



Q_PERIOR Trendumfrage Herbst 2012: Kundenorientierung in der Finanzbranche

Finanzbranche vernachlässigt Monitoring der Kundenorientierung

Kundenorientierung genießt in der Finanzbranche weiterhin einen sehr hohen Stellenwert. Dies signalisiert die inzwischen vierte Trendumfrage zu diesem Thema. Danach geht mit 93,3Å % eine nahezu unverändert deutliche Mehrheit der Befragten von einer signifikanten Steigerung der Kundenbindung aus. Dennoch nimmt die strategische Bedeutung dieses Managementansatzes im Vergleich zum Vorjahr deutlich ab, wenn es um die Entwicklung von Unternehmens- und Ressortstrategien im eigenen Unternehmen geht. Trotz einer unter dem Strich leicht positiveren Grundeinschätzung zum bisher Erreichten spielt Kundenorientierung bei der weiteren Ausgestaltung der Industrialisierung wieder eine eher untergeordnete Rolle.

Florian Lang, Partner bei Q_PERIOR und Leiter der Studie kommentiert: "Diese Einschätzungen sind ein Hinweis darauf, dass bei anstehenden Prozessoptimierungen 2012 wieder verstärkt Kosten- und Ertragsgesichtspunkte eine Rolle spielen." Andererseits werden die Komplexität der Prozesse sowie starre Strukturen und Abteilungsdenken von einer klaren Mehrheit der Teilnehmer als sehr hohes bzw. hohes Hindernis für einen deutlichen Ausbau der Kundenorientierung im eigenen Unternehmen gesehen. Besonders gravierend sind außerdem die Hemmnisse, die die Teilnehmer weiterhin im Bereich der Führung sehen. Mit 26,9Å % sind erheblich mehr Teilnehmer als im Vorjahr der Meinung, dass der Nutzen einer ausgeprägten Kundenorientierung von der Führungsmannschaft infrage gestellt wird. 28,2Å % bemängeln eine fehlende Veränderungsbereitschaft der Fachebenen in Richtung Kundenorientierung. Lang gibt zu bedenken: "Das Ergebnis signalisiert zusammenfassend einen weiterhin hohen Bedarf an noch zu leistender Aufklärungsarbeit über den Sinn kundenorientierten unternehmerischen Handelns."

Weit gravierender ist nach seiner Einschätzung, dass den meisten Unternehmen der Finanzbranche eine Gesamtsicht auf die tatsächlichen Einflussgrößen der Kundenorientierung fehlt. Nach den Ergebnissen der Trendstudie fließen längst nicht alle Indikatoren, die für die Gesamtbeurteilung des aktuellen Kundenorientierungsgrades erforderlich sind, in ein Monitoringsystem ein. Auch in Bezug auf die Frage, welche Indikatoren regelmäßig und explizit gemessen werden, zeigen die Befragungsteilnehmer mit Blick auf das eigene Unternehmen Zurückhaltung: So wird beispielsweise die Reklamationsquote nur von 39,0Å % sowie die Cross- und Up-Selling-Quote von 26,0Å % der Unternehmen regelmäßig erfasst und interpretiert. Die Kontaktfrequenz berücksichtigt ebenfalls nur gut jedes vierte Unternehmen regelmäßig für die Beurteilung des Kundenorientierungsgrades. Klaus Leitner, Partner bei Q_PERIOR kommentiert: "Die Ergebnisse der Trendstudie offenbaren einen erheblichen Handlungsbedarf im Bereich der operativen Steuerung: Um Kundenorientierung kontinuierlich auszubauen, benötigen das Top- und Middle-Management jederzeit Transparenz über die wichtigsten Einflussfaktoren. Ohne ein kontinuierliches, transparentes Monitoring des Kundenorientierungsgrades und dessen Einflussgrößen ist ein Unternehmen jedoch kaum in der Lage, Marketing und Vertrieb ertragsorientiert zu steuern."

Die dokumentierten Ergebnisse der Trendumfrage können bei Q_PERIOR angefordert werden: office@q-perior.com.

