



DZ BANK
Die Initiativbank

Vermarktung B2C

Florian Möller, Gruppenleiter Vermarktung B2C



DZ BANK
Die Initiativbank

Agenda

1. Vorstellung des Teams Vermarktung B2C
2. Impulsmanager

Agenda

1. **Vorstellung des Teams Vermarktung B2C**
2. Impulsmanager

Vermarktung B2C: Aufgabenfelder

Vermarktung B2C

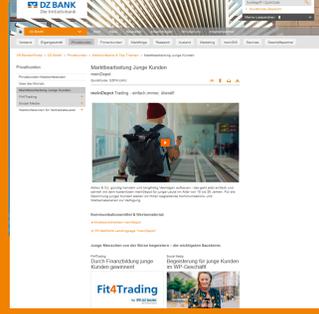
Flow Vermarktung



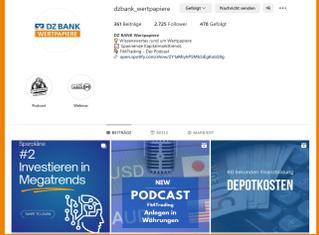
dzbank-derivate.de



Vermarktungs-inhalte VR-Banken



Social Media



Marketing Analytics



Initiativen / Projekte



Projekte und Initiativen im Bereich PK

Für die Vermarktung der DZ BANK Zertifikate und Hebelprodukte (Flow) werden verschiedene Kanäle zur Ansprache der Selbstentscheider genutzt

Vermarktungskanäle

Finanzportale

Online-Broker

Börsendienste / Influencer

Journalisten (PR)

Trading-Webinare

Vorträge und Interviews

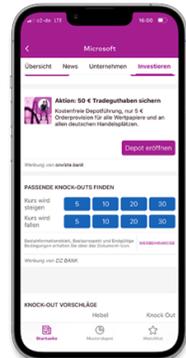
Social Media

Finanzmessen offline & online

Ziel:

Generierung von Umsätzen und Erträgen, bei gleichzeitiger Positionierung von DZ BANK Flowprodukten im Markt

Vermarktungsbeispiele



Goldesel Trading & Investing
17.369 Abonnenten



INSIGHT
// DAX tendiert weiterhin seitwärts
DAX weiter an der oberen Trendkanalbegrenzung

Währung	Währungskurs	Währung	Währungskurs
USD	1,0712	EUR	0,9245
GBP	0,7912	CHF	0,9312
JPY	151,23	AUD	0,6812
BRL	5,1234	HKD	7,7512
INR	81,2345	CAD	0,7412
RUB	78,1234	SGD	1,3412
TRY	24,5678	THB	3,5612
ZAR	18,9012	MYR	4,5612
KRW	1.234,56	PHP	5,6712
MXN	16,7890	VND	23,4567
ARS	350,1234	CLP	800,1234
COL	3.800,1234	ARS	350,1234
CLP	800,1234	CLP	800,1234
ARS	350,1234	ARS	350,1234
CLP	800,1234	CLP	800,1234
ARS	350,1234	CLP	800,1234



Trading für Berufstätige und Vielbeschäftigte
Märkte am Montag – Einzelwerte im Fokus



Ansprechpartner



Marcus Landau



Falko Block

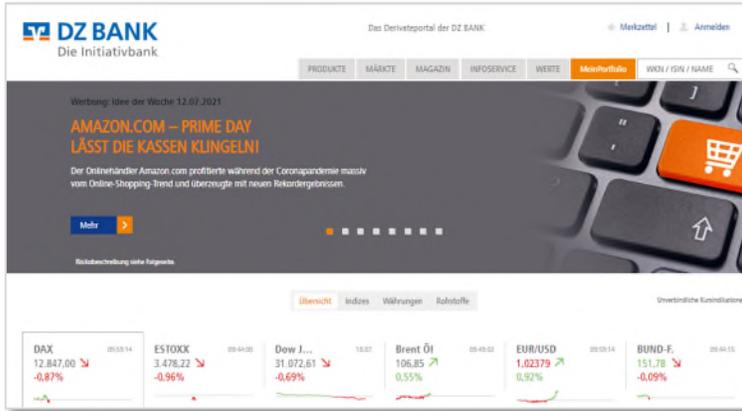
Kunde:
Selbstentscheider

→ trifft seine Anlageentscheidungen ohne Beratung selbstständig bei allen Online-Brokern



dzbank-derivate.de ist das zentrale Portal für alle Informationen rund um DZ BANK Emissionen (PK) und aktiv in den Vertrieb der Flow-Derivate eingebunden

