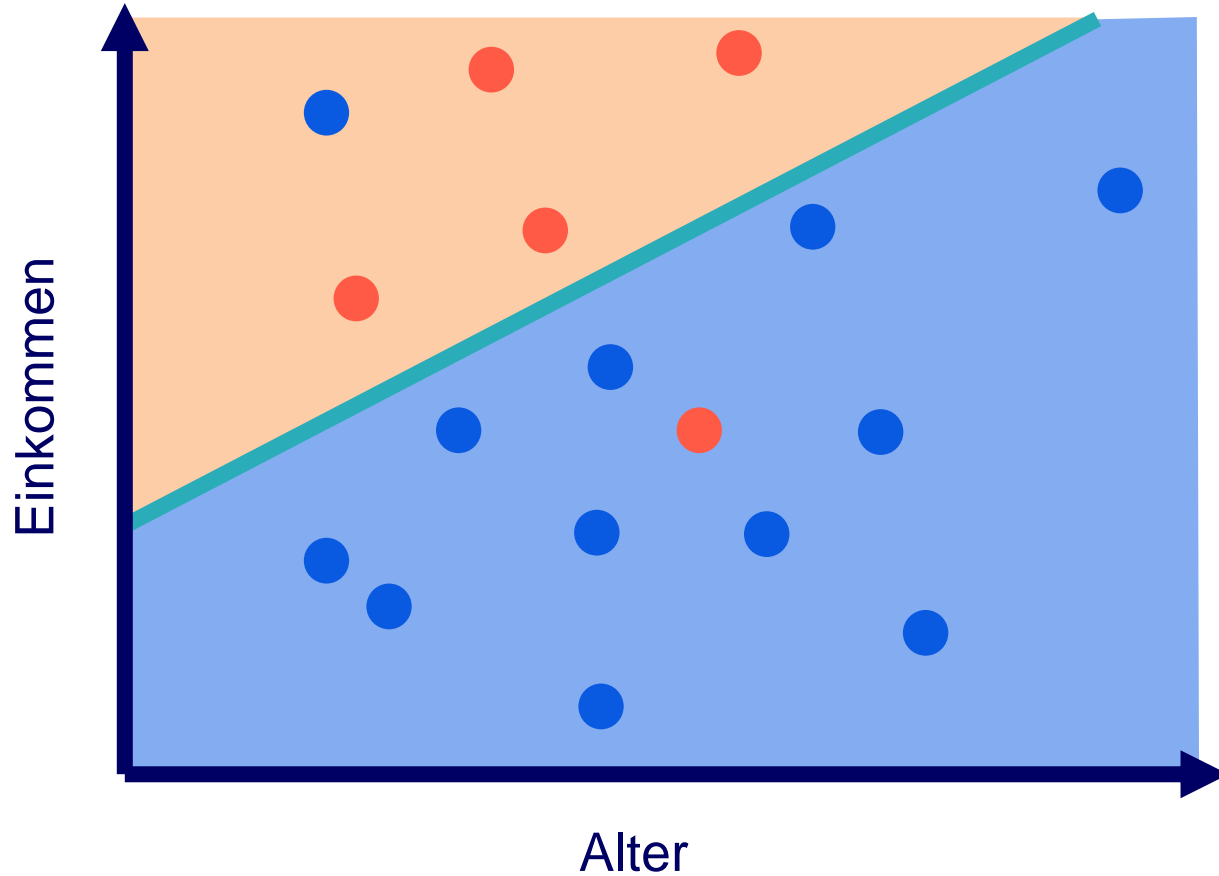
Ein Modell versucht, den Datenraum in affine und nicht affine Kunden aufzuteilen



Ein Modell versucht, den Datenraum in affine und nicht affine Kunden aufzuteilen

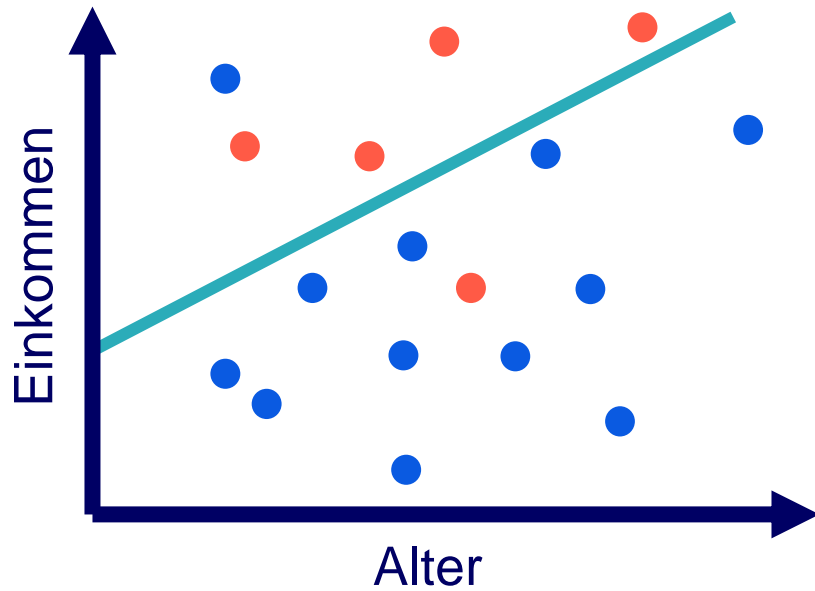


Ein Modell versucht, den Datenraum in affine und nicht affine Kunden aufzuteilen



Zum Lernen braucht ein Modell die richtigen Daten!

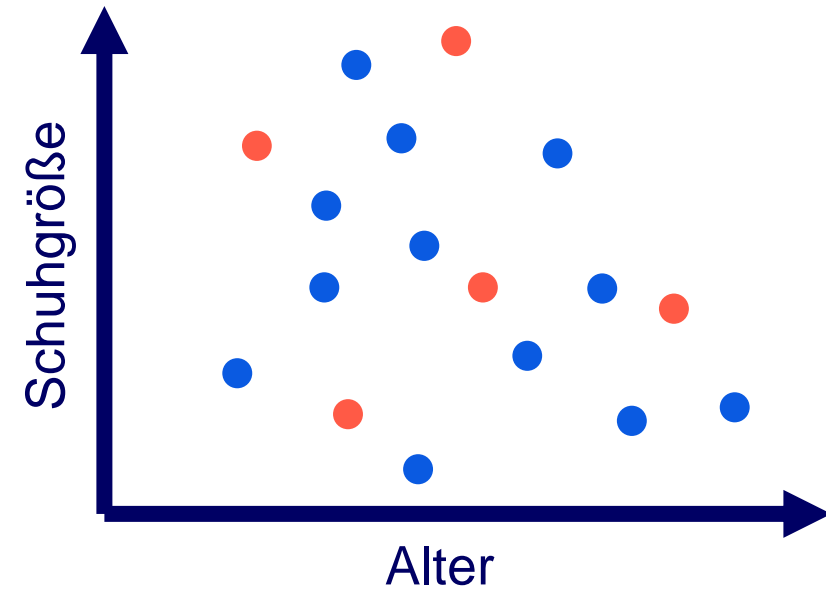
Man braucht die richtigen Daten!



