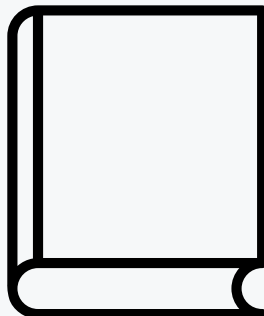
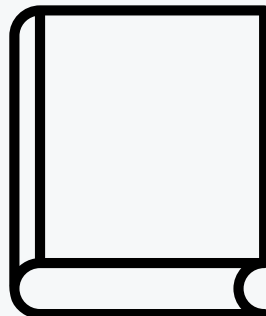
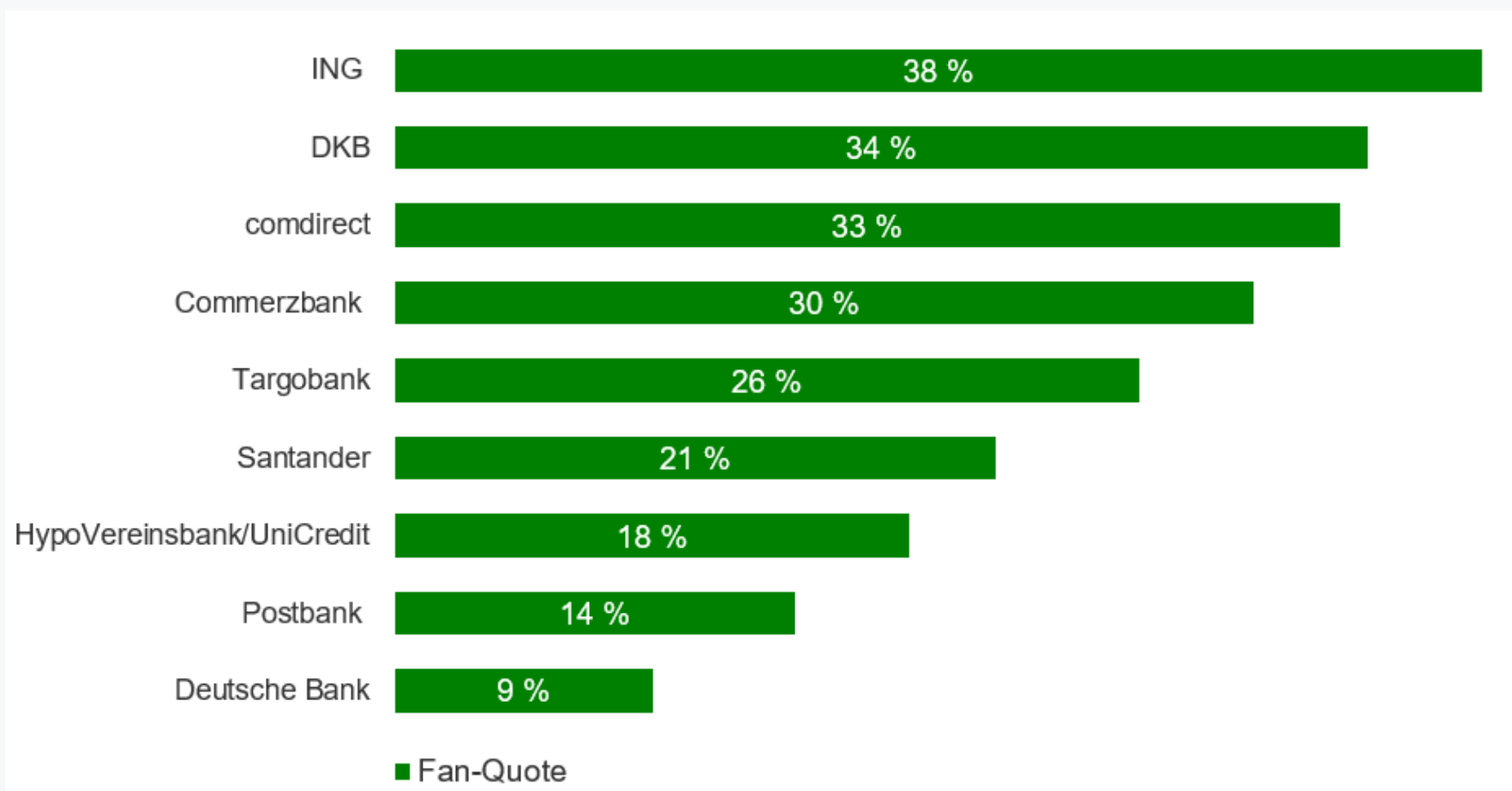



