

# KUNDENSERVICE-LOWLIGHTS VON FINTECHS UND WIE SIE ZU HIGHLIGHTS WERDEN

## DEUTSCHLANDS FINTECH-MARKT

**Laut Start-up Barometer von Ernst & Young ziehen FinTech-Unternehmen in Deutschland das meiste Investitionskapital an.** Die Online-Direktbank N26 wird als das wertvollste deutsche Start-up bewertet, Goldman Sachs investiert in den Berliner Onlineanbieter für Spar- und Investment-Produkte WeltSparen und Visa integriert die Zahlungsmanagementplattform Payworks – solche oder so ähnliche Nachrichten erscheinen fast täglich zu deutschen FinTech-Start-ups. Ein Großteil der Unternehmen befindet sich auf Investitionskurs und läuft deshalb zumeist noch nicht profitabel. In den vergangenen Jahren gab es bereits erste Konzentrationsprozesse in der Branche. Neben der Konkurrenz zu anderen FinTechs stehen die Unternehmen im unmittelbaren Wettbewerb zu etablierten Banken und Finanzunternehmen.

### Kundenvertrauen als Marktmesser

In den Bereichen Technologie und Innovation konnten sich FinTech-Start-ups in der Vergangenheit schnell einen Vorsprung erarbeiten, beim Thema Vertrauensaufbau bei Bestands- und Neukunden sieht es anders aus: Im Finanzbereich ist Vertrauen die elementare Voraussetzung für einen Geschäftsabschluss. Noch immer können sich beispielsweise fast 60 Prozent der Deutschen nicht vorstellen, zu einer reinen Onlinebank zu wechseln. Der Schlüssel zum Vertrauen des Kunden ist eine hervorragende Customer Experience. Entscheidend dafür ist, im direkten Kundenkontakt positive Erlebnisse zu fördern und negative zu vermeiden.

Viele Onlinebanken haben ein schnelles Kundenwachstum. Mit einer schnellen Kontoeröffnung, nutzerorientierten

digitalen Anwendungen und smarten Marketingstrategien überzeugen sie innerhalb von wenigen Jahren Millionen von Kunden von sich. Bei einer dynamischen Entwicklung wie dieser müssen auch alle Arbeitsbereiche im Hintergrund mitwachsen, nicht zuletzt der Kundenservice. Im Frühjahr dieses Jahr schockte ein FinTech-Unternehmen mit einer Horrormeldung: Einem Kunden wurde ein hoher Betrag vom Konto gestohlen und bei der Onlinebank war niemand erreichbar – der Customer Experience-Supergau! Der Fall kommt in die Medien und das Vertrauen beim Endkonsumenten ist beschädigt.

### Skalierbarkeit und Flexibilität gefragt

Für im Wachstum befindliche Start-ups ist der Aufbau eines eigenen Customer Service zu aufwendig. Die bestehenden Mitarbeiterressourcen sind stark eingebunden, sodass Kundenanfragen nicht rechtzeitig oder ausreichend bedient werden können – der Kundenservice bleibt auf der Strecke. Hier ist Skalierbarkeit und Flexibilität gefragt: „Als professioneller Lösungsanbieter und Qualitätsmarktführer

*Laut Start-up Barometer von  
Ernst & Young ziehen FinTech-  
Unternehmen in Deutschland das  
meiste Investitionskapital an.*



setzen wir genau da an, wo für FinTechs, bedingt durch eine ressourcenbedingte Überbelastung, unangenehme Folgen für die weitere Kundenentwicklung drohen“, so Torsten Krause, CEO des Dialogmarketing-Spezialisten Ströer Dialog Group. Durch ein nachhaltiges Skalierbarkeits- und Flexibilitätskonzept könne die Ströer Dialog Group, wenn inhouse dafür keine Ressourcen bereitstehen, mit ihren vorhandenen Kapazitäten einen professionellen Kundenservice für FinTechs bereitstellen. „Unser Qualitätsanspruch ‚Best Quality made in Germany‘ und unsere flexible und dynamische Arbeitsweise sowie eine gute Portion an Experimentierfreude sind die Basis für die erfolgreiche Umsetzung der Anforderungen im Kundenmanagement wachsender Unternehmen der Start-up-Szene. Wir schaffen als Dienstleistungspartner die notwendigen Freiräume, um Weiterentwicklung möglich zu machen. Der Mehrwert für unsere Start-up-Auftraggeber liegt darin, dass wir in der Lage sind, flexibel auf unterschiedliche oder anwachsende Projektvolumen zu reagieren. Das ist insbesondere in der Anfangsphase von Vorteil, da hier keine Forecast-Werte vorliegen“, erklärt der Chief Executive Officer.

#### Was Dialogmarketing-Spezialisten für FinTechs tun können

Die Palette an Leistungen, mit denen Dialogmarketing-Anbieter wie Ströer Dialog FinTechs unterstützen können, ist groß. Der Umfang der Beauftragung wird auf die individuellen Anforderungen zugeschnitten – er reicht von der Übernahme einzelner Teilbereiche bis zum Outsourcing ganzer Geschäftsprozesse, auch Business Process Outsourcing genannt.