Ansprechpartner



Markt- und Produktdaten, Research, Tools und Anlageimpulse:

- TraderDaily: börsentägliche DAX-Analyse
- Anlage-Impulse für Zertifikate- und Hebelkunden
- Einsteiger-Contents wie das „1x1 der Geldanlage“



Felix Schröder



Falko Block

Allgäuer Volksbank
Persönlich. Regional. Stark.

Handeln Sie Optionsscheine, Turbos, Zertifikate und Aktienanleihen der DZ BANK schon ab **4,95 €** pro Trade.

Unterstützung der Volksbanken Raiffeisenbanken

- Individuelle Banner der Bank werden auf dzbank-derivate.de geschaltet
- Die Banner verlinken auf die jeweiligen Websites der Volksbanken Raiffeisenbanken

Kunde:

Selbstentscheider

→ trifft seine Anlageentscheidungen ohne Beratung selbstständig bei allen Online-Brokern

Marktbearbeitungskonzepte (u.a. Junge Kunden) und B2C Werbemittel rund um das Leistungs- und Produktspektrum des Bereichs PK für alle Zugangskanäle

- Plakate
- Flyer
- SEA Optimierung
- Landingpages
- Videos
- Social Media Content
- Kundenmailings / -briefe
- weitere Unterstützungsleistungen



Ansprechpartner



Sarah Schneider



Felix Schröder

Kunde:

Digitalaffine Sparer:

→ Hat eine hohe digitale Affinität und wenig bis durchschnittliche Finanzexpertise

Traditionelle Anleger:

→ Höhere Beratungsaффinität und ist ein risikobewusster Anleger



Agenda

1. Vorstellung des Teams Vermarktung B2C
- 2. Impulsmanager**

Mit dem Impulsmanager Potenziale im Depot-B heben

Zielgerichtete Impulse steuern

Zielgruppen

via Smart Data oder IDA

Regelbasierte Selektion

Abschlussquote: 7 %¹

Datenbasierte Selektion (BVR Smart Data)

Abschlussquote: 14 %*

Kampagnenbewertung⁴

Bewertung der Ergebnisse

Ggf. Korrekturmaßnahmen vornehmen

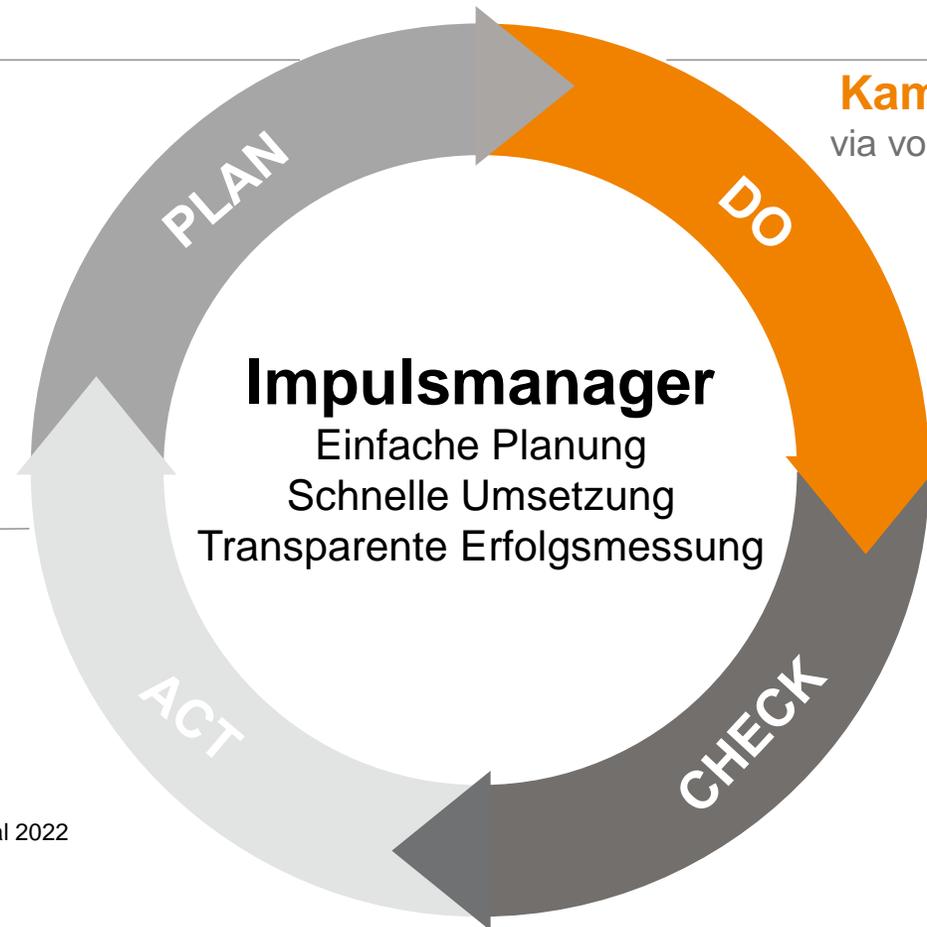
¹Rahmenbedingungen: Kampagnenzeitraum = 2 Monate

