

Special Innovation

Vertrauen durch Perfektion

Wie die schriftliche Kommunikation mit Kunden optimiert werden kann.

Gerhard Scholz

Bankgeschäfte haben vor allem mit Vertrauen zu tun. Dieses Vertrauen wächst langsam, kann aber auch durch Kleinigkeiten schnell erschüttert werden. Etwa dann, wenn Sie den Kontoauszug einer wildfremden Person zugeschickt bekommen und annehmen müssen, dass irgendjemand anderer Ihren eigenen erhalten hat. Oder wenn Sie zwar Ihren eigenen Kontoauszug in der Post finden, dann aber ein und denselben noch ein zweites und drittes Mal zugeschickt bekommen.

Fehlervermeidung

Solche Kalamitäten wollte sich die Nationwide Bausparkasse von vornherein ersparen. Die größte Bausparkasse der Welt gehört mit zehn Mio. Kunden und einem Gesamtvermögen von rund 85 Mrd. Pfund Sterling zu den führenden Finanzdienstleistern in Großbritannien. Perfektes Kundenservice erachtet Nationwide als Basis ihres Geschäftserfolgs. Trotz des Einsatzes moderner

Medien erfolgt der Großteil der Kommunikation mit den Kunden noch immer über gedruckte Dokumente.

Das Versandvolumen der Postzentrale von Nationwide liegt bei etwa 90 Mio. Seiten jährlich und wächst pro Jahr um etwa 20 Prozent. Im alten System wurden Druckdaten von Großrechnern auf Cartridges gespeichert. Diese wurden dann an die Druckzentren geliefert. Wenn bei einem Druckdurchlauf ein Problem auftrat, mussten die Cartridges neu erstellt und der Durchgang erneut gestartet werden.

Diese manuell bedienten Drucksysteme verursachten einen enormen Aufwand hinsichtlich Fehlervermeidung. Das Unternehmen entschloss sich daher, Spezialisten mit der Überprüfung der Dokumentenprozesse zu betrauen, um Verbesserungspotenziale zu erschließen. Nach einer Ausschreibung wurde für dieses Projekt ein Konsortium unter der Leitung von Xerox Global Services zusammengestellt. Nach einer detaillierten Ist-Analyse wurde dem Nationwide-Management die Implementierung einer Automated Document Factory (ADF) zur Produktionssteuerung der zukünftigen schriftlichen Kundenkommunikation vorgeschlagen.

Barcode als Basis

Bis zu diesem Zeitpunkt war in Großbritannien noch nie eine vollständige ADF-Lösung zum Einsatz gekommen. Andere Firmen hatten lediglich einige ADF-Komponenten eingesetzt. ADF bietet eine vollautomatisierte, workflowbasierte Lösung, die den gesamten Druck und Versand der Kundeninformationen steuert. Heute wird jedes einzelne Nationwide-Papier mit einem



Wenn es um Geld geht, ist Vertrauen oberstes Prinzip. Das muss sich auch in den Schriftstücken, mittels derer eine Bank mit ihren Kunden kommuniziert, ausdrücken. Foto: Bilderbox.com

Barcode versehen. Mit Hochgeschwindigkeitsdigitalkameras wird der gesamte Druckprozess überwacht. Jedes Dokument wird lückenlos verfolgt und kontrolliert. Auch beim Kuvertiervorgang werden die Barcodes mit Digitalkameras geprüft. Jedes fehlerhafte Element wird automatisch ausgesondert und neu erstellt, bis der ganze Druckdurchgang erfolgreich abgearbeitet ist.

Während der Produktion werden alle Print-Streams jedes Postens automatisch erfasst und archiviert. So können alle Dokumente, die an einen bestimmten Kunden verschickt wurden, bei Bedarf elektronisch abgerufen werden. Dadurch konnte Nationwide auch die Effizienz seiner Mitarbeiter

in den Callcentern deutlich verbessern. Bei der Beantwortung von Kundenanfragen können sie jederzeit auf die elektronisch gespeicherten Dokumente zugreifen, und zwar in genau dem gleichen Layout, wie sie dem Kunden vorliegen.

Kooperatives Projekt

Wie Silvia Ehl, Marketing- und Communication-Managerin von Xerox Global Services, berichtet, lag ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg des ganzen Projekts in einem groß angelegten Change-Management-Programm. Alle Mitarbeiter von Nationwide wurden über die Vorzüge des ADF-Systems und seine positiven Auswirkungen auf die Unternehmensprozesse informiert. Generell

erfolgen die Veränderung und die Neugestaltung solcher Prozesse immer in enger Zusammenarbeit zwischen Xerox Global Services und der jeweiligen Unternehmensleitung, wie Ehl ausführt: „Gemeinsam mit unserem Kunden arbeiten wir an der Optimierung und Strukturierung der dokumentenintensiven Prozesse in ihrem Geschäftsalltag. Unsere Kunden aus den verschiedensten Marktsektoren – von Banken und Versicherungen bis zum Einzelhandel und Produktionsbetrieb – erweitern ihr Kommunikationsspektrum durch personalisierte Dokumente, zielgruppenspezifische Marketing-Kampagnen und die Aufwertung jedes einzelnen Kundenkontakts.“

www.xerox.com

Zur Person



Silvia Ehl ist Marketing- und Communication-Managerin von Xerox Global Services.

Foto: Xerox

Das Special Innovation wird von der Plattform economyaustria finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Ernst Brandstetter