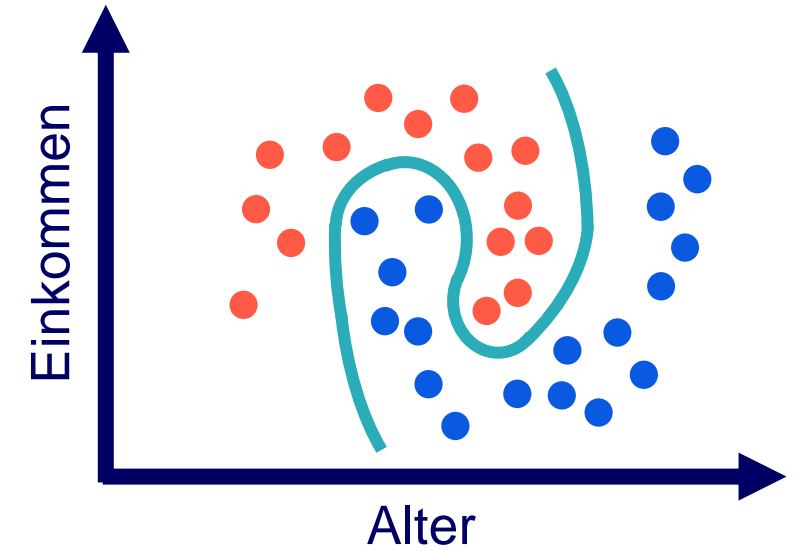
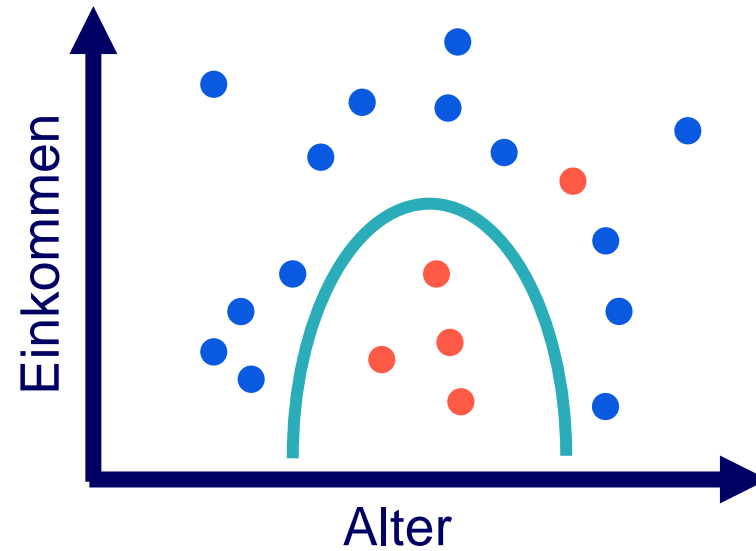
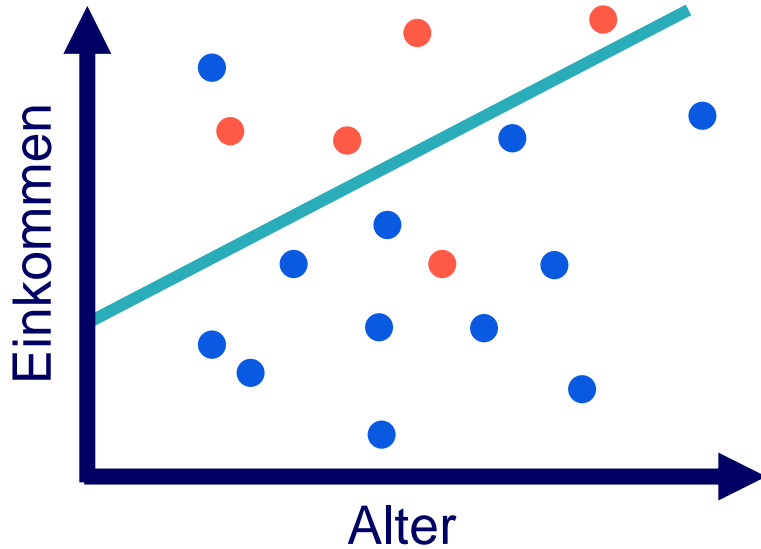
Fehlende Daten



Falsche Daten



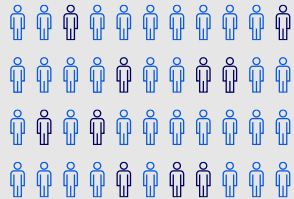
Einfach „Lineal anlegen und Strich ziehen“ reicht nicht aus – die echte Welt ist viel komplexer



