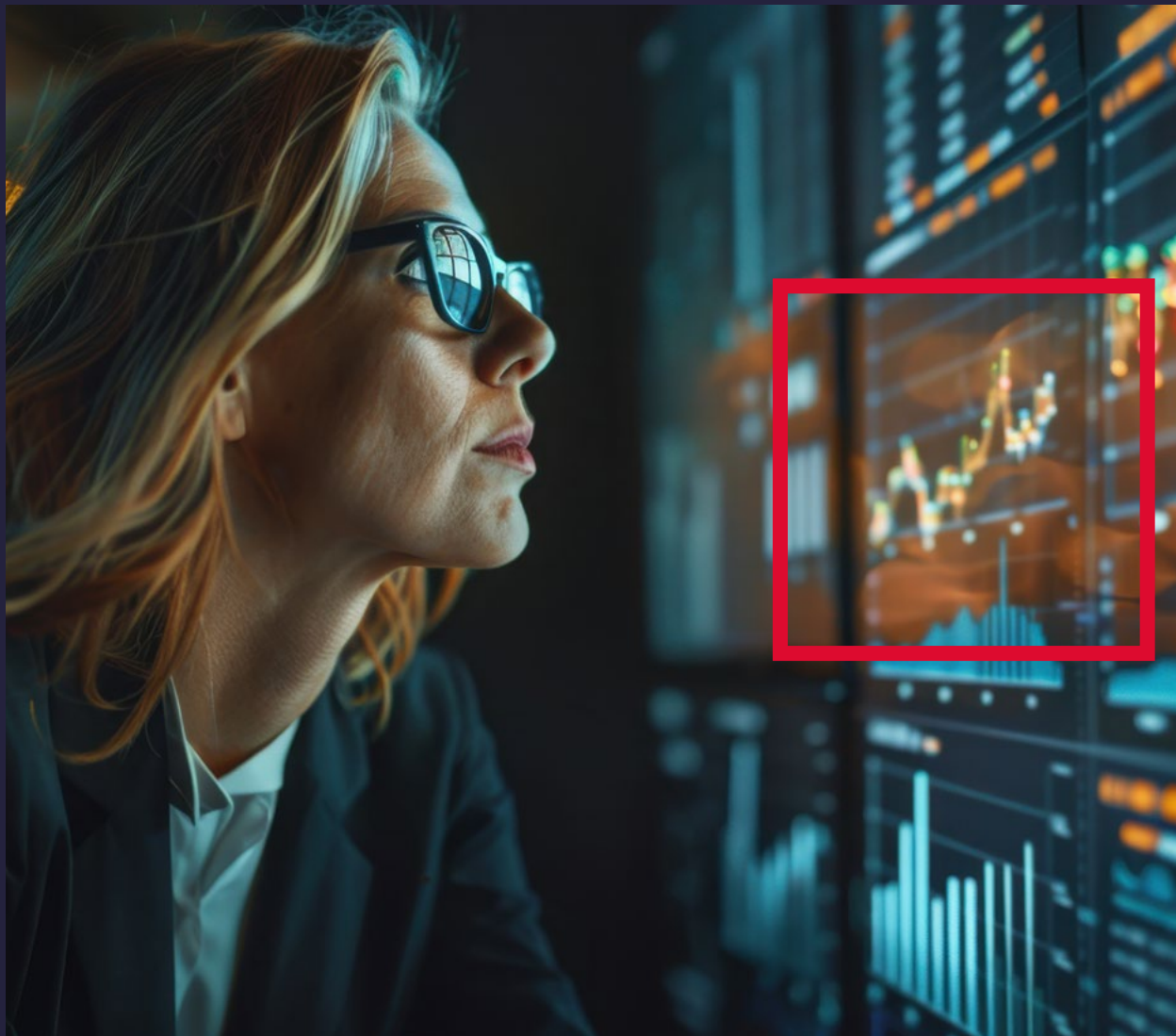




Data Driven Sales **Excellence im Banking**

**Wie Banken mit Consileon die
Vertriebstransformation meistern**





Executive Summary

Warum Data Driven Sales im Banking heute nicht mehr Kür, sondern Pflicht ist.