Vertriebskanäle = Berater + Brief // Ausführungszeitraum = 4. Quartal 2022

²Deep-Link via App in Vorbereitung

³Cloesd-Loop für meinSparplan in Vorbereitung

⁴Zentrales Dashboard zum Reporting von Impulsen in Vorbereitung



Kampagnen auswählen und starten²

via vorkonfektionierten Aktionsplan o. Drag & Drop



Kundenrückmeldung³

Überprüfung und Analyse der Kampagne:
(Ausgespielt, Angeklickt, Abschlussstrecke
gestartet, Produkt verkauft)

Mit dem Impulsmanager kann Ihr Haus entscheidende Wettbewerbsvorteile nutzen



Einfach und schnell:

- ✓ Einfache Datenselektion
- ✓ Effiziente Kampagnen-Durchführung
- ✓ Nervenschutz verringert Beschwerdequote
- ✓ Kosteneinsparungen (u.a. Zeitersparnis)



Transparent:

- ✓ Erfolgsauswertung der Kampagnen

Mehr Vertriebsaktivität:



Mehr ...

... Kunden kontaktieren

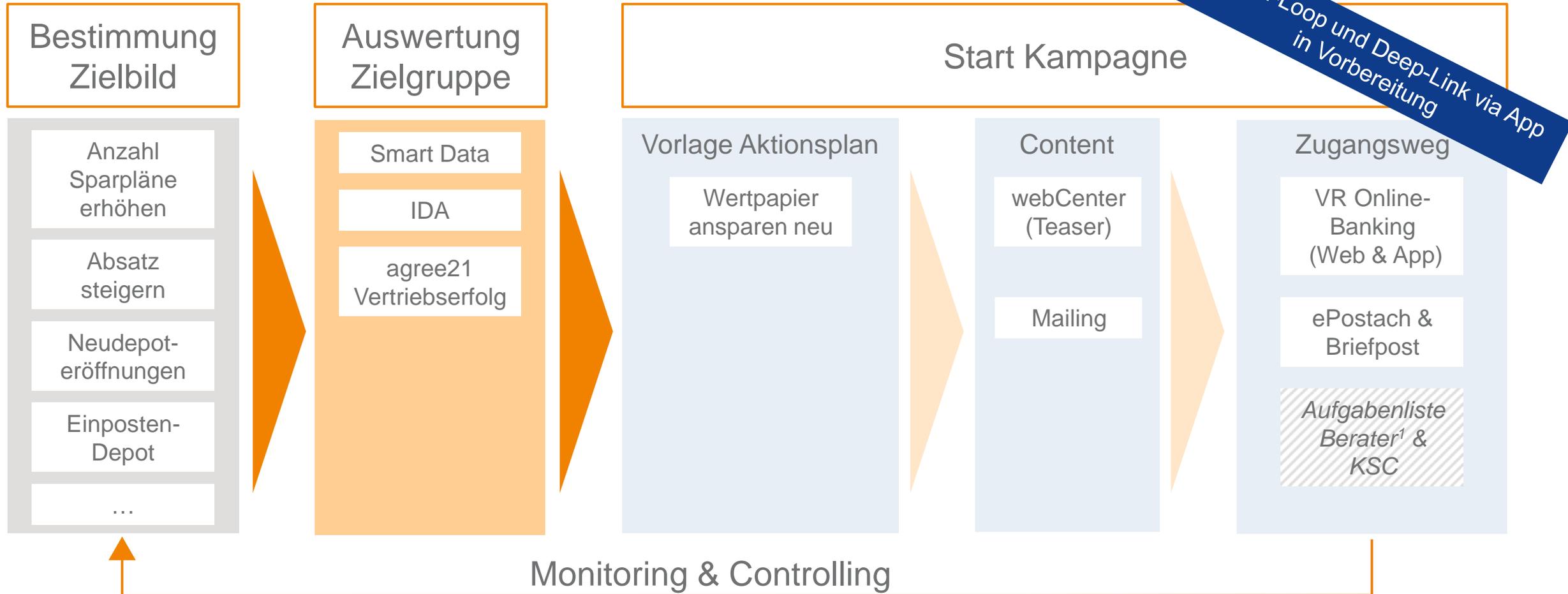
... Termine vereinbaren

... Abschlüsse



Nutzen Sie den Impulsmanager für Ihre Marktbearbeitungsziele

mein Sparplan – effizient und effektiv Kunden ansprechen



¹Synchronisierung der Aufgabenlisten mit Banking Workspace; Keine Synchronisierung der Aufgabenliste in BAP



ZEEGRUPE



Zielgruppen: viele Kunden = viele Ziele



Bestimmen Sie Ihre Zielgruppen für Ihre Kampagnen

Verschiedene Importmöglichkeiten

Zielgruppen aus Prognosen

- Smart Data Modell Wertpapier ansparen
- Im Aktionsplan ist unter Zielgruppe „Wertpapier ansparen“ auszuwählen

Zielgruppen aus agree21IDA

- Für bankeigene Anlässe können Zielgruppenabfragen aus agree21IDA verwendet werden
- Importdateien und IDA-Abfragen für Zielgruppen haben einen identischen Aufbau

Zielgruppen aus CSV-Import

- Direkt als CSV-Datei mit Semikolon als Trennzeichen in den Impulsmanager importieren.
- Den Zielgruppen-Import können Sie verwenden für:
 - Bankeigene Anlässe
 - Standardanlässe