Vor dem Einsatz muss das Prognosemodell die Muster lernen

Modell-Training

Historische Daten



Machine Learning
Algorithmus

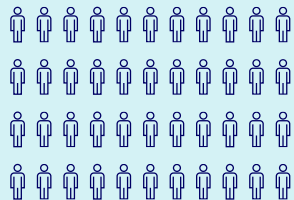


Prognosemodell

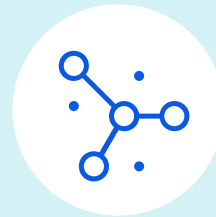


Einsatz in der Praxis

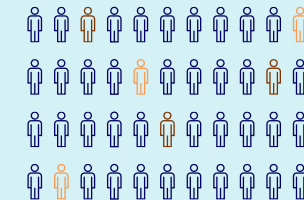
Neue Daten



Prognosemodell



Prognose Wahrscheinlichkeit
für Kauf



Inhalt

1. Was ist ein Modell?
2. Wie lernt ein Modell?
3. Grenzen und Möglichkeiten
4. Feedback Loop
5. Erfolgskennzahlen

Grenzen

Die Welt ist nicht schwarz-weiß

Modelle erzeugen keine
Abschlüsse

Dirty Data

Möglichkeiten

Entlastung im Vertrieb

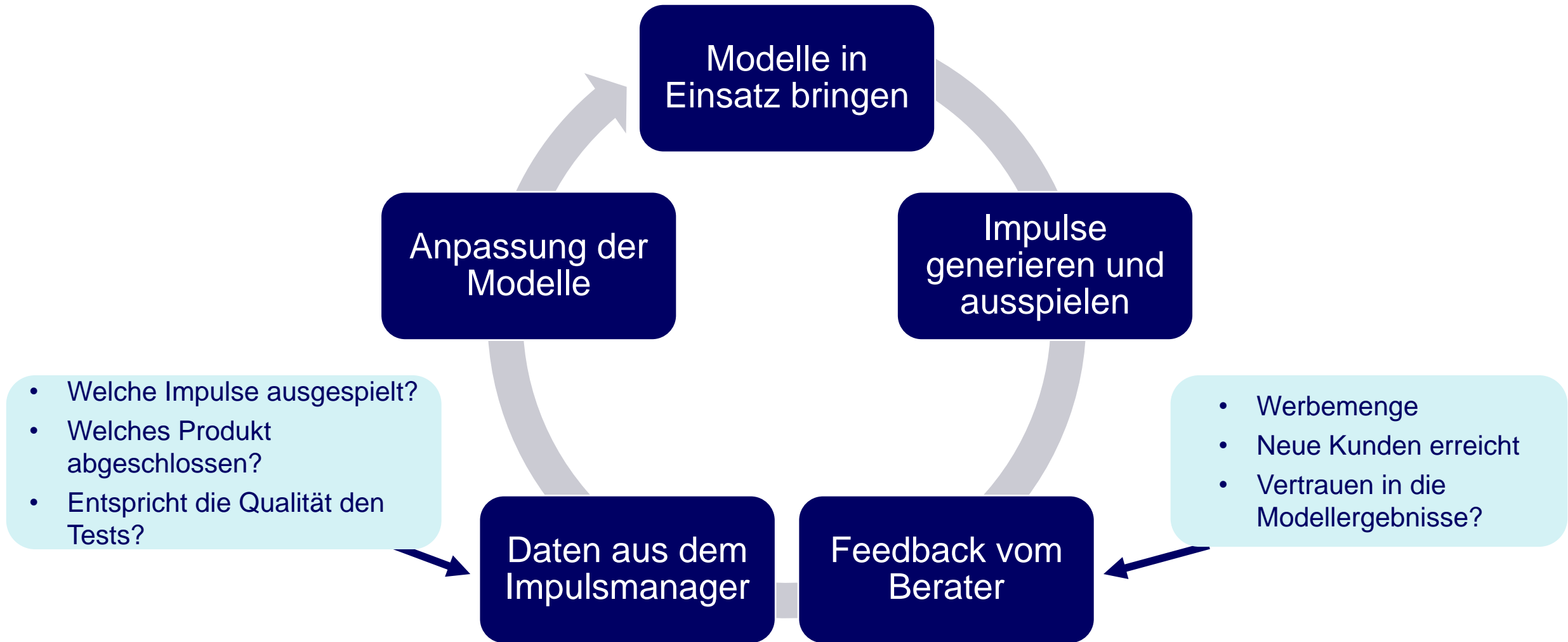
Effizienzsteigerung

Rechtssicherheit

Inhalt

1. Was ist ein Modell?
2. Wie lernt ein Modell?
3. Grenzen und Möglichkeiten
4. Feedback Loop
5. Erfolgskennzahlen


Aus Feedback lernen



Inhalt

1. Was ist ein Modell?
2. Wie lernt ein Modell?
3. Grenzen und Möglichkeiten
4. Feedback Loop
5. Erfolgskennzahlen

Erfolgskennzahlen der Pilotierung im BVR-Projekt

	Konsumentenkredit über das KSC	 59 % Terminquote	 33 % Abschlussquote
	Verschiedene Use-Cases über die Online-Kanäle	 +200 % Abschlussquote bei Kreditkarten  +75 % Abschlussquote bei Immobilienfinanzierung	
	Wertpapiere ansparen über die Beratungen	 +80 % Termine ¹	 +100 % Abschlüsse ¹
	Wertpapiere ansparen über die Beratungen	 39 % Terminquote	 49 % Abschlussquote
	Wertpapiere ansparen über die Beratungen	 32,5 % Terminquote	 18,5 % Abschlussquote
     			

1) Im Vergleich zu regelbasierter, herkömmlicher Kampagne; Quelle: Eigene Erhebungen Pilotbanken;

+ 10 weitere Genossenschaftsbanken

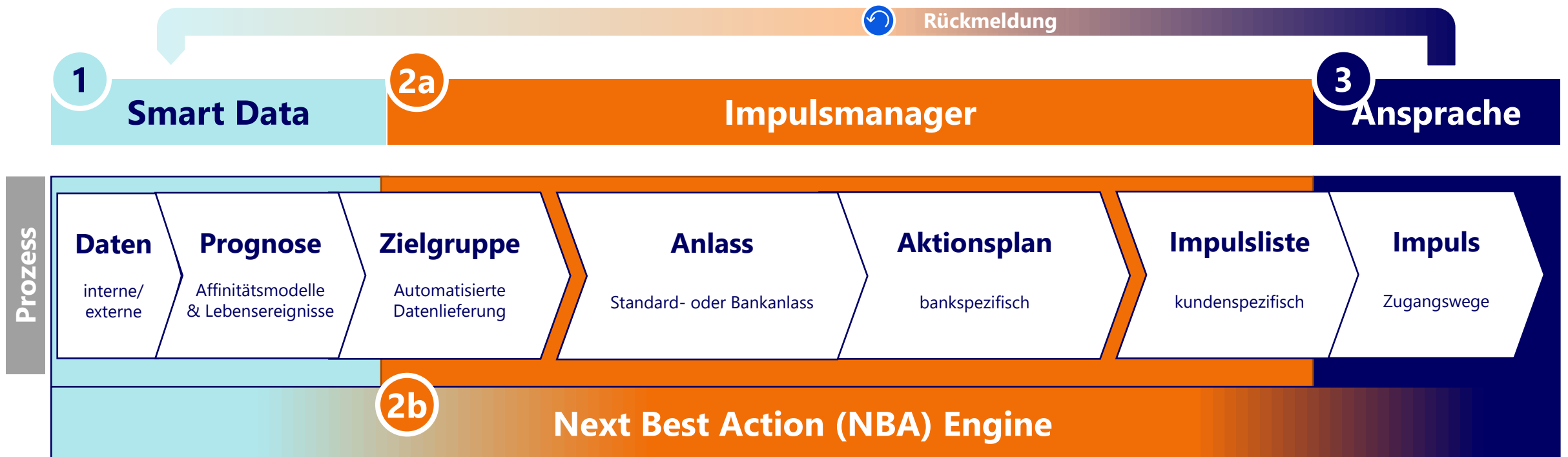
**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**



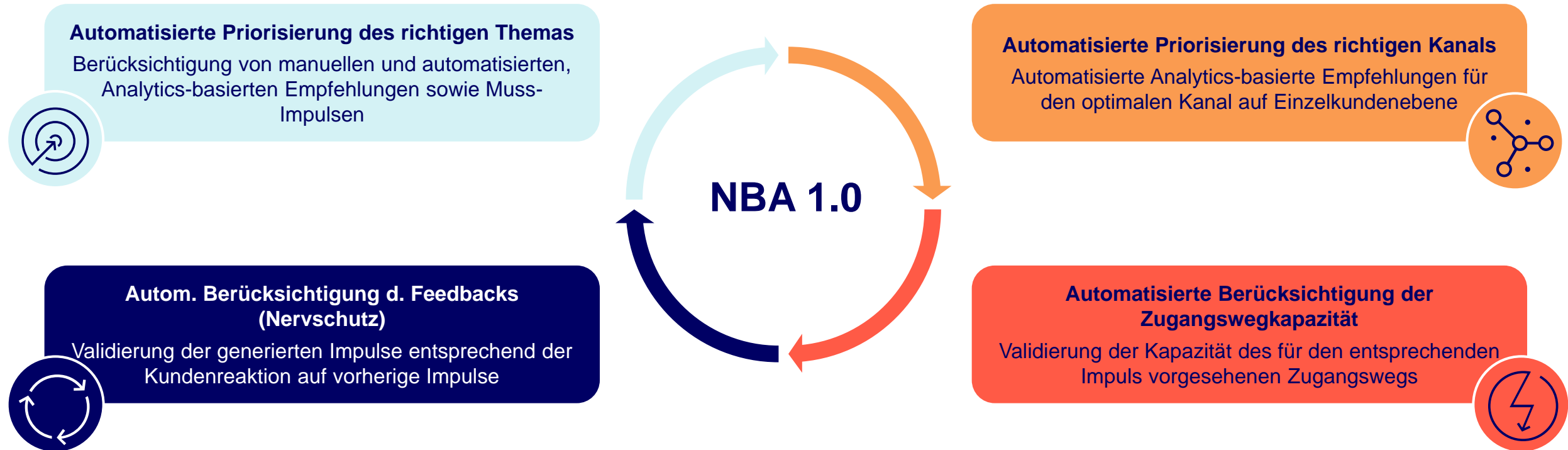
Impulsmanager: Next Best Action im Blick