ING 

So geht fokussierter Kundenkontakt

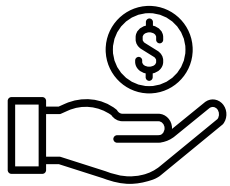


Die ING hat die **beste** Fan-Quote der Banken in **Deutschland!**



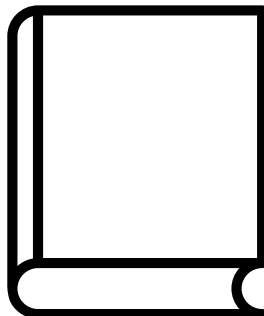


Als Direktbank hat die ING keinen persönlichen Kundenkontakt in der Filiale



Kunden wurden oft mit Zinsvorteilen geworben - solche Kunden agieren meist eher wie Söldner - sie suchen nach dem besten Angebot.

Wieso ist die Fan-Quote trotzdem so gut?



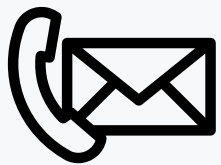


Bedürfnisse

Die ING hat die Kundenbedürfnisse erkannt und sich perfekt darauf fokussiert:



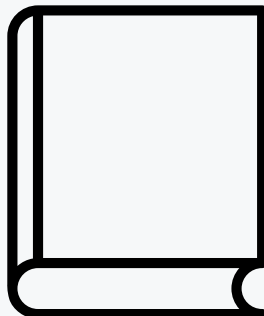
Kunden der ING bringen oft ein breites Grundwissen mit - sie brauchen und wollen keine aufwendige Vor-Ort-Beratung.



Die Kunden wollen selbst entscheiden, ob und wann sie mit der Bank in Kontakt treten



Wenn Kontakt initiiert wird, soll das Anliegen schnell und effektiv gelöst werden.





Leistung

Der Kontakt ist perfekt auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet:



Ist ein Anliegen nicht online lösbar, ist die Telefonhotline 24/7 erreichbar.



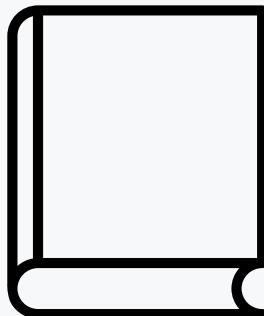
Schnelle Hilfe ist das Ziel: Mindestens 95% der Anrufe sollen entgegengenommen werden, 80% innerhalb von 20 Sekunden!