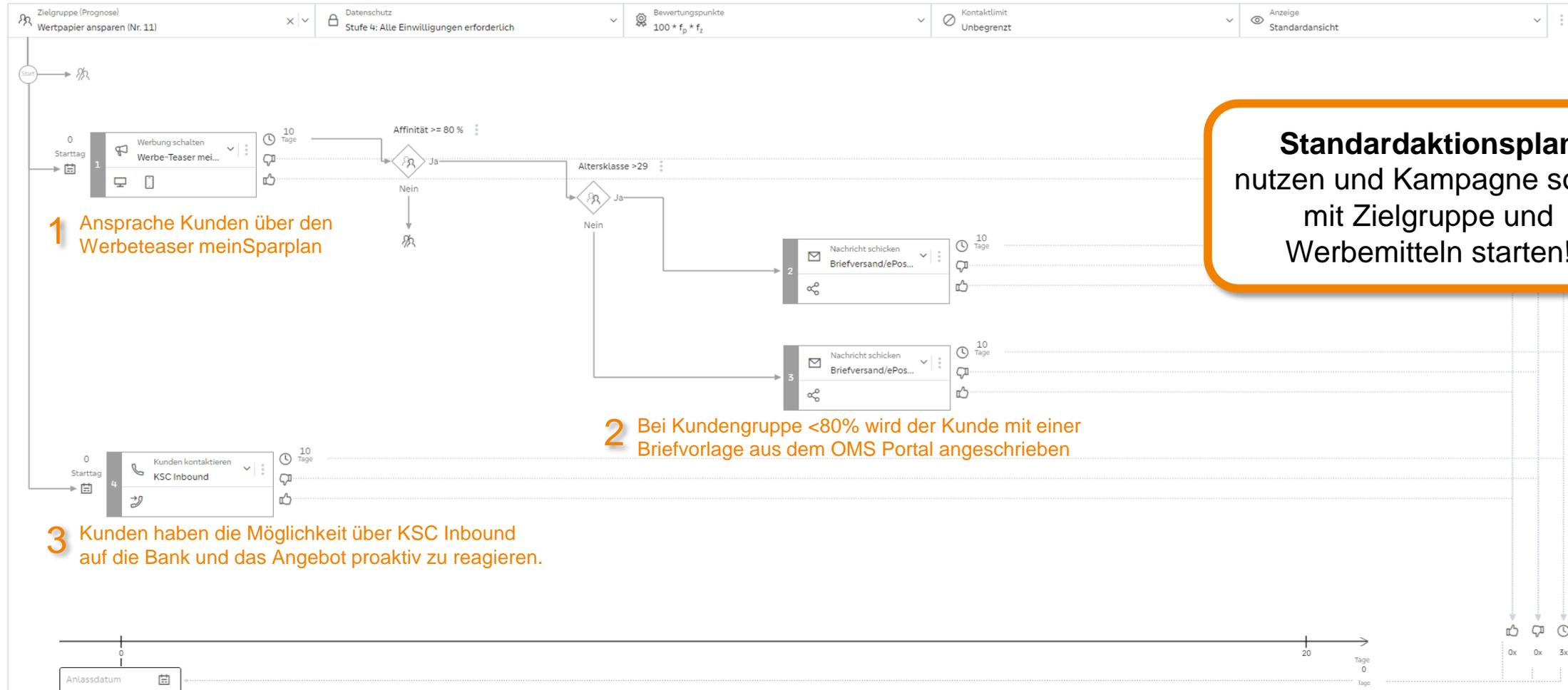
Zielgruppen aus anderen Quellen

- Vorkonfigurierte Zielgruppen durch Atruvia
- Die so gelieferten, vordefinierten Zielgruppen finden Sie in der Zielgruppenauswahl des Aktionsplans unter dem Reiter Bestand

Umsetzungsbeschreibungen finden Sie im Kapitel Zielgruppen des Leitfadens „Impulsmanagement auf der Omnikanalplattform“

Wertpapier ansparen neu: Aktionsplanmuster

Gestalten Sie Ihren Aktionsplan für Ihre meinSparplan-Kunden



1 Ansprache Kunden über den Werbeteaser meinSparplan

2 Bei Kundengruppe <80% wird der Kunde mit einer Briefvorlage aus dem OMS Portal angeschrieben

3 Kunden haben die Möglichkeit über KSC Inbound auf die Bank und das Angebot proaktiv zu reagieren.

Standardaktionsplan
nutzen und Kampagne sofort
mit Zielgruppe und
Werbemitteln starten!