Florian Glatt

Der Impulsprozess als zentraler Bestandteil der Omnikanalsteuerung



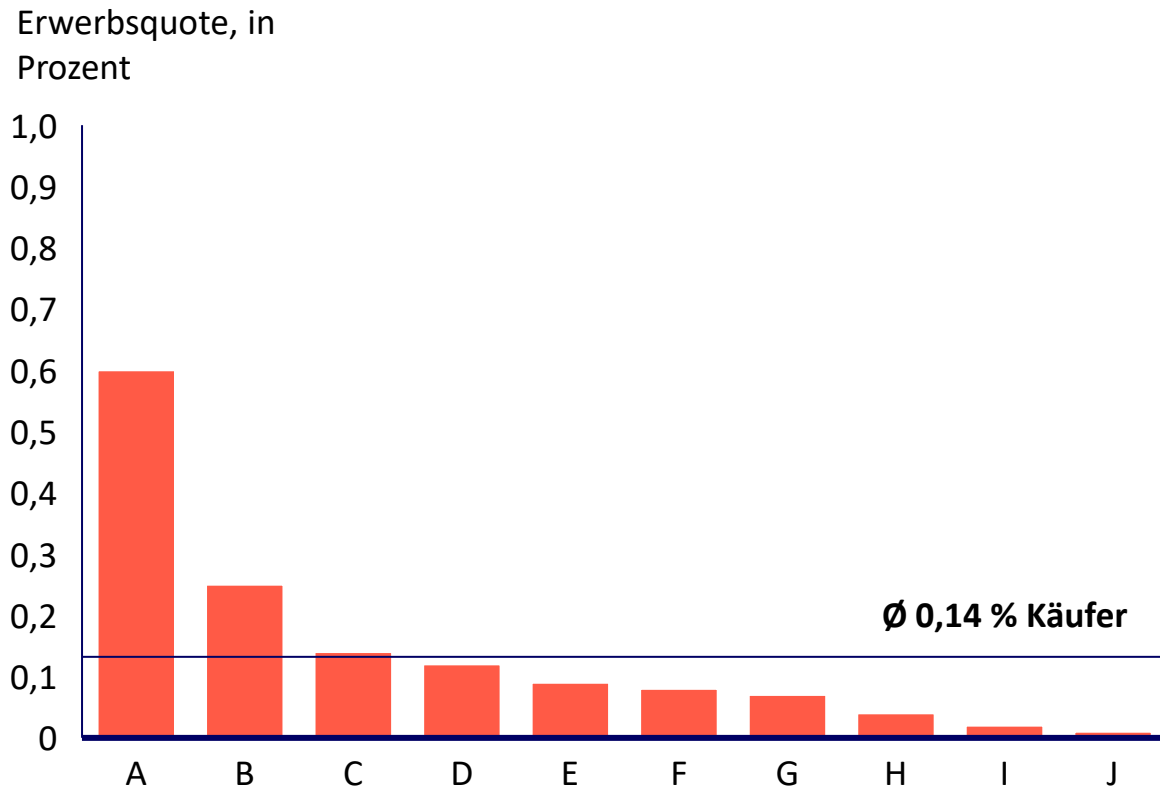
Der richtige Kunde zum richtigen Thema mit der richtigen Aktion zum richtigen Zeitpunkt auf dem richtigen Kanal



BDAP – Big Data Analytics Platform Erweiterungen

Optimierung und Standardisierung von Entwicklungsumgebung, Test/Monitoring, Zentrale Kundentabelle

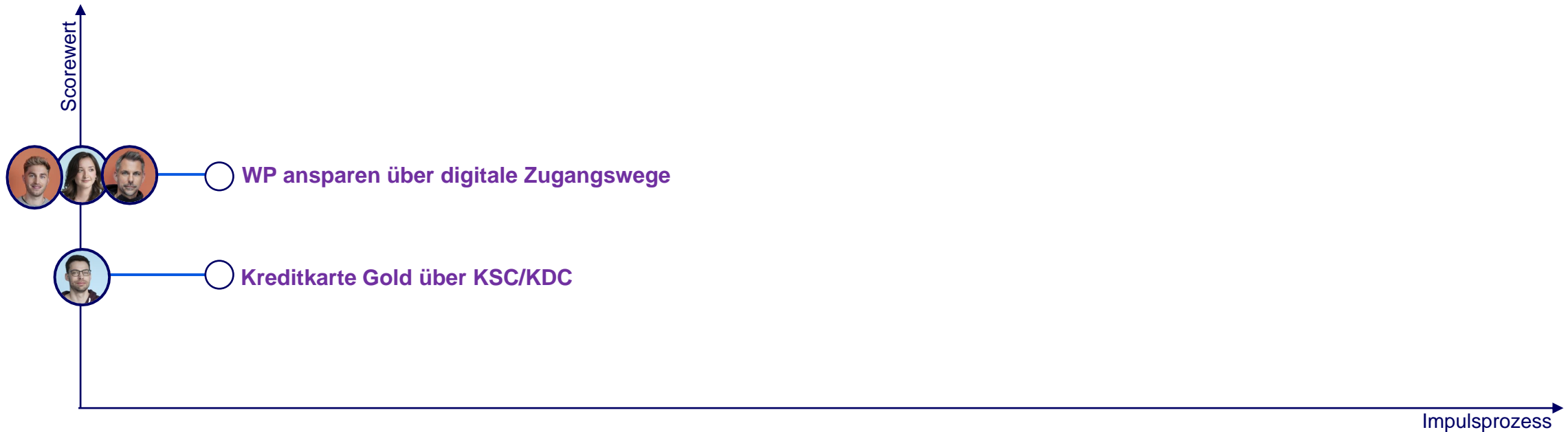
Die ersten drei Rangkategorien liegen über dem Durchschnitt



Jede Rangkategorie (A, B, C, ...) bildet **10 %** des analysierten Kundenbestands (Werbemenge) des Prognosemodells ab.



Berücksichtigung der Affinitäten 1/4



Anlassdefinition
Priorisierung der Themen

- Die Bank definiert im Impulsmanager die Priorität der einzelnen Anlässe für ihre eigenen Vertriebsziele



Philipp, Sarah und Tim sind in der Zielgruppe für Wertpapier ansparen



Florian ist in der Zielgruppe für Kreditkarte Gold



Berücksichtigung der Affinitäten 2/4

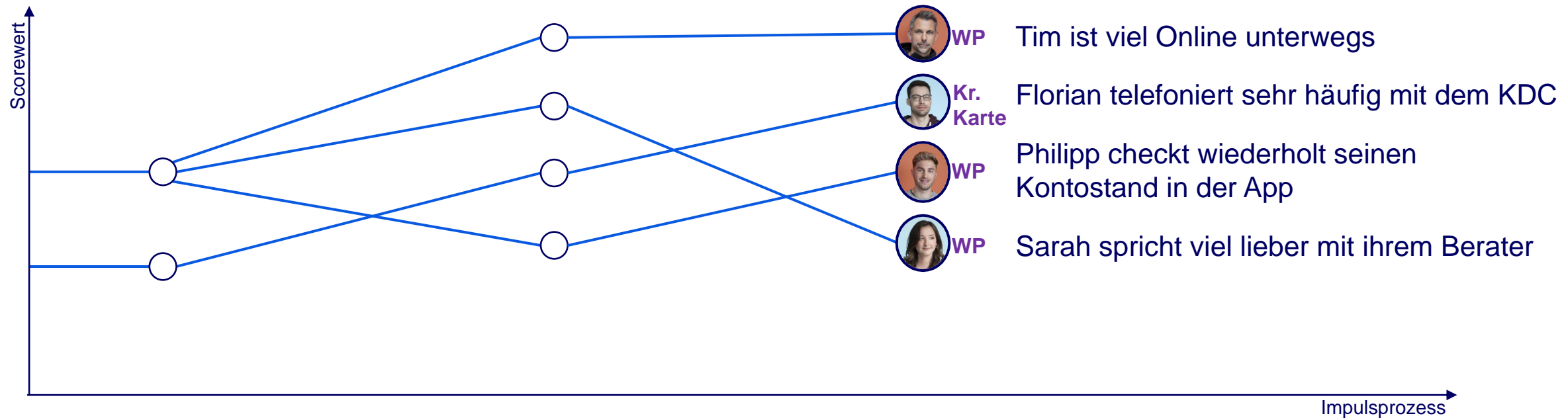


Anlassdefinition
Priorisierung der Themen

Affinitätsscore durch
das Prognosemodell

- Die Prognosemodelle aus Smart Data liefern zu jedem Kunden einen individuellen Affinitätsscore
- Dieser Affinitätsscore wird mit der Bankpriorisierung verrechnet

