



Wie die Peapack-Gladstone Bank ihren Net Promoter Score® auf 62 % über Branchendurchschnitt hob – mit GetFeedback



DIE HERAUSFORDERUNG

Systematisches Messen der einzelnen Kundenstimmungen in einer sich schnell verändernden Serviceumgebung

Die Peapack-Gladstone Bank, die mehr als ein Jahrhundert im Geschäft ist, weiß, dass der Schlüssel zum Erfolg die positive Erfahrung ihrer Kunden mit der Bank ist. Die Bank verwaltet Vermögen von fast 4 Mrd. Dollar und bietet Dienstleistungen von Geschäftskrediten bis hin zum Private Wealth Management. Da die Kunden immer stärker die Online-Angebote nutzen, benötigten die Banker eine neue Möglichkeit, die Kunden an jedem Punkt der Interaktion mit der Bank abzuholen und so den Stand der Kundenbeziehung immer im Blick zu halten.

Larry Levine, Director of Client Experience bei der Peapack-Gladstone Bank, erkannte, dass das Unternehmen die Customer Experience am besten verstehen konnte, wenn es diese direkt nach ihrer Meinung und Erfahrung befragte. „Wir wollten Feedback einholen, es analysieren und am Ende ein Programm auflegen, mit dem wir direkt auf das eingehen können, was unsere Kunden uns mitteilen“, fügte Levine hinzu.

Die Bank hatte sich bereits für Salesforce als CRM-System (Client Relationship Management) entschieden und suchte eine Möglichkeit, mit dem sie die Kundenzufriedenheit im Kontext der Historie jeder einzelnen Kundenbeziehung messen konnte. Stakeholder mit direkten Kundenverbindungen benötigten einen einfachen Zugriff auf diese Informationen in Salesforce selbst, um die Interaktionen ständig auf höchstem Niveau zu halten.



„Wir hatten den Wunsch, direkt von unseren Kunden zu erfahren, was sie bewegte. Dieses Feedback wollten wir dann prüfen, analysieren und darauf aufbauend ein Programm entwickeln, das auf das eingeht, was unsere Kunden uns mitteilen.“

Larry Levine, Director of Client Experience, Peapack-Gladstone Bank

+52

Net Promoter Score®
(NPS®) erreicht

+10 %

Zuwachs beim NPS
in nur 12 Monaten

62 %

über dem
Branchendurchschnitt
beim NPS

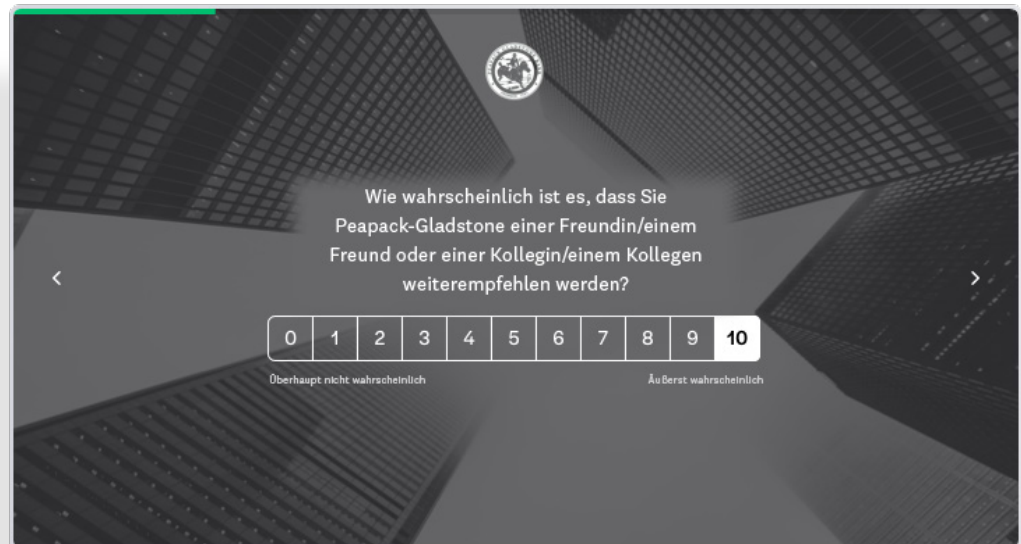
Levine and Scott Searle, der Salesforce-Administrator der Bank, wollten das Kundenerlebnis auf ein neues Niveau heben und entschieden sich daher für GetFeedback.