Der Vertrieb im Bankensektor steht unter enormem Druck: Filialnetze schrumpfen und der Kundenkontakt verlagert sich in digitale Kanäle. Die Kundschaft erwartet jedoch auch im digitalen Umfeld eine personalisierte Ansprache und Relevanz in jeder Interaktion. Laut einer Umfrage sehen 72 Prozent¹ der Bankkunden in der DACH-Region ein bedarfsorientiertes Produktangebot als Schlüsselfaktor für die Wahl der Hausbank. Gleichzeitig schätzen nur ca. 20 Prozent¹ der Banken ihre Kompetenzen in der Personalisierung von Kundenangeboten als gut ein.

Aus unserer Projektarbeit können wir dieses Bild bestätigen. Die Branche spricht schon lange davon und Banken haben längst Marketing-Automation-Systeme eingeführt. Doch wirklich „data driven“ agiert kaum einer.

1) Quelle: Consileon Banken-Research 2025

Um den maximalen Erfolg zu erzielen, empfehlen wir einen strategischen Ansatz mit folgenden Komponenten:



Ein Zielbild Data Driven Sales,

das im Einklang mit der Vertriebsstrategie den Rahmen vorgibt.



Eine robuste Data Governance,

für einen effizienten und skalierbaren Umgang mit Daten.



Cross-funktionale Zusammenarbeit.

Ein Ende-zu-Ende Blick auf Data Driven Sales erfordert eine bessere Verzahnung von IT, Daten, Marketing und Vertrieb.



Eine Kampagnenplanung,

die ein intelligentes Zusammenspiel von konventionellen Kampagnen und Data Analytics Modellen als „Grundrauschen“ im Impulsmanager sicherstellt.



Mehrstufige Aktionspläne,

die sicherstellen, dass Vertriebsanlässe über mehrstufige Customer Journeys mit personalisierter Ansprache an den Kunden ausgespielt werden.



Kultureller Wandel.

Data Driven Sales steht und fällt mit dem Mindset und der Überzeugung der Beteiligten. Durch Change Formate sollte von Beginn an Aufklärung, Überzeugung und Motivation vermittelt werden. Dabei gilt es, den Vertrieb mitzunehmen, nicht zu überrollen.

Genau dafür steht Data Driven Sales Excellence.

Es geht um die Fähigkeit, datenbasierte Kundenerlebnisse skalierbar und steuerbar zu machen und exzellente Customer Journeys zu erzeugen.

STRATEGISCHER ANSATZ



1. Aktuelle Situation: Druck auf den Vertrieb und wachsende Chancen

Warum der klassische Vertrieb bei Banken an seine Grenzen kommt und was jetzt möglich wäre.

Der Druck kommt von mehreren Seiten:

- **Filialrückbau und Ressourcenknappheit**

Der persönliche Kontakt nimmt ab und für Banken stellt sich die Frage, wie sie eine hohe Kontaktfrequenz bei rapide abnehmender Vertriebsoberfläche aufrecht erhalten

- **Digitalisierung der Kundenschnittstelle**

Kunden informieren sich online über Social Media, Vergleichsportale und weitere Kanäle. Die Customer Journey wird zunehmend komplexer und damit schwer steuerbar

- **Veränderte Erwartungen**

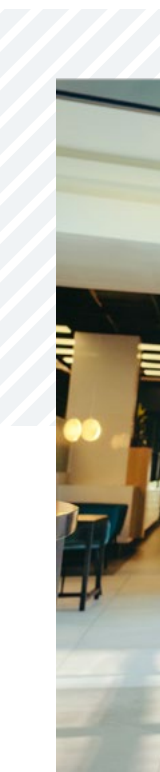
Statt reinem Produktverkauf erwarten Kunden Relevanz (konkretes Bedürfnis), Kontext (Verständnis für Lebenssituation) und Verfügbarkeit (dann, wenn ich es brauche) und das auf allen Kanälen. So erleben sie das bereits in anderen Branchen

Hinzu kommt, dass der Vertrieb oft isoliert betrachtet wird. Systeme, Prozesse und Budgets sind aufgeteilt zwischen IT, Marketing, Compliance, Produktmanagement. Was fehlt, ist ein integrierter Steuerungsansatz.



Dabei liegt der Schlüssel zur Lösung längst vor:

In einem Ansatz, der die gesamte Wertschöpfung im Data Driven Sales integriert betrachtet – von der Datenanalyse und Modellentwicklung über die omnikanale Kundenansprache bis hin zur Erfolgsmessung und Wirkungsanalyse im Vertrieb.