Berücksichtigung der Affinitäten 3/4



Anlassdefinition
Priorisierung der Themen

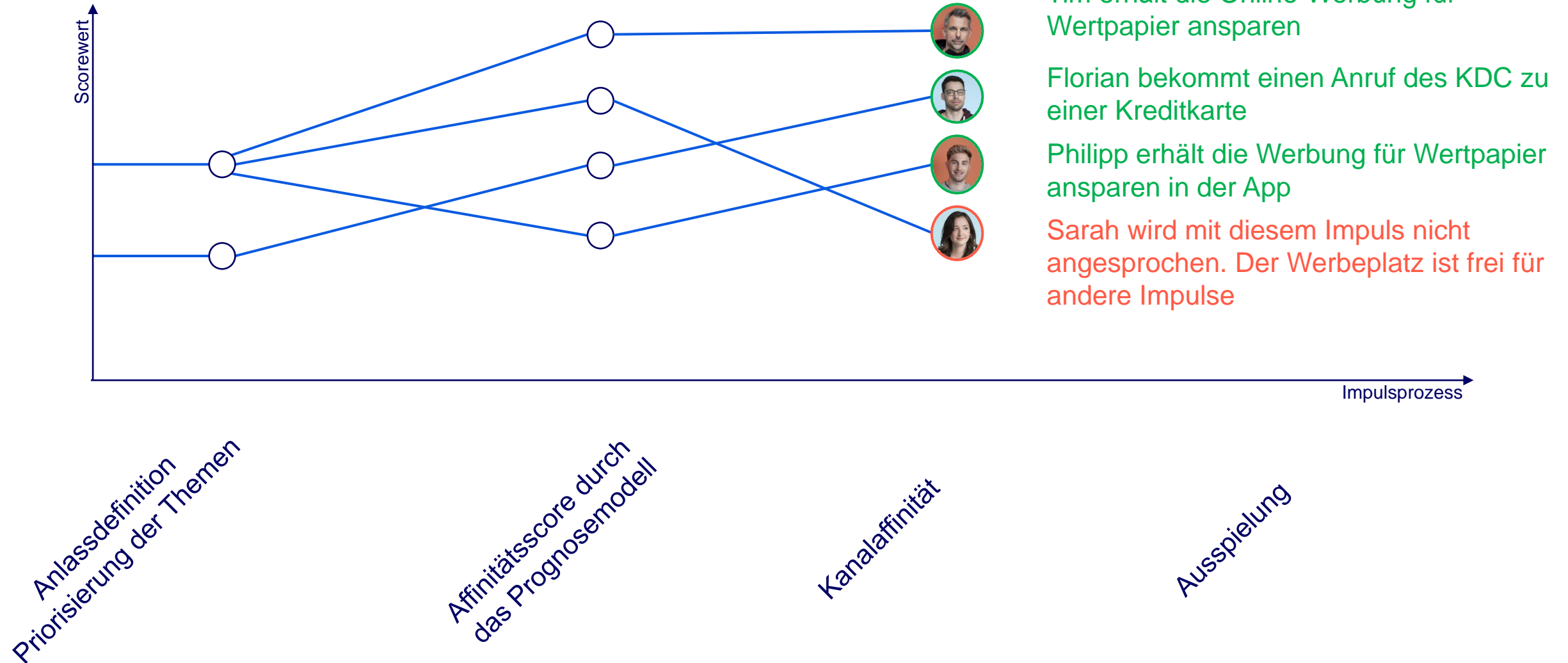
Affinitätsscore durch
das Prognosemodell

Kanalaffinität

- Definition im Impulsmanager:
 - Die Bank definiert für Wertpapiere einen Prozess über das VR Online Banking/App
 - Keine Berater-Integration
 - Kreditkarten sollen über das KDC angeboten werden
- Die Kanalaffinitäten werden mit der Bankpriorisierung und dem Affinitätsscore multipliziert



Berücksichtigung der Affinitäten 4/4



Ausblick Kontaktlimit

Impulsmanager • Anlässe

Anlass: Limitierung

Grundlagen Rollen **Aktionsplan**

Kontaktregel

Max. ... Impulse in ... Tagen

Kontakthäufigkeit limitieren

Max. Impulse * Impulse

Unlimitierte

Zeitraum * Tage

Unbeschränkte

Gesamtlimit an Kontakten pro Kunde, Anlass und Zeitraum

Impulsmanager

Zugangswege

Maximale Anzahl an Kontakten pro Tag und Kunde über den Zugangsweg. Muss-Impulse aus Muss-Anlässen oder Muss-Aktionen sind hiervon ausgenommen.

Zugangsweg	Kapazität	Kontaktlimit	Kontaktpause
Videotelefonie	Unlimitiert	Unlimitiert	Keine Pause
Co-Browsing	Unlimitiert	Unlimitiert	Keine Pause
Chat	Unlimitiert	Unlimitiert	Keine Pause
Agentur	Unlimitiert	Unlimitiert	Keine Pause
ePostfach	Unlimitiert	5 Kontakte ✕	7 Tage ✕
Postversand	33 Impulse ✕	1 Kontakt ✕	4 Tage ✕
Postversand oder ePostfach	Unlimitiert	Unlimitiert	Keine Pause

Maximale Anzahl an gestarteten Impulsen pro Zugangsweg

Pause ab dem letzten Kontakt pro Kunde und Zugangsweg

Unsere Unterstützungen für Sie

Belinda Doll & Guido Stemmler

Möglichkeiten der Umsetzung



Eigenregie

- Smart Data Community & useIT
- Leitfäden, Tutorials, Berichte und Vorlagen
- Informationen und Standards zur selbstständigen Bearbeitung



Lernreise

- Qualifizierungsmaßnahmen
- Kompakt- und Standardangebote
- gemeinsame Einführung
- Retrospektive und Community – im Austausch mit Banken über den Zeitraum der Einführung –



Beratung

- Standortbestimmung
- Fachliche, rechtliche und technische Implementierung der Prognosemodelle
- Review und Erfolgsmessung

ATRUVIA



bwgvakademie.

