

FLYMINT[®]

RAIFFEISENBANK: Mitgliederwerbung





Unternehmen

Raiffeisenbank Lohr am Main e.G.

Hauptsitz

Lohr am Main, Germany

Branche, Produkte und Leistungen

Banken, Finanzdienstleistung

Bilanzsumme

386 Millionen EUR (2008)

Website

www.raiba-lohr.de

Mitarbeiter

ca. 110 Mitarbeiter, 11.300 Mitglieder (2008)

- ▶ Das Unternehmen
- ▶ **Die Situation**
- ▶ Die Lösung
- ▶ Benefits & Ergebnisse
- ▶ Zahlen, Daten & Fakten

Kunden zu Mitgliedern

Das genossenschaftliche Prinzip der Volks- und Raiffeisenbanken führt dazu, dass es neben dem klassischen Kunden auch die Mitglieder (mit ihren Einlagen in die Genossenschaft) gibt. Grundsätzlich bestehen bei der Raiffeisenbank Lohr zirka doppelt so viele Kundenbeziehungen wie Mitgliedschaften.

Die Volks- und Raiffeisenbanken stehen intensiv im Dialog mit ihren Kunden und sind stetig daran interessiert aus diesen bestehenden Kundenbeziehungen neue Mitgliedschaften zu gewinnen. Im Zuge der Finanzkrise 2008 sehen sich die Genossenschaftsbanken hervorragend aufgestellt. Denn durch die Mitbestimmungsrechte der Mitglieder können diese die Geschicke der Banken - und damit auch das persönliche Interesse der Kunden am soliden Bankengeschäft - maßgeblich beeinflussen (anders als bei den klassischen Geschäftsbanken).

Jedoch: Vielen Bestandskunden der Raiffeisenbank Lohr ist dieser doch sehr entscheidende Unterschied nicht bewusst und sie müssen erst hierüber aufgeklärt werden.

Daher wird nach einer Möglichkeit des Kundendialogs gesucht, der es der Raiffeisenbank Lohr ermöglicht, dieses Wissen an seine Kundschaft nachhaltig zu vermitteln.



- ▶ Das Unternehmen
- ▶ Die Situation
- ▶ **Die Lösung**
- ▶ Benefits & Ergebnisse
- ▶ Zahlen, Daten & Fakten

Ansatz: „Werden Sie Bank!“

Unter dem Dissonanz erzeugenden Motto „Werden Sie Bank!“ soll dem Kunden der Vorteil einer Mitgliedschaft bei der Raiffeisenbank Lohr transparent kommuniziert werden.

Das emotional auslösende Element soll vor allem das gefühlsseitige Unbehagen sein, das durch die Finanz- und Bankenkrise bei vielen Sparern aufgekommen ist: „Was passiert eigentlich mit meinem Geld?“ Diese Frage soll mit der trivialen Lösung „Werden Sie Bank!“ beantwortet werden. Dem Kunden wird der Weg aufgezeigt, wie er selbst aktiv werden und Einfluss auf die Geschäftspolitik „seiner“ Bank nehmen kann.

Als Instrument der Wissensvermittlung dient ein virtueller Dialog von zwei aufmerksamkeitsstarken Charakteren. Durch den persönlichen Dialog und eine persönlich ausgesprochene Einladung zum unverbindlichen „Kaffeetrinken“ werden Sympathie, Neugier und Vertrauen vermittelt.



Eingesetzte Lösungselemente im Marketing- und Vertriebsprozess:

FLYMINT
Dialogtool

Handschriftliche
Mailings

Direct Response
Direct Statistics

Premium
Brief



- ▶ Das Unternehmen
- ▶ Die Situation
- ▶ Die Lösung
- ▶ **Benefits & Ergebnisse**
- ▶ Zahlen, Daten & Fakten

Endlich wieder ein gutes Gefühl!

Die personalisierte Dialogaktion konnte eine große Anzahl von Kunden in den virtuellen Dialog lotsen und damit die Vorteile einer Mitgliedschaft kommunizieren. Durch die notwendige Interaktion wurde die Botschaft nachhaltig bei den Kunden verankert.

Die integrierte Direct Response versetzte den Vertrieb in die Lage, zeitnah auf den Bedarf des gemeinsamen „Kaffeetrinkens“ zu reagieren. Der selektive Online-Dialog half dabei die Interessenten zu identifizieren.

Durch die Aktion fanden eine Vielzahl von persönlichen Telefonaten und Treffen vor Ort statt. Es konnten neue Mitglieder gewonnen werden.



L. Schmidt



- ▶ Das Unternehmen
- ▶ Die Situation
- ▶ Die Lösung
- ▶ Benefits & Ergebnisse
- ▶ **Zahlen, Daten & Fakten**

Die Zahlen

33,0% der angeschriebenen Bestandskunden besuchten den Online-Part der Kampagne.
14,9% haben die Aktion vollständig erlebt. Mit **4,4%** aller Kontakte kam der Vertrieb der Raiffeisenbank direkt ins persönliche Gespräche („Ja, laden Sie mich doch mal ein.“), da diese sich gern näher über eine Mitgliedschaft informieren möchten.

Insgesamt hat die durchgeführte crossmediale Dialogmarketingaktion damit eine **bereinigte Lead-Quote von 4,4%** erreicht, was im Bereich der Finanzdienstleistungen ein sehr (!) positiver Wert ist.

Angeschriebene	100,0%
Online-Response	33,0%
Komplette Aktion	14,9%
Finale Lead-Rate	4,4%

Sehr gut Maria Musterfrau!
 Endlich entscheiden Sie, was mit Ihrem Geld und was mit der Bank passiert.

Wir sind keine Bank wie jede andere -
 wir arbeiten regional, direkt für Sie und mit Ihnen!

Das schafft Vertrauen und fördert die Gemeinschaft.
 Gern erzähle ich Ihnen mehr darüber.
 Damit es Ihnen nicht wie Herrn Müller geht ->

Ja, melden Sie sich bei mir. Nein, ich melde mich selber.





© 2011 Flymint GmbH und/oder Raiffeisenbank Lohr e.G. All rights reserved.

Alle Inhalte dieser Publikation dürfen weder vervielfältigt noch verändert werden ohne die ausdrückliche Genehmigung der Flymint GmbH und/oder Raiffeisenbank Lohr e.G. Die vorliegende Publikation wurde durch die Flymint GmbH mit bestem Wissen und Gewissen erstellt und dient ausschließlich zu Informationszwecken, ohne Zusicherung und Gewährleistung auf die Richtigkeit und Vollständigkeit der gemachten Angaben.

Raiffeisenbank Lohr e.G. und Raiffeisenbank-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der Raiffeisenbank Lohr e.G. in Deutschland und anderen Ländern. FLYMINT und FLYMINT-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der Flymint GmbH in Deutschland und anderen Ländern.



Weitere Informationen finden Sie unter: www.flymint.com/kontakt

