

Sparkassen**Zeitung**

20. Dezember 2018 | Deutsche Leasing

Online Kunden gewinnen ...

Frank Speckmann, Deutsche Leasing

... und gleichzeitig den stationären Vertrieb stärken: die Zwei-Minuten-Zusage mit Onlineabschluss.

Bei vielen Finanzservices bevorzugen Firmenkunden mittlerweile den online- und mobile-basierten Zugang. In beratungsintensiven Fällen nehmen sie jedoch auch gern das stationäre Vertriebsangebot wahr. Die Sparkassen stehen damit vor der Herausforderung, ihren Kunden nicht nur alle gewünschten Zugänge anzubieten, sondern diese auch effizient zu verzahnen. Die Antwort darauf ist der Multikanalvertriebsansatz, für den die Deutsche Leasing mit der „2-Minuten-Zusage mit Onlineabschluss“ einen wichtigen Baustein auf den Markt gebracht hat. Durch schnell sichtbare gewordene Cross-Selling-Potenziale zeigt dieses erste Onlineprodukt für Investitionsfinanzierungen in der Sparkassen-Finanzgruppe, dass sich Online- und stationärer Vertrieb nicht kannibalisieren, sondern vielmehr ergänzen.

Richtige Antwort auf Kundenerwartungen

Seit Anfang 2018 pilotiert und im Herbst des Jahres bundesweit ausgerollt, ist die „2-Minuten-Zusage mit Onlineabschluss“ ein Onlinevertriebskanal für Investitionsfinanzierungen für Gewerbe- und Geschäftskunden. 30 Sparkassen nutzen das Produkt bereits, das die Deutsche Leasing auf Basis der Learnings aus der Pilotphase und dem laufenden Betrieb stetig optimiert und weiter ausbaut. Seit Dezember ist der Onlineabschluss zudem vollständig digitalisiert – vom Antrag über die automatische Risikoprüfung bis zur Bereitstellung aller notwendigen Dokumente. Damit können gewerbliche Sparkassenkunden mit Zugang zum Onlinebanking die Finanzierung über die Internetfiliale fallabschließend kontrahieren. Mithilfe von Video-Legitimation werden ab Anfang 2019 sukzessive auch Neukunden und Bestandskunden ohne Zugang zum Onlinebanking Finanzierungsverträge abschließen können.

Als eigenständig funktionierender Vertriebskanal ist die „2-Minuten-Zusage mit Onlineabschluss“ die richtige Antwort auf die Veränderungen der Marktbedingungen und der Kundenerwartungen. Bestandskunden kommen in den Genuss

einer erweiterten Kundenbetreuung ihrer Sparkasse, Neukunden erleben die „Internetfiliale“ als innovativen, kundenorientierten Vertriebskanal.

Der Onlineabschluss ist aber zugleich auch Bestandteil eines Gesamtkonzepts – Stichwort „Multikanal“ – , das die Kunden umfassend bedient und den Zugangskanal ermöglicht, den der Kunde bevorzugt. Anfragen, die sich im Prozess als zu beratungsintensiv herausstellen, werden zentral an den stationären Vertrieb übergeleitet. Das persönliche Beratungsgespräch ist und bleibt ein Kontaktpunkt, der für die Kundenbeziehung eine weiterhin wichtige Rolle spielt. Dies zeigt sich vor allem im Hinblick auf die erheblichen Cross-Selling-Potenziale: Auf einen Onlineabschluss entfiel während der Pilotphase ein Vielfaches an Cross-Selling-Abschlüssen. Dies ist ein anschaulicher Beweis dafür, dass die „Vertriebsstrategie der Zukunft für Firmenkunden“ des DSGV der richtige Weg ist: Das Ganze ist wieder einmal mehr als die Summe seiner Teile.

Frank Speckmann ist Geschäftsführer der Deutschen Leasing für Sparkassen und Mittelstand.

Punkt für Punkt: Die 2-Minuten-Zusage mit Onlineabschluss

- Die „2-Minuten-Zusage mit Onlineabschluss“, kurz Onlineabschluss, ist ein vereinfachter Mietkauf für Firmenkunden für Investitionsobjekte bis zu einem Anschaffungswert von bis zu 50 000 Euro, der von der Deutschen Leasing über die Internetfiliale angeboten wird.
- Rund um die Uhr online erreichbar, stellt das Produkt einen zusätzlichen Vertriebskanal und erweiterten Service dar, beratungsintensive Anfragen werden in den stationären Vertrieb übergeleitet.
- Durch seine bereits in der Pilotphase sichtbar gewordenen Cross-Selling-Potenziale zeigte das Produkt, dass sich im Multikanalvertrieb die einzelnen Kanäle effizient ergänzen können.
- Zurzeit steht der Onlineabschluss Sparkassenbestandskunden mit Zugang zu Onlinebanking zur Verfügung. Ab Anfang 2019 werden sukzessive auch Bestandskunden ohne Zugang zu Onlinebanking und Neukunden das Produkt per Video-Legitimation zugelassen.
- Für die Sparkassen entsteht durch die Integration des Onlineabschlusses kein zusätzlicher Aufwand: Der Entscheidungs- und Marktfolgeprozess ist bundesweit einheitlich; Zuführungs- und Vermarktungselemente sind über den DSV-Business-Shop erhältlich.

Weitere Informationen und Materialien zum Onlineabschluss im S-Extranet der Deutschen Leasing unter der Adresse

spk-exklusiv.deutsche-leasing.com

Frank Speckmann, Deutsche Leasing: Online Kunden gewinnen ..., in
SparkassenZeitung (20. Dezember 2018). URL: . Abgerufen am: 02. Januar 2019

Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online