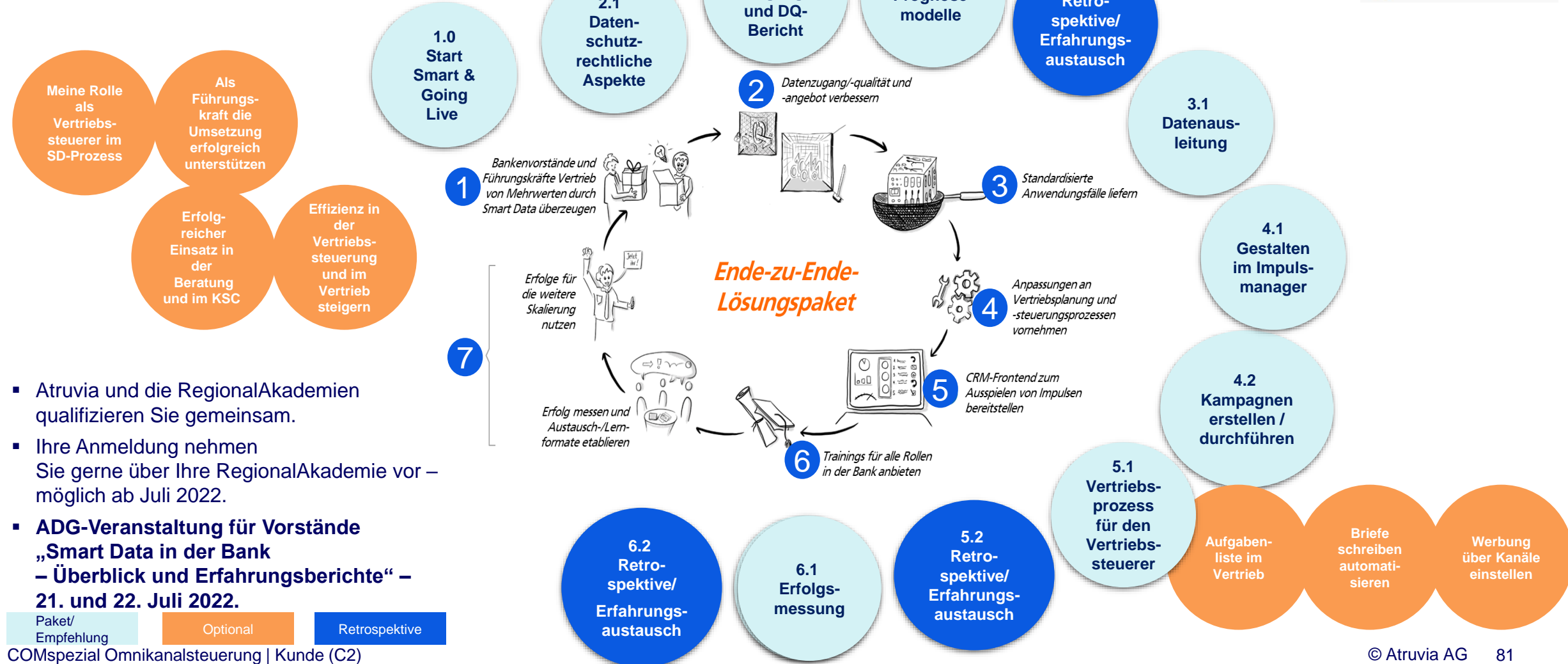


Qualifizierungen zur Einführung von Smart Data

- Eine Lösung aus einer Hand -

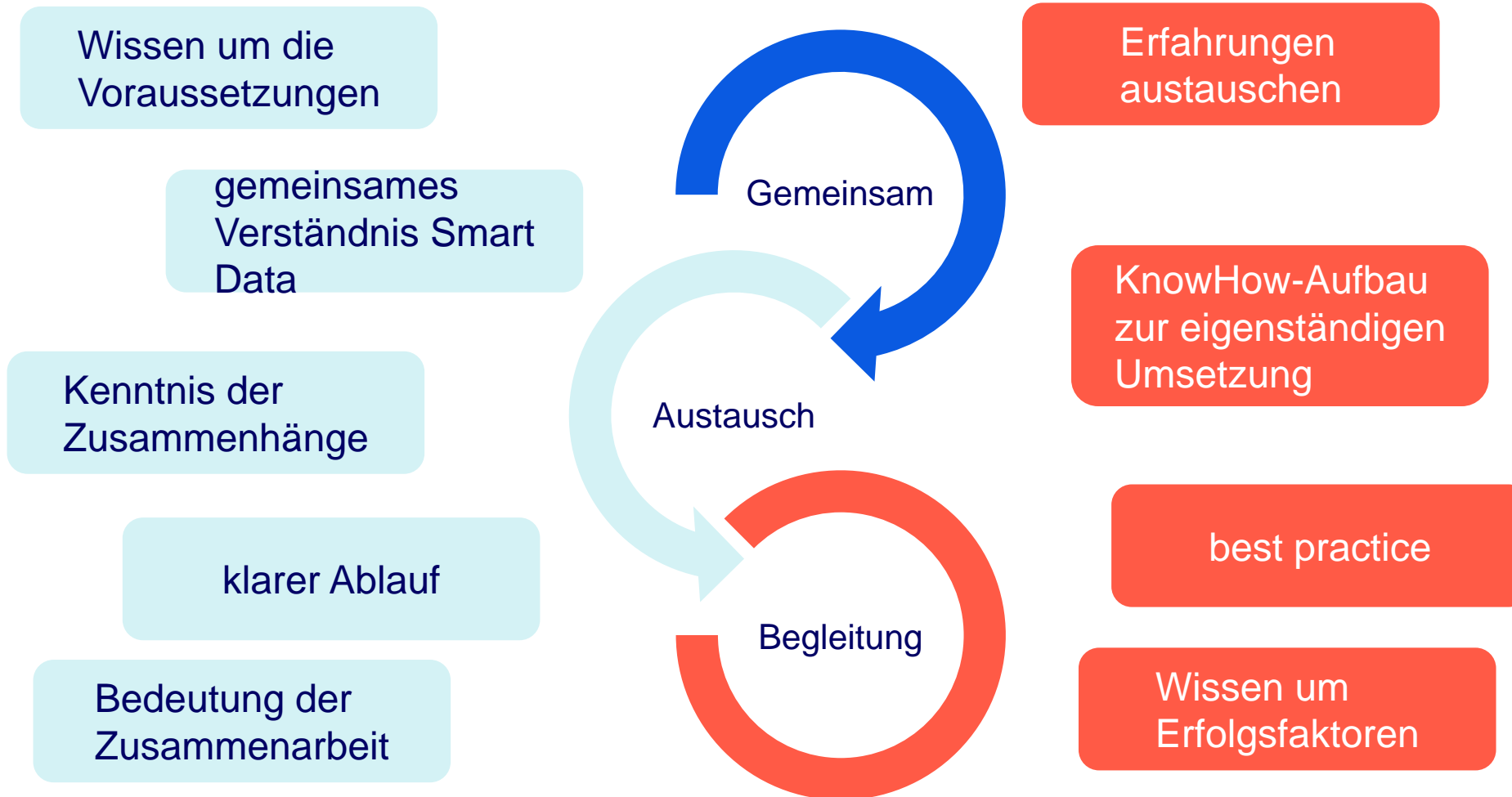
Stand: 28.06.2022

Smart Data zur Wirkung bringen – Unser gemeinsames Qualifizierungskonzept für Ihre Lernreise



- Atruvia und die RegionalAkademien qualifizieren Sie gemeinsam.
- Ihre Anmeldung nehmen Sie gerne über Ihre RegionalAkademie vor – möglich ab Juli 2022.
- **ADG-Veranstaltung für Vorstände „Smart Data in der Bank – Überblick und Erfahrungsberichte“ – 21. und 22. Juli 2022.**

Was bringt die Lernreise für meine Bank



Nutzen Sie unsere Lösung aus einer Hand!

- Nehmen Sie Ihre Anmeldungen bei ihrer zuständigen RegionalAkademie vor.
- Wir empfehlen die Buchung des Gesamtpaketes der 9 Webinare und melden Sie gleichzeitig drei Teilnehmer an, denn damit verbunden ist die kostenlose Teilnahme an den Retrospektiven.
- Der Preis für einen Teilnehmer am Gesamtpaket beträgt 2.191 €.
- Die 9 Webinare des Paketangebotes als auch die 7 optionalen Webinare sind auch einzeln buchbar zu Preisen zwischen 199 € und 359 €.
- Erster Durchlauf startet im September 2022.