#### Outbound: Leadqualifizierung bis Neukundengewinnung

Die Erschließung konkreter Zielgruppen geht der klassischen Kundengewinnung voran. Beispielsweise können Leads von FinTechs online eingesammelt und dann durch einen Dialogmarketing-Spezialisten wie Ströer Dialog qualifiziert werden. Der Datensatz kann so schnell vervollständigt werden, um zum Beispiel die Kreditprüfung und -vermittlung abzuschließen. Das lässt sich auch direkt mit einer Sales-Komponente verbinden, das heißt mit der Generierung von Vertragsabschlüssen. „Neukundenakquise ist unsere Expertise, denn wir erstellen passgenaue Angebote für potenzielle Kunden. Die Basis unseres Outbound-Modells bilden umfassende Analysen, die das Wertpotenzial von Kunden berechnen, um sie schließlich zum richtigen Zeitpunkt auf dem gewünschten Kommunikationsweg anzusprechen. Unsere versierten Sales-Agenten nutzen leistungsstarke und kollaborative Technologien, die eine zeitgerechte Ansprache von Kunden ermöglichen und den Weg zu einem erfolgreichen Verkaufsabschluss ebnen“, erklärt Torsten Krause, CEO der Ströer Dialog Group. Außerdem lassen sich Rückruf-Services zur Erweiterung des Customer Supports einrichten, die externe Dialogmarketing-Anbieter für FinTechs abbilden können.

#### Inbound: Von Support Hotline oder Chat bis zum Video Ident

Eine hohe Servicequalität im direkten Kundenkontakt auf allen Kanälen wird durch die Übernahme eines externen Dienstleisters wie Ströer Dialog schnell erlangt. Die professionellen Kundenberater des Dialogmarketing-Spezialisten übernehmen die lösungsorientierte Beratung für



# 4 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DEN KUNDENSERVICE VON FINTECHS

Wenn FinTechs die folgenden vier Kernpunkte berücksichtigen, können Imageschäden vermieden und die Customer Experience kann stattdessen optimiert werden.

## 1. ERREICHBARKEIT

Das eiserne Gebot für Finanzunternehmen ist, immer eine gute Erreichbarkeit sicherzustellen. Die hohe Sensibilität, die Kunden mit ihren finanziellen Ressourcen verbinden, sollten Unternehmen in diesem Bereich ebenfalls leben. Das Bedürfnis nach Kommunikation und Transparenz muss in dem Moment, in dem es beim Kunden aufkommt, auch befriedigt werden können.

## 2. INDIVIDUALITÄT

Verschiedene Zielgruppen und insbesondere Generationen kommunizieren unterschiedlich. Das muss Berücksichtigung finden, um den Customer Service nachhaltig zum Erfolg zu führen. Darüber hinaus ist es wichtig, dass der Bank das private Ersparte genauso wichtig zu sein scheint, wie dem Kunden. Erst bei einer Begegnung auf Augenhöhe kann Vertrauen entstehen.

## 3. KANALVIELFALT

Mehrere Kanäle zur Verfügung zu stellen, ist trotz des Betreuungsaufwands für das Unternehmen in puncto Kundenservice und Vertrauensbildung ein Muss: Zum einen fördert es die Erreichbarkeit, die oberstes Credo für Banken und Finanzunternehmen ist. Zum anderen zahlt es auf die individuellen Kommunikationspräferenzen der Kunden ein.

## 4. PROFESSIONALITÄT

Eine schnelle und fachkundige Auskunft gehört genauso zu den vertrauensfördernden Maßnahmen wie die vorhergehenden drei Punkte. Kunden wollen nicht kommunizieren um des Kommunizierens willen, sondern suchen eine kompetente Lösung für ihr Problem. Die professionelle Bearbeitung des Anliegens zeigt dem Kunden, dass er ernst genommen wird.

Das gilt im Übrigen auch im wachsenden E-Commerce-Markt, wo Onlinezahlungsdienstleister nicht mehr wegzudenken sind. Zu den beliebtesten Zahlungsdienstleistern zählen Paypal und Klarna. Aber auch die GAFA-Produkte (GAFA: die Internet-Konzerne Google, Apple, Facebook, Amazon) Amazon Pay, Google Pay und Apple Pay holen auf. Inzwischen haben Online-Bezahldienste über 20 % Marktanteil unter den Online-Zahlungsverfahren und stehen damit direkt an zweiter Stelle nach dem Rechnungskauf. Während laufender Konzentrationsprozesse kann hohe Kundenservice-Qualität auch hier zum Alleinstellungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil avancieren.

