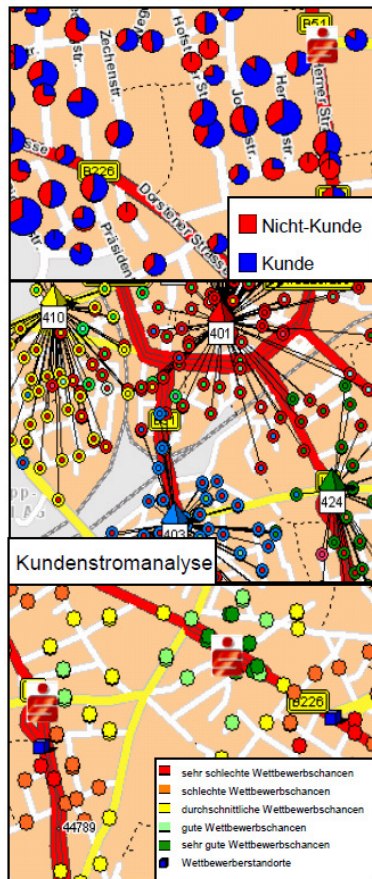


Sparkassen – Kleinräumige Marktanalyse

Annette Adameit, Referentin des Vorstands, Sparkasse Bochum



Die Herausforderung

- » Beschwerden von Geschäftsstellen, sie müssten unrealistische Ziele verfolgen, da bestimmte Produkte im Marktverantwortungsgebiet nicht abgesetzt werden könnten

Das Ziel

- » Ausrichtung der Ziele an tatsächlich vorhandenen Kundenpotenzialen
- » Auswertungen von Produkt- und Kundenstammdaten, Ermittlung produktspezifischer Potenziale und Wettbewerbschancen

Die Lösung

- » Aufbau eines individuellen Marktinformations-Systems zur
 - Analyse von Kundenströmen und Potenzialen
 - Standortbewertung und komparative Erreichbarkeit
 - Identifikation von Cross- und Up-Selling Potenzialen je Produkt

„Durch die KMA haben wir endlich eine gerechtere Methode zur Ermittlung und Verteilung unserer Geschäftsstellenziele gefunden.“