ATRUVIA

bwgv

GVB

Genossenschaftsverband
Weser-Ems e.V.

AWADO
Vertriebsberatung

Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken

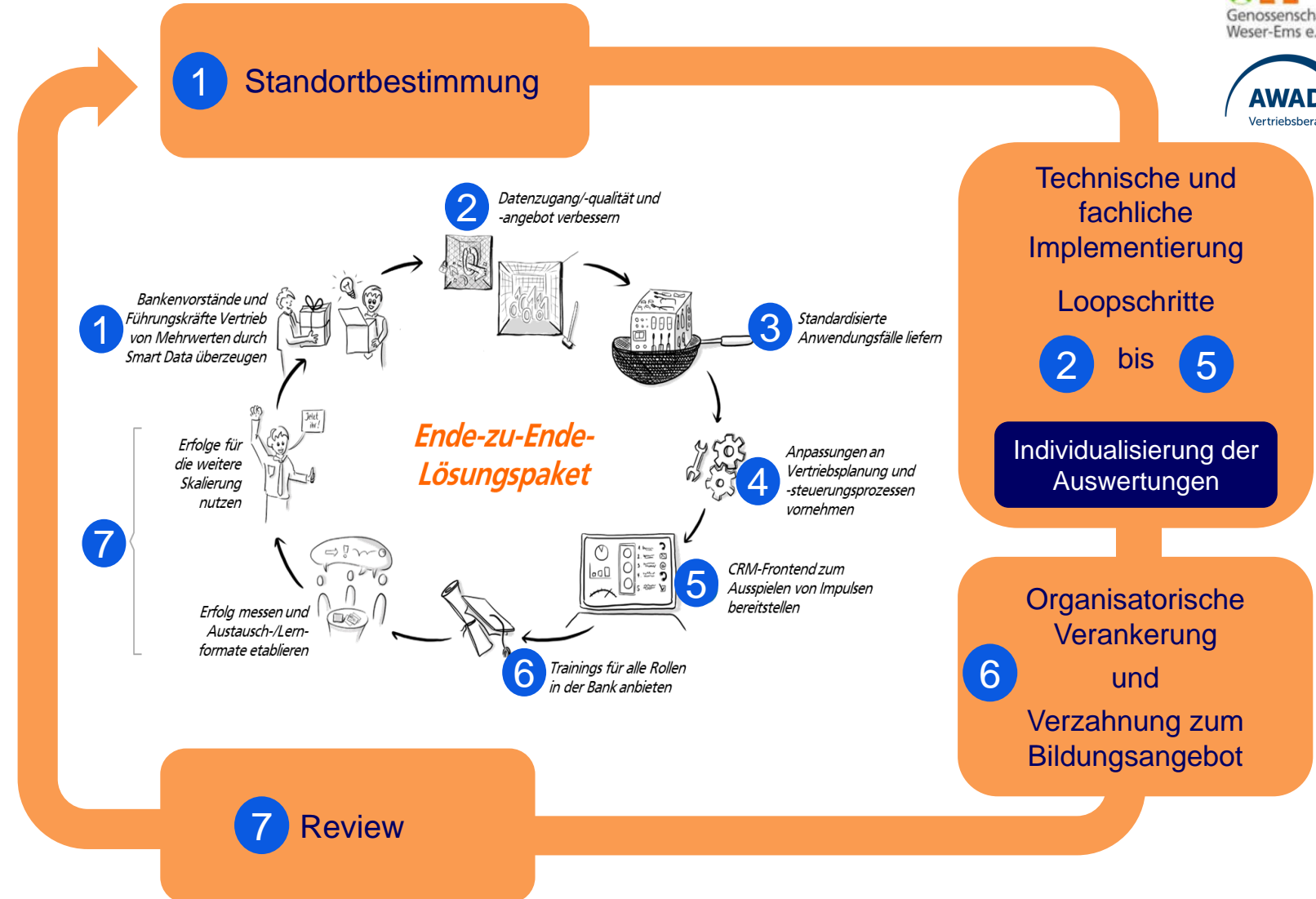
Beratungsunterstützung zur Einführung von Smart Data

- Eine Lösung aus einer Hand -

Stand: 28.06.2022

Smart Data in Wirkung bringen – Unser gemeinsames Beratungskonzept für Ihren Erfolg

- Alles aus einer Hand – Die Regionalverbände und Atruvia beraten Sie gemeinsam!
- Profitieren Sie bei der Einführung von Smart Data von unseren vereinten Kernkompetenzen!
- Ein Angebot für die Beratung erhalten Sie über Ihren Account-Manager von Atruvia oder des Regionalverbandes.
- Der Projektstart ist ab Juli 2022 möglich.



Paket Optional

Unser gemeinsames Beratungsangebot im Überblick

- Die Berater von Atruvia und Ihres Verbandes bzw. der AWADO Vertriebsberatung unterstützen Sie gemeinsam vor Ort bei der Einführung von Smart Data. Von der Standortbestimmung über die Einführung bis zum Review liefern wir Ihnen die Beratung aus einer Hand.
- Das gemeinsame Beratungspaket umfasst dabei folgende Leistung:
 - eintägiger Workshop zur Standortbestimmung (vor Ort bei Ihnen oder virtuell)
 - Halber Tag Projekt-Kickoff (vor Ort bei Ihnen oder virtuell)
 - Fachliche und technische Implementierung
 - Rechtlich Bewertung
 - Projekt-Review (virtuell)
- Paketpreis:

bis 500 Mio. € Bilanzsumme	13.650 EUR netto
bis 2 Mrd. € Bilanzsumme	15.650 EUR netto
bis 5 Mrd. € Bilanzsumme	17.650 EUR netto
- Ergänzende Beratungsleistungen bietet Ihnen Ihr Beraterteam aus Atruvia und der regionalen Beratungseinheit des Verbandes bzw. der AWADO Vertriebsberatung gemeinsam gerne an.

 **ATRUVIA**

bwgv

GVB 


Genossenschaftsverband
Weser-Ems e.V.


AWADO
Vertriebsberatung

Viel Spaß bei den Infoständen!

Davor laden wie Sie herzlich zum gemeinsamen Mittagessen ein.