**FinTech Kundenservice Lösung**  
am Beispiel einer Online Direktbank



## FinTech Kundenservice Lösung am Beispiel einer Online Direktbank



**Web/App Self Service**

- FAQs
- Kundenforum
- App Self Service



**Lösung: Professionelles Dialogmarketing mit der Ströer Dialog**

**Telefonie**

- für die Zielgruppe, die die telefonische Problemlösung bevorzugt
- Inbound oder Outbound mit Implementierung eines Rückruf-Buttons
- Professionelle Beratung und Lösung des Anliegens
- Refinanzierung durch Cross- und Upselling

**Webchat**

- Nutzung automatisierter Antworten
- 2nd Level mit Betreuung eines Kundenberaters
- zur Senkung der Bearbeitungszeit bei komplexen Anliegen Umheben in die Telefonie



→ FinTech-Unternehmen und klären beispielsweise schwierige Kundenanfragen, bei denen Selfservice-Instrumente oder Chatbot dem Kunden nicht weiterhelfen können. Zudem bietet die telefonische Übernahme Chancen für Cross- und Up-Selling von weiteren Finanzprodukten, die wiederum den Kundenservice refinanzieren. Neben dem Kunden-Support bietet die Ströer Dialog zum Beispiel erfolgreich die Entgegennahme von Legitimationsanrufen im Mensch-Mensch-Kontakt an und stellt einen 24/7-Service sicher. Dabei bearbeiten die Agenten die Echtheitsprüfung von Ausweisdokumenten, Personenidentifikationen sowie viele weitere Legitimationsverfahren, die im Rahmen der geldwäscherechtlichen Pflichten von Finanzunternehmen abgeleistet werden müssen.

#### **Backoffice: Schriftbearbeitung und Dokumentation**

Ströer Dialog unterstützt in der schriftlichen Sachbearbeitung von der Dokumentation bis zur Ablage und übernimmt auch Angebots- und Rechnungserstellung. Außerdem helfen die Dialogmarketing-Spezialisten bei der Pflege von Adressen und legen damit einen wichtigen Grundstein für vertrieblichen Erfolg. Mit professionellen Backoffice Services können Kommunikationsabläufe effizienter gestaltet werden.

#### **Leistungen für FinTechs im Überblick:**

- Leadqualifizierung
- Outbound Sales
- Rückruf-Services
- Video Ident
- Support Hotline
- Support Chat
- Messenger
- Vertragsmanagement
- Schriftbearbeitung und Dokumentation


#### **Intelligente Automation: Talent & Technology**

Die enge Verzahnung von Mensch und Technologie durch integrierte Lösungen im Bereich intelligenter Automation lässt Contact Center zu einem soziotechnischen System heranwachsen. Diese Entwicklung bedingt eine Optimierung der Mensch-Technik-Organisation, was ein nachhaltiges und effizientes Schnittstellen-Management voraussetzt, das auch weiterhin der bedeutsamen Ressource Mensch gerecht wird, da der Bedarf an sozialer Interaktion durch den Einsatz von Technologie reduziert wird. Der Agent wird zum Spezialisten für besondere Anfragen sowie das Entschärfen hoher Eskalationsstufen und gibt einfache wiederkehrende Aufgaben an Selfservice Tools, Chatbots oder dynamische Wissensdatenbanken ab. Bei Ströer Dialog gibt es das aus einer Hand und in enger Verzahnung. Technologieführer im FinTech-Bereich müssen also keine Sorge haben, keinen gleichfalls digitalisierten und innovativen Partner zu finden.

*Im Finanzbereich ist Vertrauen die elementare Voraussetzung für einen Geschäftsabschluss.*

*Der Mehrwert für unsere Start-up-Auftraggeber liegt darin, dass wir in der Lage sind, flexibel auf unterschiedliche oder anwachsende Projektvolumen zu reagieren.*

#### **Outsourcen unter höchsten Sicherheitskriterien**

„Best Quality made in Germany“ ist ein standort- und länderübergreifendes Qualitätsversprechen der Ströer Dialog Group an ihre Kunden. „Wir bieten einen verlässlichen Service in Verbindung mit deutschen Qualitätsstandards zu jeder Zeit und an jedem Ort. Das begeistert auch die Endkunden unserer Auftraggeber und zeichnet uns als kompetenten Dienstleistungspartner in der Branche aus. Dahinter stehen starke Prozesse und feste Organisationsstrukturen. Das Qualitätsmanagement koppeln wir hierfür eng an das Top-Management, um unseren Auftraggebern die kontinuierliche Pflege ihres Qualitätsvorsprungs zu garantieren“, sagt Geschäftsführer Krause. Das gelte auch über die Grenzen von Deutschland hinweg: Ströer Dialog ist auch in Frankreich, Spanien und in der Türkei, unter anderem an den Standorten in Lille, Strasbourg, Palma de Mallorca, Izmir und Istanbul, aktiv und setzt dort Service- und Sales-Kampagnen um. „Unsere Nearshore-Standorte sind nach europäischen Qualitätsmaßstäben zertifiziert und folgen datenschutzrechtlich dem DSGVO-Standard. Durch dieses Konzept sind wir in der Lage, unseren Kunden, je nach Projektanforderung, ein attraktives Portfolio an operativen Inlands- und Auslandslösungen anzubieten, die allesamt ortsunabhängig von deutschen Qualitätsstandards begleitet werden“, führt der Dialogmarketing-Spezialist aus.  Mehr Infos unter [www.stroer-dialog.de](http://www.stroer-dialog.de)

AUTOR: -/RED