DIE LÖSUNG

Das in Salesforce integrierte Feedback unterstützt die Banker dabei, schnell Probleme zu identifizieren und zu beheben

GetFeedback wurde speziell für Salesforce entwickelt, was für den schon seit 20 Jahren für die Bank tätigen Searle ein ganz wichtiges Kriterium war. Er erstellte kurzerhand die erste NPS-Umfrage der Bank und eröffnete damit einen neuen Weg, um die Kundenzufriedenheit langfristig zu messen. Die Peapack-Gladstone Bank entwickelte darüber hinaus Workflows, die solche Fälle identifizierten, die direkte Aufmerksamkeit erforderten. Wenn ein Kunde in einer NPS-Umfrage in GetFeedback weniger als 6 von 10 Punkten vergibt, wird automatisch in Salesforce ein Fall angelegt. Dadurch wird der zugewiesene Banker benachrichtigt, der sich daraufhin mit dem Kunden in Verbindung setzt, um ein eventuell vorhandenes Problem zu lösen.

Das Team muss aber nicht auf einen niedrigen Wert warten, um aktiv werden zu können. Alle Banker haben in Salesforce Zugriff auf die von ihren Kunden vergebenen Punkte und können sich direkt an diejenigen wenden, die nicht wirklich zufrieden sind. Die Peapack-Gladstone Bank nutzt GetFeedback auch zum Erstaufbau der Kundenbeziehungen: Die Kunden erhalten automatisierte Onboarding-Umfragen, in denen sie ihr Erlebnis beim ersten Kontakt mit der Bank bewerten können. Dadurch wird sichergestellt, dass jede neue Kundenbeziehung auf einer soliden Grundlage fußt.



Organisation:

Peapack-Gladstone Bank

Strategische Ziele:

- Kundenzufriedenheit mit dem Online-Banking messen
- Net Promoter Score (NPS) der Bank steigern
- Optimierte Kundenbeziehungen durch Zugriff der Banker auf Kundenfeedback

Lösung:

GetFeedback

Erfolgsfaktoren:

- Angepasste Workflows und automatische Fallerstellung
- NPS 62 % über Branchendurchschnitt
- 10 % höherer NPS in 12 Monaten

NPS, Net Promoter & Net Promoter Score sind eingetragene Marken von Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reichheld.

DIE ERGEBNISSE

Übertreffen der Ziele für die Kundenzufriedenheit in nur 12 Monaten und damit neues Niveau für die Branche

Diese erste Umfrage, die Searle initiierte, brachte gute Neuigkeiten ans Licht: Der Anfangs-NPS der Bank lag höher als bei ihren Mitbewerbern. Levine war jedoch davon überzeugt, dass durch den neuen Prozess die Customer Experience noch optimiert werden konnte und legte daher das ehrgeizige Ziel fest, den NPS der Bank um weitere 10 % zu heben. Durch die dank GetFeedback gewonnenen Insights und die automatische Fallerstellung waren die Banker in der Lage, mit einzelnen Kunden Kontakt aufzunehmen, Probleme schnell zu lösen und den Grundstein für langanhaltende Kundenbeziehungen zu legen.

Ein Jahr nach Start der CX-Initiative erreichte die Peapack-Gladstone Bank ihr selbstgestecktes Ziel. Die Bank erhielt einen NPS-Wert von über 52 und lag damit ganze 62 % über dem von der Temkin Research Group gemeldeten Branchendurchschnitt von 32. Levines Ziel einer Steigerung um 10 % war damit erreicht. Jetzt setzt die Bank Trainingsprogramme für kundenseitig eingesetzte Beschäftigte ein, die auf den in GetFeedback gesammelten Insights basieren. So werden die Banker gezielt hinsichtlich der Verhaltensweisen und Aktionen geschult, die die Kundenzufriedenheit fördern und den NPS positiv beeinflussen.

Kundenfeedback dient jetzt als konstanter Katalysator für den Fortschritt bei der Peapack-Gladstone Bank. Das durchgängig stringente Programm für Kundenfeedback lässt die Nadel der Gesamtkundenzufriedenheit ausschlagen und öffnet die Türen für künftige, bahnbrechende CX-Programme.

„Das Feedback unserer Kunden ist jetzt in Salesforce integriert, wo wir es nach Abteilung, Filiale oder nach Geschäftsbereich filtern und darauf aufsetzend täglich geeignete Maßnahmen ergreifen können.“

Scott Searle, Salesforce-Administrator, Peapack-Gladstone Bank