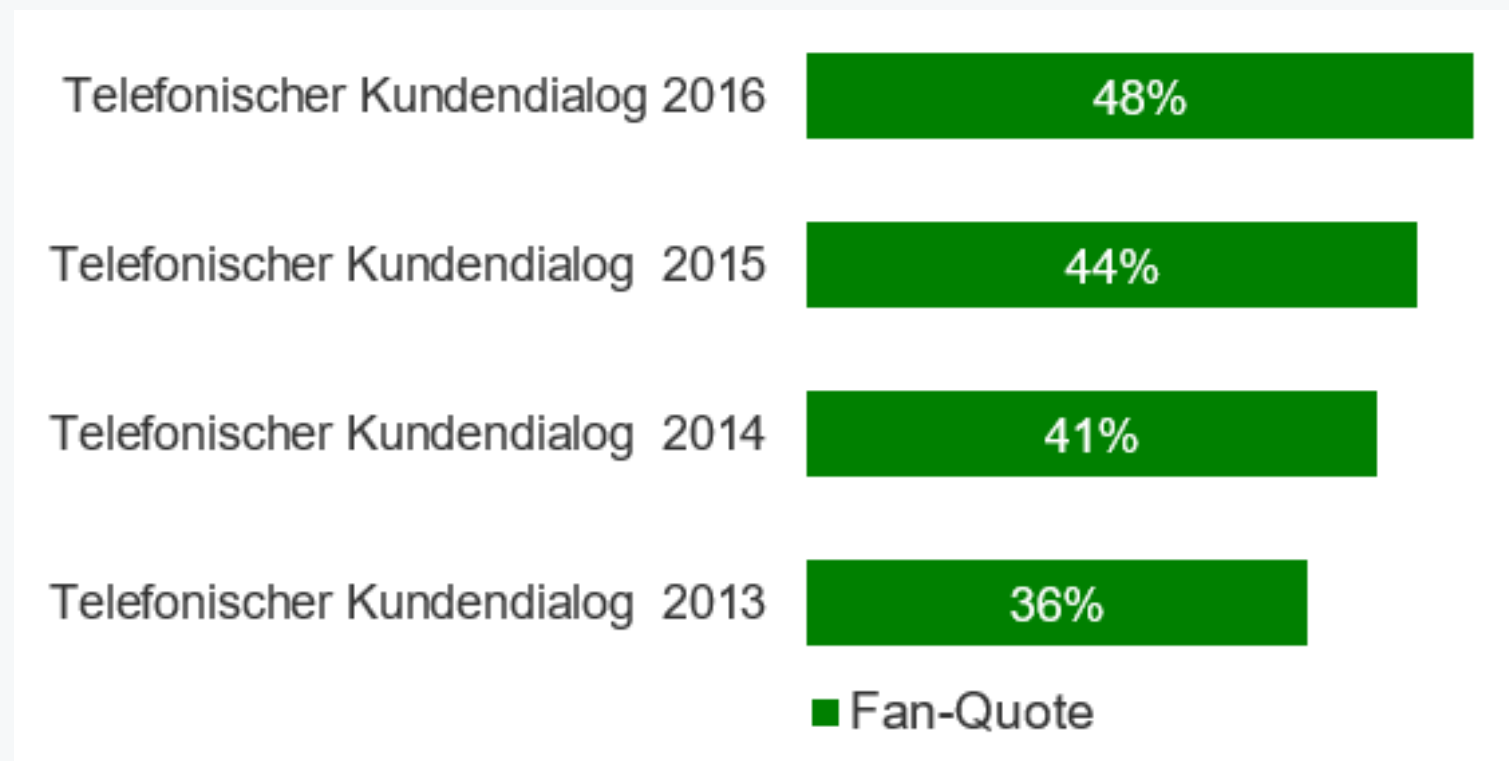
An den Telefonen sitzt kein externes Callcenter, sondern eigene Mitarbeiter, die nach Kundenorientierung ausgewählt werden.



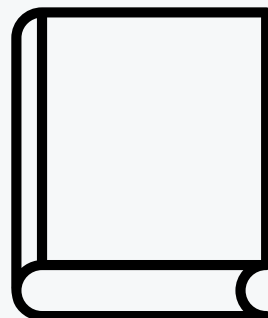
Es gibt keine produktivitätsorientierte Sanktionierung! Gemessen wird nicht die Länge der Gespräche, sondern das Feedback der Kunden.



Ergebnis



Durch die Maßnahmen ist die Fan-Quote unter Anrufern der telefonischen Kundenberatung deutlich gestiegen!



Mehr im Buch

