



Falsche Richtung beim digitalen Kundenerlebnis

Von Fintech Start-ups über Online-Banken bis hin zu den Spin-off-Services etablierter Unternehmen: Die Financial Services & Insurance Branche erlebt derzeit eine wahre Innovationswelle, die das Zusammenspiel von Unternehmen und Kunden völlig neugestaltet.

81 Prozent der Befragungsteilnehmer aus diesem Sektor stuft die Optimierung der Customer Journey als „sehr wichtig“ ein. 36 Prozent sehen das Kundenerlebnis als den wichtigsten Faktor an, um sich von der Konkurrenz abzugrenzen.

Darüber hinaus stehen Data-driven Marketing, Personalisierung sowie KI bei der Verbesserung der Customer Experience ganz oben auf der Agenda. 61 Prozent der Befragungsteilnehmer nutzen in ihren Unternehmen bereits Künstliche Intelligenz oder planen, damit im kommenden Jahr zu beginnen.

Content wird vernachlässigt

Die Studie belegt auch, dass ein hervorragender Content, format- und kanalübergreifend, für ein digitales und erfolgreiches Kundenerlebnis unverzichtbar ist. Unternehmen im Bereich Finanzdienstleistung sehen in der Erstellung überzeugender Inhalte für ein digitales Erlebnis seltener für 2019 das größte Potenzial, wie vergleichsweise Unternehmen anderer Branchen (7 Prozent zu 15 Prozent).

Content Marketing, Content Management und die Erstellung von Videos werden in den Unternehmen des Finanzdienstleistungssektors im Vergleich zu anderen Branchen nicht mit wirklicher Priorität wahrgenommen. Ohne

guten und richtigen Content, der den Anforderungen der Personen in den unterschiedlichen Phasen der Customer Journey entspricht, wird die Branche die Chancen zur Interaktion mit Kunden versäumen. Und das obwohl mehr denn je Daten für ein Targeting mit den richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehen.

Technologie behindert digitalen Fortschritt

In dem Hauptbericht „Digital Trends 2018“ wird deutlich, dass die erfolgreichsten Unternehmen mit fast dreimal so hoher Wahrscheinlichkeit in integrierte, Cloud-basierte Technologien investiert haben, wie zum Vergleich durchschnittliche Firmen. Offensichtlich wurde dabei auch, dass Unternehmen aus dem Finanzdienstleistungssektor auch weiterhin durch den Einsatz veralteter Technologien in ihren Entwicklungsmöglichkeiten gebremst werden.

Der aktuelle Report basiert auf den Ergebnissen einer Umfrage, die von [Econsultancy](#) in Zusammenarbeit mit Adobe durchgeführte wurde. Im Rahmen der jährlichen Umfrage zu digitalen Trends wurden weltweit insgesamt rund 13.000 Fachkräfte der Digitalbranche befragt, darunter etwa 700 Führungskräfte aus der Finanzbranche. Die Ergebnisse des Reports können [hier](#) heruntergeladen werden.

Bild: © ra2 studio / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945220/falsche-richtung-beim-digitalen-kundenerlebnis/>