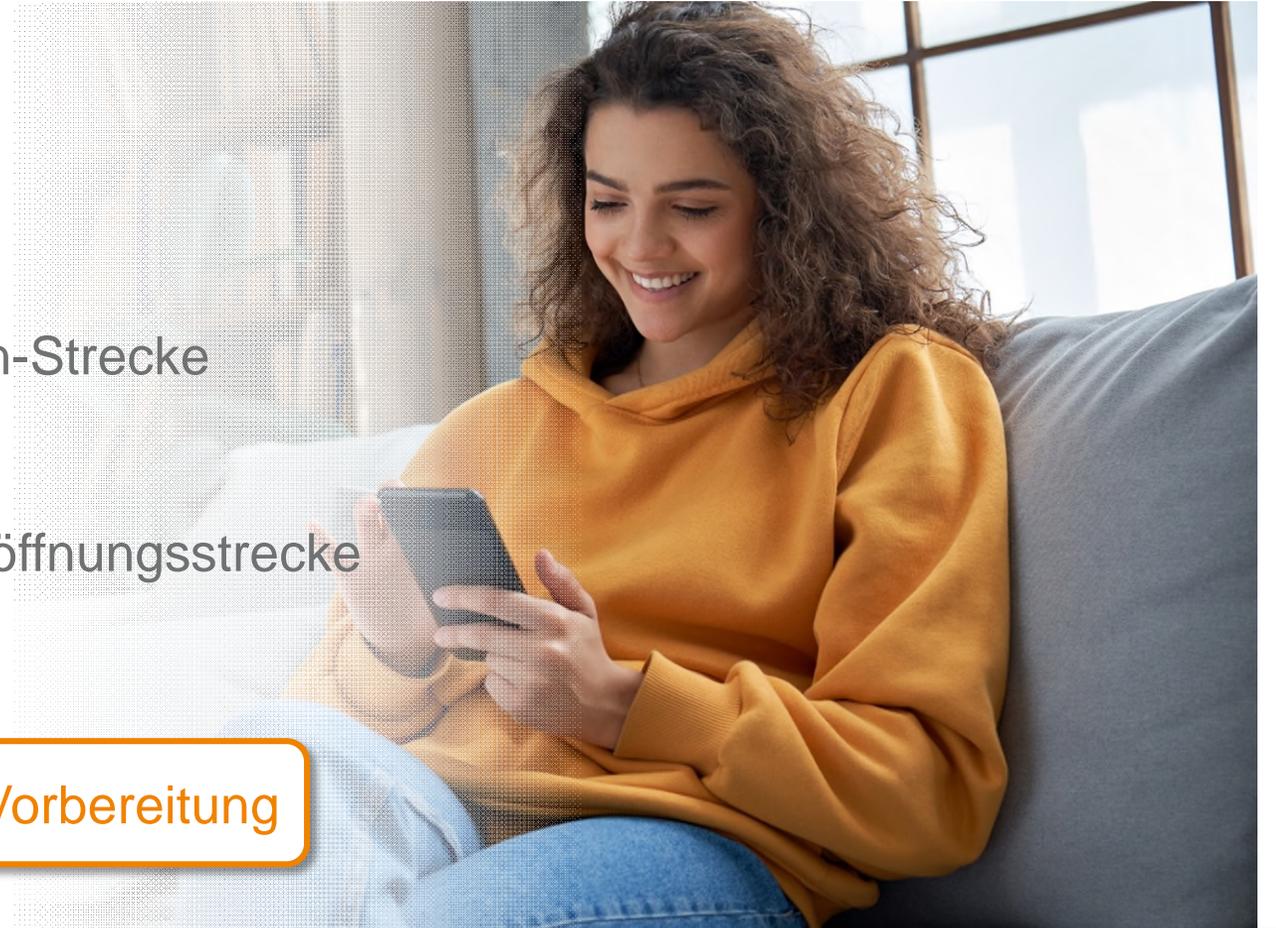
1. Werbung schalten: Erste Ansprache über meinSparplan-Werbeteaser VR Banking App oder OnlineBanking



Kunden mit Depot:
Verlinkung in Sparplan-Strecke

Kunden ohne Depot:
Verlinkung in Depoteröffnungstrecke

Deep Link via App in Vorbereitung



2. Nachricht schicken: (Junge) Kunden ohne Reaktion werden informiert

Postversand oder ePostfach

Hallo Lea,

„Steter Tropfen höhlt den Stein“ oder „Gut Ding will Weile haben“ – es gibt eine Reihe von Sprichwörtern, die uns lehren im Leben Geduld zu haben. Auch am Kapitalmarkt empfiehlt sich ein langer Anlagehorizont und regelmäßiges investieren, um sowohl in starken als auch in schwachen Börsenphasen langfristig Erfolge erzielen zu können*.

Wertpapiersparpläne können dabei helfen. Mit **meinsparplan** bieten wir Dir die Möglichkeit Dein Geld einfach und bequem anzulegen. Du entscheidest dabei jederzeit selbst über die Höhe und den Anlagehorizont Deiner Sparrate. Dabei kannst Du schon ab einer Sparrate von 10€ und 0€ Ordergebühren** loslegen. Mit einer tollen Auswahl an über 1.500 sparplanfähigen Aktien, Fonds und ETFs, kannst Du Dir ein breit gestreutes Portfolio aufbauen, um so die Chancen der Kapitalmärkte für Dich zu nutzen.