Die Kernmehrwerte von Data Driven Sales Excellence

	Starke Erhöhung der Kundenkontaktfrequenz durch ein Marketing-Grundrauschen – jeder Kunde wird regelmässig zu Vertriebs- und Servicethemen angesprochen.
	Steigerung Kundenbindung durch Content-Personalisierung auf Basis von Präferenzen, Interaktionen und weiteren Daten – schafft persönliche Nähe zum Kunden.
	Transformation der Rolle der Vertriebssteuerung – von manueller Kampagnenerstellung zu datenbasierter Kampagnenoptimierung.
	Priorisierung von Vertriebsressourcen auf Ansprachen mit höchster Erfolgswahrscheinlichkeit.
	Einwilligungsmanagement wird zum Enabler, nicht zum Hemmschuh.

Data Driven Sales bringt ertragssteigernd persönliche Kundenbeziehungen zurück – digital, gezielt und im richtigen Moment.



2. Was bedeutet Data Driven Sales Excellence für Banken?

**Mehr als ein CRM. Weniger als eine Revolution.
Aber genau das, was Banken jetzt brauchen.**

Mit dem Bezug des Impulsmanagers und der Smart Data Affinitäten haben Banken exzellente Voraussetzungen geschaffen. Aber: Kein Tool allein macht den Vertrieb exzellent. Aus unserer Erfahrung haben die meisten Banken weniger technische Defizite zur Erschliessung der o.g. Potenziale – viel mehr bedarf es einer Vertriebstransformation mit Fokus auf einen E2E-Ansatz Data Driven Sales, der Daten, Prozesse, Kanäle und Menschen so orchestriert, dass der Vertrieb wirksam, skalierbar und steuerbar wird – für Kunden und für das Haus.

Wir haben **fünf zentrale Elemente** identifiziert, deren Status Quo wir in unseren Projekten analysieren, um um einen massgeschneiderten Optimierungsplan für jedes Haus zu entwickeln:

1. Vertriebsstrategie & Zielbild



Data Driven Sales beginnt mit einem strategischen Rahmen.

- Was ist das bankindividuelle Zielbild und welche Ambition wird verfolgt (Kundendurchdringung, Kundenbindung, Vertriebseffizienz, etc.)?
- Welche Kundensegmente wollen wir mit Data Driven Sales adressieren?
- Welche Use Cases verfolgen wir für die definierten Kundensegmente?
- Wie sehen relevante Journeys aus?

→ Ohne strategische Leitplanken wird jeder Use Case zum Silo.

2. Datenarchitektur & Analytics



Datenqualität, -verfügbarkeit und -integration sind das Rückgrat für wirkungsvolle Use Cases.

- Existiert ein ganzheitliches Data Governance Framework?
- In welcher Qualität und Format liegen die Daten vor und wie häufig werden sie aktualisiert?
- Welche Daten stehen zur Verfügung, intern sowie extern? Können externe Daten reibungslos beschafft werden?
- Wie hoch ist der Standardisierungsgrad hinsichtlich IT-Lösungen (Nutzungsgrad Atruvia Lösungen)?

→ Hier entscheidet sich, wie stark personalisiert und intelligent gearbeitet werden kann.

3. Governance & Zusammenarbeit



Data Driven Sales ist ein Team sport. Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, IT, Datenschutz, Recht – alle spielen eine Rolle.

- Ist über cross-funktionale Zusammenarbeit der E2E-Blick auf Data Driven Sales sichergestellt?
 - Wie wird die Einbindung des Vertriebs in die kontinuierliche Optimierung sichergestellt?
 - Gibt es einen systematischen Prozess zur Steigerung der Einwilligungsquote für die werbliche Kundenansprache und digitaler Aktivierung (bspw. VR NetKey-Quote) der Kunden?
- Nur mit cross-funktionalen Teams werden aus Datenanalysen exzellente Kampagnen.

4. Automatisierung & Kanäle



Data Driven Sales Use Cases müssen in mehrstufige Kundenreisen münden, um ihre Wirkung zu entfalten.

- Erfolgt die Impulsanalyse & -generierung für Bestandskunden zum Grossteil automatisiert auf Basis des Impulsmanagers sowie Smart Data Modellen?
 - Werden alle relevanten Zugangswege für die Kundenansprache genutzt (Online/Mobile Banking, E-Mail, Brief, Banking Workspace, etc.)?
 - Erfolgt die Ansprache mehrstufig auf Basis entwickelter Aktionspläne?
 - Werden Beratungs- und Abschlussstrecken gezielt genutzt?
- Was funktioniert: Mehrstufige Ansprachen, die das hybride Kundenverhalten reflektieren und automatisierte Impulse an den Kunden aussteuern.

