



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Marktforschung
für die **Clientis Bank Oberuzwil AG**

v.l.n.r.: **Nora Gresser**, Winterthur; **Maximilian Herrmann**, Niederhelfenschwil; **Elia Santo**, Oberuzwil; **Sina Peyer**, Flawil, Projektleiterin;
Flavia Germann, Häggenschwil; **Marco Billwiller**, Uzwil

Angebots- und Partnererweiterung beim Clientis Beratungszentrum

Der Schweizer Finanzplatz verändert sich rasant und erfordert Weiterentwicklungen bestehender Produktportfolios, auch bei Regionalbanken. Aufgrund dessen stellte sich für die Kundschaft die Frage, wie sie die jüngere Zielgruppe erreichen, was deren Bedürfnisse sind und wie sie Angebot und Partner erweitern können.

Methodik

Der Marktforschungsprozess wurde in drei Phasen gegliedert. Die erste Phase beinhaltet eine fundierte Literaturrecherche und sieben Experteninterviews. Ziel dabei war es, Trends und Bedürfnisse im Schweizer Finanz- und Beratungssektor zu analysieren. In der zweiten Phase folgte eine quantitative Umfrage, um die Bedürfnisse und Interessen zu erheben. Insgesamt wurden 311 bestehende und potenzielle Kundinnen und Kunden mittels einer Online- sowie Strassenumfrage befragt. In der letzten Phase wurden drei weitere Expertinnen und Experten interviewt, um wertvolle Inputs zur Umsetzung und Vermarktung des neuen Beratungsangebots zu erhalten.

Ergebnisse

Anhand der breiten Erhebungsgrundlage in der Marktforschung wurden insbesondere die Themen Energie und Sicherheit im Eigenheim, Vorsorge und Pensionsplanung sowie Ehe- und Erbverträge als relevant analysiert. In Bezug auf das gewünschte Eventformat zeigte sich, dass klassische Vorträge unabhängig der Persona nach wie vor sehr beliebt sind. Gleichzeitig stossen digitale Formate in Form von jederzeit abrufbaren Informationsvideos auf ebenso grosses Interesse. Dies widerspiegeln auch die durch die Experteninterviews definierten Trends der zunehmenden Digitalisierung, des veränderten Kommunikationsverhaltens und der agileren Denkweise der Zielgruppe. Basierend auf den Ergebnissen aus den Phasen 1 und 2 sowie den ergänzenden Interviews aus Phase 3 wurden vier Handlungsempfehlungen erarbeitet. Diese beinhalten die Erweiterung des aktuellen Angebots mit möglichen Netzwerkpartnern sowie den Ausbau der Social Media und Online Marketing Präsenz. Sowie des Weiteren das Durchführen von Events mit neuen, digitalen Formaten sowie das Angebot einer digitalen Beratung. Diese Resultate wurden mithilfe von Personas und einer Customer Journey mit integrierter Touchpoints-Analyse verdeutlicht und visualisiert.

Clientis Bank Oberuzwil AG, Oberuzwil

Das Clientis Beratungszentrum Uzwil wurde im Jahr 2010 gegründet und gehört zur Clientis Bank Oberuzwil AG. Das Beratungszentrum fungiert als strategischer Standort des Unternehmens im Bereich der Beratungsleistungen. Zusammen mit Netzwerkpartnern aus den Bereichen Recht, Treuhand, Immobilien und Versicherungen wird natürlichen sowie juristischen Personen eine ganzheitliche Beratung über alle Lebensphasen angeboten.



Kundschaft

Clientis Bank Oberuzwil AG,
Oberuzwil

**Adrian Müller, Vorsitzender
der Geschäftsleitung**

www.oberuzwil.clientis.ch

Das Clientis Beratungszentrum in Uzwil ist ein wichtiges Standbein unserer Bank. Zurzeit arbeiten wir an der Neupositionierung des Beratungszentrums und diesbezüglich hat uns die sehr fundierte und praxisorientierte Projektarbeit wichtige Inputs gegeben. In vielen Punkten wurden unsere Wahrnehmungen bestätigt und die Resultate der untersuchten Bedürfnisse und Idee sind sehr interessant. Für uns ist die vorliegende Projektarbeit sehr wertvoll im Hinblick auf die Neueröffnung im September 2022.



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule

**Rosella Toscano-Ruffilli, lic.oec.,
dipl. Hdl. HSG**

Dank der Anwendung verschiedener Marktforschungsmethoden und dem engagierten, motivierten Einsatz der Projektgruppe konnten wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden. Der Kundschaft konnte so aufgezeigt werden, welche Themen für die «jüngere» Zielgruppe in Zukunft relevant sind, mit welchen Formaten sie angesprochen werden wollen und mit welchen Partnern eine Zusammenarbeit anzustreben ist.