Back up: Impulsmanager Unterstützungsangebote

Impulsmanager-Sprint-Beratung



Impulsmanager-Sprint-Beratung

Der Weg zum Erfolg – Das Projekt

Tag 1

- Aufarbeitung Status Quo Ihrer Bank
- Leistungsübersicht Impulsmanager
- Ausblick auf die zukünftigen Ausbaustufen im Impulsmanager
- Definition der Projektziele
- Festlegung der Arbeitsschritte

Tag 2

- Administrative Anpassung und Änderungen
- Optimierung der Vertriebskanäle
- Kampagnengestaltung

Tag 3

- Einführung in agree21Vertriebserfolg, agree21VKNA und agree21IDA-Impulsmanager
- Zielcheck Tag 1
- Definition der weiteren Vorgehensweise



agree21 VM-/Impulsmanager-Outsourcing

agree21 VM-/Impulsmanager-Outsourcing

Der Projektablauf im Detail

Projekt Kick-off <ul style="list-style-type: none">▪ Klärung der Grundlagen- und Rahmenbedingungen	Prozessanalyse <ul style="list-style-type: none">▪ Ermittlung der Ausgangssituation	Konzepterstellung <ul style="list-style-type: none">▪ Definition strategischer Fragestellungen	Umsetzung <ul style="list-style-type: none">▪ Umsetzung der optimierten Prozesse
Pilotphase <ul style="list-style-type: none">▪ Abnahme der Signale	Vermarktung <ul style="list-style-type: none">▪ Interne und externe Vermarktung des neuen Leistungsumfangs	Überführung in den Regelbetrieb <ul style="list-style-type: none">▪ Abschaltung Alt-System▪ Start Outsourcing Regelbetrieb	Kontinuierlicher Verbesserungsprozess <ul style="list-style-type: none">▪ Jahresgespräch

Die Investition in ein Outsourcing von agree21VM-/Impulsmanager Ihrer Bank ist vor allem eine strategische Entscheidung.

agree21VM-/Impulsmanager	Investitionen
Vorprojekt zzgl. Qualifizierung relevanter Mitarbeiter	einmalig ab 7.000,00 Euro*
Laufender Betrieb	monatlich ab 400,00 Euro*

*Preise zzgl. Mehrwertsteuer

— Impulsmanager-wirkungsvoll einsetzen-Beratung



Impulsmanager-wirkungsvoll einsetzen-Beratung

- Erstellung von gemeinsamen Konzepten zur Vertriebsausrichtung auf den Kanälen des Impulsmanagers.
- Strategische Planung und Ausrichtung unter Berücksichtigung der jeweiligen Publication.
- Nutzenintensivierung/Neuerungen agree21 Vertriebsmanagement und Begleitung bei Umstellung sowie der Integration des Impulsmanagers.
- Technische Umsetzung der Publication in agree21 und der Omnikanalplattform direkt mit den Verantwortlichen für den Impulsmanager.
- Planung und Konzeptionierung von NextBestAction.



Impulsmanager-wirkungsvoll einsetzen-Beratung

- Aktualisierung/Überarbeitung aller Vertriebsanlässe und Definition der technischen Einstellungen.
 - Berücksichtigung von NextBestAction.
- Know-how-Aufbau im Live-Umfeld der Bank.
- Einweisung in das OMS-Portal und Umsetzung von Vorlagen für Mailings per Brief und ePostfach.
- Einweisung in die Vorlagenerstellung von weiteren Zugangswegen (z. B. E-Mail, KIM ...) auf Basis der Entwicklungen.
- IDA-Umsetzungsworkshops zur Vermittlung von technischem Know-how.
- Aufbau/Konzeption Standardberichtswesen über die agree21-Analysesysteme.



Dauer und Rhythmen

- Ab Projektstart findet die Begleitung 2 Jahre statt.
- Die Begleitung findet Hybrid statt.
 - Präsenz in der Bank vor Ort.
 - Digital per Microsoft-Teams.
- Der Terminrhythmus nach der Schaffung der Grundlagen richtet sich nach den Publication.
- Mindestens 1x monatlich findet ein Termin statt.



Investitionsübersicht

Impulsmanager-wirkungsvoll einsetzen-Beratung	Investition
Alle oben genannten Inhalte und gemäß Leistungsschein/Angebot	25.000.- Euro p. a. netto



Impulsmanager-Beratung



Impulsmanager-Beratung

- Für individuelle Beratungen sprechen Sie Ihr Account-Management an.
- Gerne unterbreiten wir Ihnen ein auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot.
- Die Inhalte und der Umfang werden mit dem Account-Management und der Beratung bankindividuell abgestimmt.



Ansprechpartner ATRUVIA KPCVGP



Matthias Kleinrahm

Mobil +49 151 649 62 781

matthias.kleinrahm@atruvia.de



Paul Florian Härter

Mobil +49 170 330 41 06

paul.florian.haerter@atruvia.de



Roland Reckert

Mobil +49 152 090 95 700

roland.reckert@atruvia.de

Möglichkeiten der Umsetzung



Eigenregie

- Smart Data Community & useIT
- Leitfäden, Tutorials, Berichte und Vorlagen
- Informationen und Standards zur selbstständigen Bearbeitung



Lernreise

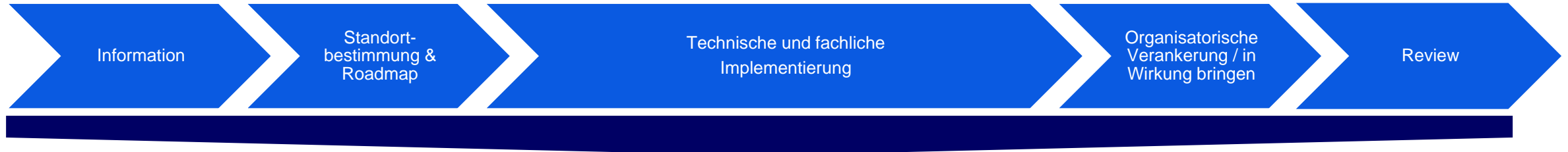
- Qualifizierungsmaßnahmen
- Kompakt- und Standardangebote
- gemeinsame Einführung
- Retrospektive und Community – im Austausch mit Banken über den Zeitraum der Einführung –



Beratung

- Standortbestimmung
- Fachliche, rechtliche und technische Implementierung der Prognosemodelle
- Review und Erfolgsmessung

Smart Data in Eigenregie in Ihrem Haus verankern



Hilfreiche Quellen:

- [agree21Community Smart Data](#)
- [useIT](#)
PW: useit2020!
- [Change-Navigator](#)
- [Grundlagen und Potenziale](#)
- [Potenzialkalkulator](#)
- [BVR-Extranet](#)

Ergebnis:

- Sie kennen den aktuellen Stand der Entwicklung sowie das Zielbild.
- Alle relevanten Infoquellen sind Ihnen bekannt.

Hilfreiche Quellen:

- [Selbstcheck Smart Data](#)
- [Best-Practice Impulse anderer Häuser](#)
- [10 Grundvoraussetzungen für Smart Data](#)

Ergebnis:

- Sie kennen die Ausgangslage Ihres Hauses.
- Sie haben den DQ-Bericht ausgeführt.
- Sie haben eine klare Idee, wie Sie vorgehen werden.

Hilfreiche Quellen:

- [Projektstrukturplan](#)
- [Beschreibungen Use Cases Privat- und Firmenkunden](#) – dort finden Sie auch die rechtliche Bewertung, Ansprache-Leitfäden und Marketingmaterial für jeden Use Case

Ergebnis:

- Sie verstehen, wie die Anwendungsfälle gebaut sind und können die Ergebnisse überprüfen.
- Die Use Cases machen, was sie machen sollen.
- Sie erzielen erste Erfolge mit den Prognosemodellen und die Vertriebsmitarbeiter stehen den Anwendungsfällen positiv gegenüber.

Hilfreiche Quellen:

- [Schulungen für verschiedene Mitarbeitergruppen](#)
- [Change-Navigator](#)
- [Digitale Fitness der Mitarbeiter](#)

Ergebnis:

- Ihre (Vertriebs-) Mitarbeiter sehen Smart Data als Chance.
- Ihre (Vertriebs-) Mitarbeiter sind digital fit und nutzen die digitalen Lösungen des Verbunds selbst.

Hilfreiche Quellen:

- [Werkzeugkasten für Entscheider](#)
- [Best-Practice Impulse anderer Häuser](#)
- [Smart Data Mentoren](#)

Ergebnis:

- Ihre Maßnahmen haben Wirkung erzielt und das ist klar messbar.
- Sie machen sich auf zur nächsten Station Ihrer Roadmap.