5. Change & Kultur



Ein Data Driven Mindset wird durch Transparenz, Überzeugung und Begeisterung aller Beteiligten erzielt.

- Existiert ein fundiertes Kommunikationskonzept, das Transparenz schafft und mögliche Bedenken der Mitarbeiter adressiert?
 - Wurden rollenspezifische Befähigungsmassnahmen umgesetzt?
 - Wird die Vertriebstransformation durch das Top-Management aktiv vorangetrieben?
- Change Management begleitet jeden Schritt der Transformation und ist massgebend für den Erfolg.



4. Consileon – Data Driven Sales Expertise, auf die Sie bauen können

Wie Sie mit Consileon an Ihrer Seite auch Exzellenz in Ihren Data Driven Sales Ansatz bringen.

Consileon vereint bankfachliches Know-how, datenbasierte Methodik und Umsetzungsstärke mit einem klaren Blick auf das, was in der Praxis funktioniert.

Keine Buzzwords, kein theoretischer Überbau, sondern:



Fokus



Substanz



Wirkung



So bringen wir alle erforderlichen Perspektiven an einen Tisch und behalten stets das Gesamtbild im Blick. Aus diversen Projekten haben wir verschiedene Produkte und Methodiken entwickelt, die wir bei unseren Projekten einbringen, u. a.:

- Reifegradmodelle für Data Driven Sales
- Use Case Libraries für Banken
- Methoden zur Einwilligungssteigerung und Governance Blueprints
- Benchmarking Datenbank zu Erfolgskennzahlen im Data Driven Sales für alle Geschäftsfelder

Der Aufbau eines Data Driven Sales ist kein Selbstläufer, aber auch kein Mammutprojekt. Er braucht Mut zum Start, Klarheit im Ziel und Partner, die den Weg mitgehen.

Lassen Sie uns sprechen. Über Ihre Situation, Ihre Ideen und darüber, wie Data Driven Sales Excellence bei Ihnen konkret aussehen kann.

Ansprechpartner



Pablo Paron verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung in der Strategie- und Managementberatung mit Fokus auf Financial Services. Er begleitet Banken im In- und Ausland bei der Konzeption und Umsetzung datengetriebener Target Operating Models, insbesondere in den Bereichen digitale Customer Journeys und vertriebsnahe Analytics.

Pablo Paron

Principal bei Consileon Schweiz



+41 79 283 35 96



Pablo.Paron@consileon.com



Marcus Ostwald verfügt über mehr als 25 Jahre Fach- und Führungserfahrung im Financial-Services-Umfeld in der Schweiz und Deutschland. In über zehn Jahren Beratungs- und Projektverantwortung auf Senior-Management- und C-Level-Ebene entwickelte und realisierte er datengetriebene Geschäfts- und Vertriebsstrategien mit Schwerpunkt auf der Optimierung und Digitalisierung von End-to-End-Kundenreisen und der datenbasierten Kundenansprache.



+41 79 8780200



Marcus.Ostwald@consileon.com

Marcus Ostwald

Associate Partner bei Consileon Schweiz

Lösungen für morgen. Heute.

Die Consileon Schweiz steht für fundierte Beratung mit klaren Konzepten und erfolgreicher Umsetzung. Seit 2002 begleiten wir Banken und Versicherungen mit durchdachten End-to-End-Lösungen – von der Strategieentwicklung, über operative Exzellenz, bis hin zur digitalen Transformation: Wir bringen Ihr Unternehmen nach vorn.

Als Teil der Consileon-Gruppe, einem der führenden Beratungshäuser der DACH-Region mit über 500 Experten, verbinden wir tiefes Branchenwissen mit praxisnaher Umsetzung. Lassen Sie uns gemeinsam die Lösungen von morgen schon heute umsetzen.



Alexander Hönig leitet das Competence Centers Data Driven Sales bei Consileon. Er ist darauf spezialisiert, Finanzdienstleister dabei zu unterstützen, das vertriebliche Potenzial ihrer Daten vollständig zu entfalten und ihre Kundenansprache gezielt, effizient und individuell zu optimieren. Mit umfassender Erfahrung in der Transformation zum datengetriebenen Vertrieb hat er bereits zahlreiche Institute erfolgreich begleitet.

Alexander Hönig

Associate Partner Consileon Frankfurt GmbH



+49 174 7227829



alexander.hoenig@consileon.de

→ mehr zum Thema: [consileon.ch](https://www.consileon.ch)