Pressekontakt

Q_PERIOR AG

Frau Nele Ott
Schützenweg 9a
82335 Berg/Starnberger See

q-perior.com
pressestelle@q-perior.com

Firmenkontakt

Q_PERIOR AG

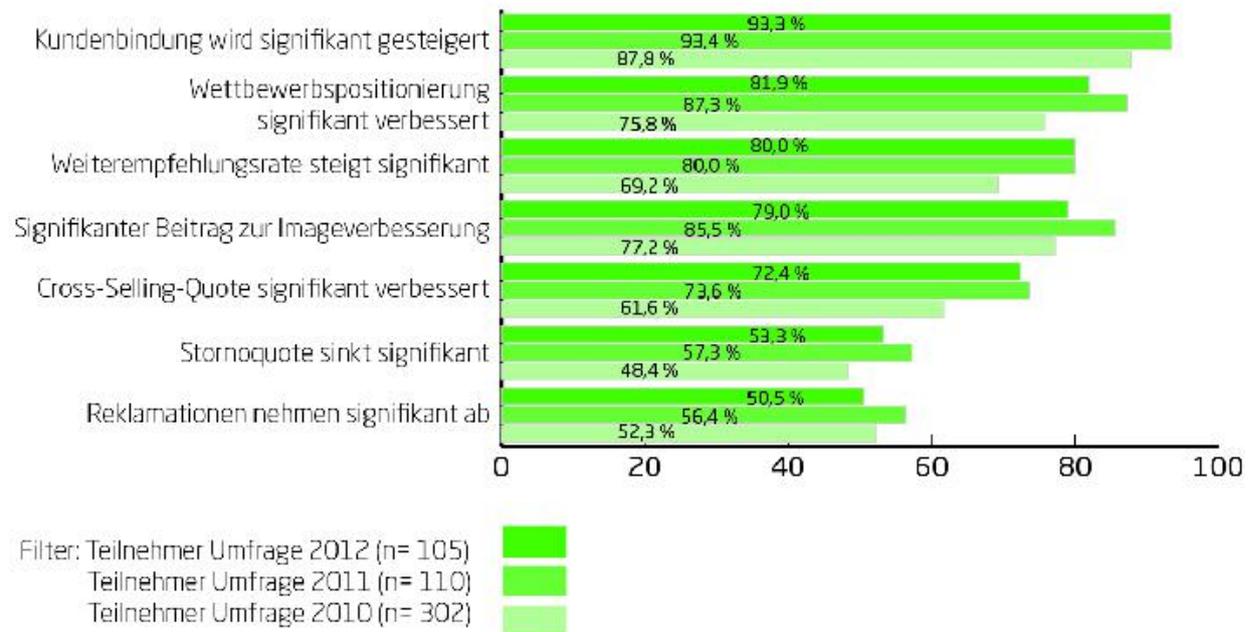
Frau Nele Ott
Schützenweg 9a
82335 Berg/Starnberger See

q-perior.com
pressestelle@q-perior.com

Q_PERIOR (ehemals agens Consulting, ESPRiT Consulting, paricon) ist eine inhabergeführte Business- und IT-Beratung mit Standorten in Deutschland, Schweiz, Österreich, Slowakei, USA und Kanada. Das Unternehmen unterstützt Großunternehmen und große Mittelständler mit integrierter Fach- und IT-Kompetenz. Neben der Spezialisierung auf den Markt der Finanzdienstleister bietet Q_PERIOR ein branchenübergreifendes Beratungsspektrum in den Bereichen Audit & Risk, Beschaffung, Business Intelligence, Finanzen & Controlling, Kundenmanagement, Projekt- & Implementierungsmanagement, Strategisches IT-Management und Technologie.

Welchen konkreten Nutzen sehen Sie für Unternehmen der Finanzbranche, die eine ausgeprägte Kundenorientierung verfolgen?

(Antwort: „stimme voll zu“ und „stimme weitgehend zu“)



Quelle: Q_PERIOR - Online-Branchenumfrage Herbst 2012, 2011, 2010

Gesamtsicht Finanzbranche