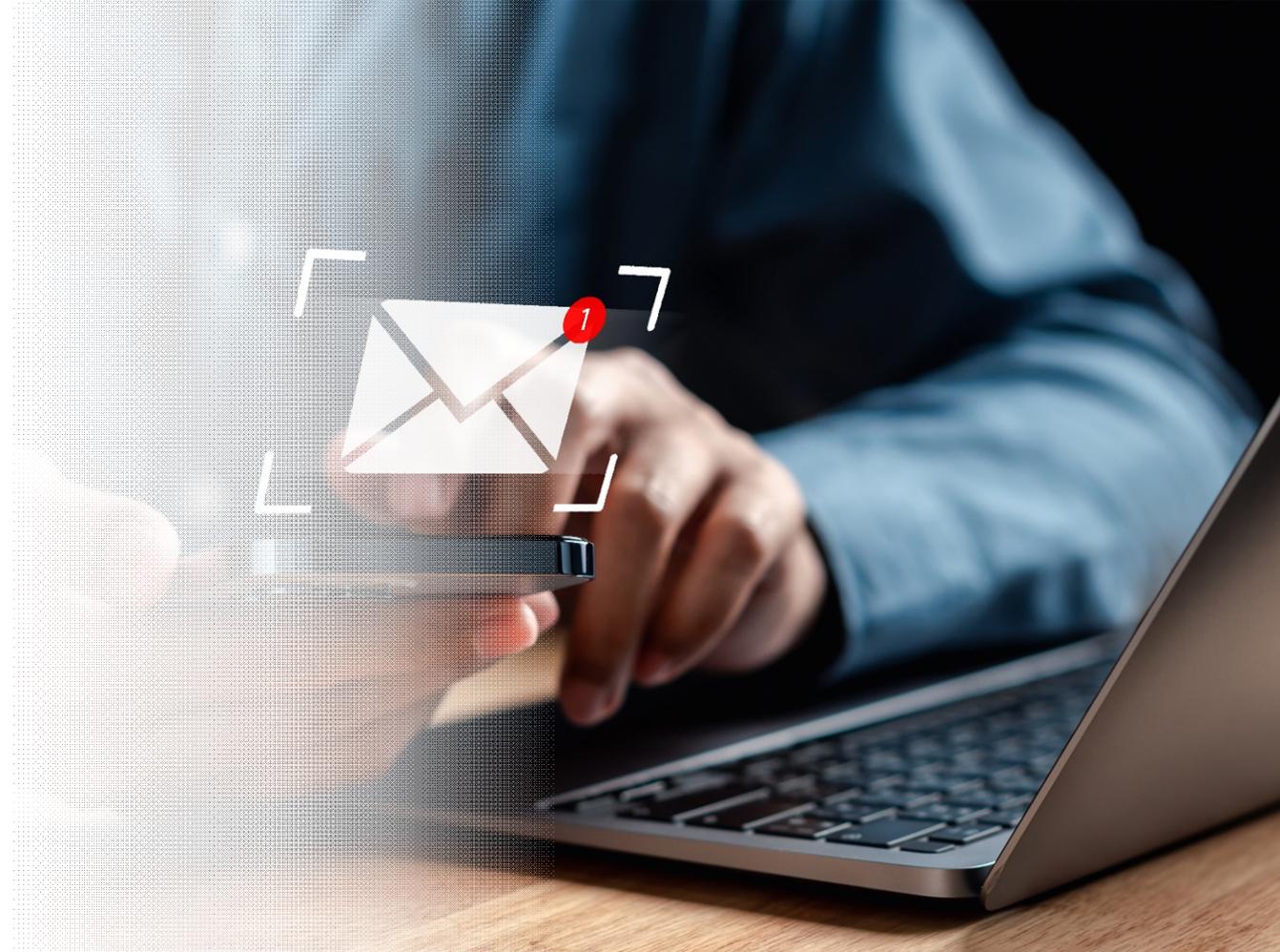
Informiere Dich jetzt hier [Verlinkung Landingpage meinSparplan] über meinSparplan und wenn Du Fragen hast, sind wir selbstverständlich für Dich da.

[QR Code Landingpage meinSparplan]

Also, worauf wartest Du?

Viele Grüße

Max Mustermann
Musterberater



3. Kunden kontaktieren: Im Kundenkontakt zum erfolgreichen Abschluss

KSC Inbound und Nachfassaktion

Zugangsweg „360° Dashboard
Inbound“ für KSC-Berater

Ergänzend: Manuelle Nachfassaktion
durch Berater als Erfolgsfaktor



meinSparplan abgeschlossen!
Erfolgreich in die Zukunft blicken.



