

Modernisieren im Kontext „Wohnen & Finanzieren“

Studiengang: MAS Digital Transformation

Der Wettbewerb im Geschäftsfeld Finanzierung von Wohneigentum hat sich stark intensiviert. Die digitale Transformation verändert das Geschäftsmodell und verlangt neue Lösungen und Dienstleistungen.

Wie gelingt es Raiffeisen, dass Kundenberaterinnen und -berater mit Kundinnen und Kunden mehrwertstiftend über die Zukunft ihrer Immobilie sprechen und dadurch ein positives Beratungserlebnis schaffen?

Ausgangslage

Raiffeisen ist die drittgrösste Bankengruppe der Schweiz. Zur Raiffeisen Gruppe gehören 219 genossenschaftlich organisierte, rechtlich unabhängige Raiffeisenbanken. Raiffeisen ist für 3,61 Millionen Kundinnen und Kunden an 820 Standorten in der ganzen Schweiz präsent.

Mit der Gruppenstrategie «Raiffeisen 2025» definiert Raiffeisen die strategische Ausrichtung für die Jahre 2021 bis 2025. Durch den Ausbau der Geschäftsfelder «Privates Wohneigentum», «Firmenkunden» sowie «Vorsorgen und Anlage» will sich Raiffeisen von einer Produkt- zu einer Lösungsanbieterin entwickeln.

Zielsetzung

Das Ziel der Master-Thesis ist die Entwicklung eines digitalen Beratungshilfsmittels für Bankkundenberaterinnen und -berater. Die Anwendung soll im Gespräch mit Kundinnen und Kunden einen relevanten Mehrwert und Beitrag zur Differenzierung und Effizienzsteigerung im Hypothekengeschäft ermöglichen. Im Fokus steht eine Anwendung zur Berechnung des Modernisierungspotenzials. Die Anwendung soll ohne Baufachkenntnisse oder Schulung intuitiv genutzt werden können.

Vorgehen

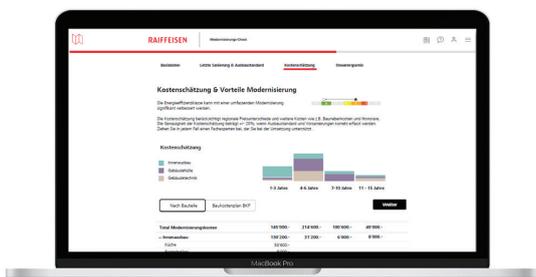
Für die explorative Arbeit wurden verschiedene Methoden aus dem Design Thinking und dem agilen Vorgehen angewendet. Im Rahmen eines Design Sprints wurden Produktideen mit Rough-Prototypen entwickelt und getestet. Ausgehend von Interviews, einer quantitativen Umfrage und darüber hinausgehenden Erkenntnissen erfolgte die weitere iterative Entwicklung. Der Fokus wurde mit verschiedenen Methoden weiter geschärft. Anhand des Business Case und einer Kosten-Nutzen-Analyse werden die möglichen Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg untersucht.



Philipp Klausner

Fazit

Raiffeisen verfolgt das strategische Ziel, bei Kundinnen und Kunden die Nummer eins zu werden, und investiert in zukunftsfähige Beratungsdienstleistungen und -hilfsmittel. Kundinnen und Kunden sollen entlang ihrer Lebensereignisse und -phasen mit einem ganzheitlichen Beratungsansatz begleitet werden. Das entwickelte Beratungshilfsmittel schafft Mehrwert und Differenzierung. Damit mehr Wirkung im Business entfaltet werden kann, wurde zusätzlich ein attraktives Hypothekarprodukt entwickelt. Dieses schliesst eine Lücke beim Fokusthema Modernisieren und ermöglicht so, die Kompetenzvermutung der Kundinnen und Kunden beim Thema Wohnen und Modernisieren zu stärken.



Kostenschätzungen für Modernisierungen erstellen