

Multiple Choice



Zahlreiche Gäste aus der Branche waren am 22. April 2010 der Einladung von Confare und bestbanking gefolgt um mit namhaften Referenten Marketing & Web 2.0 für Finanzdienstleister zu diskutieren.

Dass Software im Bankgeschäft eine absolut entscheidende Rolle spielt, ist bereits hinlänglich bekannt. Unerlässlich ist sie jedoch auch für Marketingaktivitäten. So sehen BrandMaker die Beschleunigung der Umsetzung von Kampagnen als eine deren wichtigster Aufgaben. Zu kleinen Anfangsschritten rät Norbert Künzl, update sales gmbH: Es sollte durchaus mit einer Lösung, die zu Beginn nicht alle Anforderungen abdeckt, gestartet werden. Deren Weiterentwicklung wird nach ein bis zwei Jahren ein zufriedenstellendes Ergebnis bringen. Einem recht genauen Anforderungsprofil an eine Projektdatenbank, stammend von der ERSTE Stiftung, war ace Neue Informationstechnologien gerecht geworden.



Fragen aus dem Publikum

Ob die Marke, das Unternehmen, die Unternehmenskultur tauglich für Web 2.0 sind, diese Frage müssen sich auch Finanzdienstleister stellen, bevor sie entscheiden, wann sie wie mit ihren Kunden kommunizieren. Da die Kunden jedoch selbst entscheiden möchten, über welchen Kanal sie mit der Bank kommunizieren, ist „Multichannel“ ein Muss, dessen Synchronisierung eine Herausforderung. Das Web und seine Communities bieten auch eine Plattform für die Rückgewinnung des Vertrauens – „Bank“ kann hier neu erklärt, die Strukturen transparent gemacht werden. |

„Ist meine Marke Web 2.0 tauglich, ist es mein Unternehmen? Diese Fragen müssen wir stellen, weil wir permanent mit neuen Anwendungen, neuen Möglichkeiten konfrontiert sind.“

Werner Schediwy



Werner Schediwy, Leiter Marketing Privat- und Firmenkunden, Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien



Josef Redl, Präsident FMVÖ



Kurt Quendler beim Interview mit Herrn Mag. Norbert Künzl, Dir. Financial Services International, update sales GmbH