Ergänzende Vermarktungsunterstützung für meinSparplan

Erreichen Sie Ihre Kunden über jeden Kanal

Online-Banner, Plakate, Flyer, SB-Geräte, Beileger, Thekenaufsteller



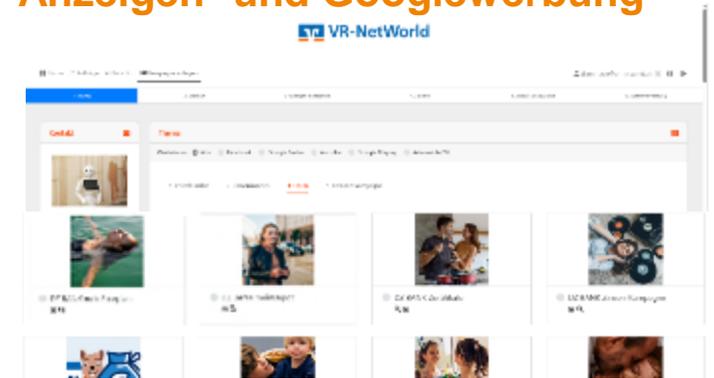
WegFrei Portal: [DZ BANK Privatkunden-Wertpapiergeschäft > meinSparplan](#)

Landingpages

Webbankplus-Katalog der VR-NetWorld



Anzeigen- und Googlewerbung



VR-AdManager unter [Kampagne anlegen > 3. UGFG](#)

Social Media



[VR-BankenPortal: DZPKJUKU > Social Media](#)

Impulse abfragen und auswerten

meinSparplan

Impulse abfragen

- 1) Kriterien zur Impulsabfrage eingeben (Nr. 11 Wertpapier ansparen)
- 2) Impulsabfrage ausführen
- 3) Impulsliste exportieren

Aktionsergebnis, bei dem die Aktion erledigt ist:

- 0 = Offen
- 1 = Angezeigt / ausgeliefert
- 2 = Angeklickt / Interesse gemeldet
- 3 = Folgeaktion gestartet (Depoteröffnungs-/Sparplanstrecke gestartet)
- 4 = Depot/Sparplan erfolgreich abgeschlossen
- 5 = Kein Interesse gemeldet

Impulse im Dashboard auswerten



Impulse in agree21 IDA auswerten

Mit agree21IDA können Sie Ihr bankeigenes Reporting selbst gestalten. Die Impulsliste ist in agree21IDA verfügbar und lässt sich mit dem kompletten Datenbestand Ihrer Bank verknüpfen und auswerten.

Im IDA-Paket finden Sie die Auswertungsmöglichkeiten aus dem Impulsmanager unter dem Ordner Optionale Produkte Aktuell/Impulsmanager

Best Practice



MeinDepot Kampagne im Zeitraum 16.10.2023 – 16.11.2023

Vereinigte Volksbanken eG



Oya Özdemir
Vertriebsmanagement

„Wir sind mit den Ergebnissen der MeinDepot-Kampagne, die wir über den Impulsmanager ausgespielt haben, sehr zufrieden:

- **5,71 %** der angesprochenen Kunden haben auf die Online-Depot-Eröffnung geklickt. Das ist deutlich mehr als vergleichbare Kampagnen erzielen“
- „Es wurden **45 Depots** eröffnet, wobei **24** davon direkt auf die Kampagne im Impulsmanager zugeordnet werden konnten.“*



- Die Kampagne wurde im Rahmen eines A/B-Tests durchgeführt. Neben Teasern im Online-Banking und in der App wurde an affine Kunden (mit Union-Depot ohne Depot B) ein Mailing via Postversand versendet.
- Kunden ohne Affinität (alle Kunden der Altersgruppe bis 27 Jahre ohne Depot-B) erhielten das gleiche Mailing ins E-Postfach.

Erkenntnisse aus bisherigen Piloten



App schlägt Online-Banking: Die Miniteaser in der App mit deutlich höherer Erfolgsquote im Vergleich zum Online Banking

Berater-Kontakt schlägt Inbound: Nach Erst-Information der Kunden, (z.B. via Miniteaser) favorisieren die Kunden den Berater-Kontakt für Rückfragen

Mehr Vertriebsaktivität führt zu mehr Abschlüssen: Der Impulsmanager ermöglicht eine effiziente Kundenansprache (z.B. Post und E-Postfach-Mailings), was im Ergebnis zu mehr Kontakten und mehr Abschlüssen führt

Einfache Produkte erzielen in digitalen Vertriebskanälen höhere Abschlussquoten, als erklärungsbedürftige Produkte