

Wipro und Efma veröffentlichen im Jahre 2013 erstmals einen Bericht über digitales Marketing im globalen Privatkundengeschäft für Banken

Utl.: Der Bericht zeigt, dass die nächste Wachstumswelle im Privatkundengeschäft für Banken durch digitales Marketing vorangetrieben wird =

Paris Und Bangalore, Indien (OTS/PRNewswire) - Wipro Ltd., ein führendes Globalunternehmen für Informationstechnologie, Beratung und Outsourcing stellte zusammen mit Efma, einer globalen gemeinnützigen Organisation, welcher mehr als 3.300 Finanzdienstleistungsunternehmen für Privatkunden aus mehr als 130 Ländern angehören, heute auf der Efma Distribution Week Konferenz in Brüssel den ersten Bericht vor, der je zum Thema Digitalmarketing im Bereich Privatkundenbanking ausgearbeitet wurde.

(Logo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20121129/579804>)

Dieser Bericht, der den Auftakt zu einer Reihe an Berichten darstellt, basiert auf einer globalen Umfrage zu den Themen Marketing und digitale Vermarktungskanäle unter Banken.

Die Verbreitung digitaler Marketingkanäle verändert die Art und Weise, wie Kunden heute Banking-Dienste nutzen. Dabei stellt sich heraus, dass der Kontakt über digitale Medien sich bald zum Hauptmittel der Kundeninteraktion entwickeln wird. Wegen dieses Trends konzentrieren sich Banken auf digitale Marketingmassnahmen, um das wachsende Marktsegment solcher Kunden anzusprechen. Ein orts-, kontext- und verhaltensspezifisches Marketing, das auf Interaktionsereignisse im Echtzeitmodus reagiert und durch Analysewerkzeuge gesteuert wird, wird in Zukunft wahrscheinlich den Regelfall darstellen.

Rajan Kohli, Vice President und Head - Banking and Financial Services bei Wipro Ltd. sagte hierzu: "Digitale Technologien, soziale Medien und die explosionsartig ansteigenden Datenmengen definieren die Modelle der Kundengewinnung neu. Wenn wir uns die Ausgaben anschauen, die von den Banken in unserer Umfrage angegeben worden sind, dann macht die herkömmliche Werbung nur 55 Prozent der Gesamtausgaben für Marketing aus. Die CMOs, mit denen wir sprachen, stellten klar, dass die Aufgabe des CMOs sich ändert, wenn die Banken sich für die

Entwicklung neuer Marketingkanäle und Vermarktungspotenziale entscheiden."

Wipro und Efma haben zum ersten Male weltweit einen digitalen Marketingindex erstellt, der das Benchmarking der digitalen Marketingmöglichkeiten einer Bank in Bezug auf die jeweils führenden Unternehmen einer Klasse unterstützt. Nur 13 Prozent der befragten Banken wiesen das höchste Reifenniveau in Hinblick auf digitales Marketing auf. Der Index misst die digitale Marketing-Reife einer Bank anhand von acht verschiedenen Fähigkeitsindikatoren; die Bewertungen umfassen die Fähigkeiten der Bank hinsichtlich der Datenverwaltung, der Angebotspräsentation, der Marketingprozesse und der Nutzung von Analysewerkzeugen. Der Index weist ausserdem darauf hin, dass die Mehrheit der Banken kein ereignisgesteuertes Echtzeit-Marketing betreibt und auch keine Möglichkeiten dazu besitzt, sich auf eine persönliche Anpassung der Daten konzentrieren zu können.

Daneben zeigte die Studie auch, dass die sozialen Medien noch nicht zum Mainstream-Marketing gehören und immer noch nicht als Hauptkanal zur Interaktion mit den Kunden gelten. In unserer Umfrage entdeckten wir, dass die Massnahmen im Bereich soziale Medien hauptsächlich von der Marketingabteilung erledigt werden, und erst an zweiter Stelle vom Team für Branding und Kommunikation. Bei mehr als 80 Prozent der befragten Banken betragen die Ausgaben für soziale Medien weniger als 500.000 Euro pro Jahr.

Angesichts des unvermeidlichen Trends, dass in zunehmendem Masse digitale Marketingkanäle durch die Kunden genutzt werden, gibt der Wipro/Efma-Bericht den Banken folgende Empfehlungen:

- In die Betrachtungen einbeziehen, wie die Interaktion mit den Kunden nach Meinung der Bank voraussichtlich in fünf Jahren aussehen wird, und insbesondere, wie die Kunden voraussichtlich in der Zukunft Finanzprodukte kaufen werden;
- Sorgfältig die derzeitigen digitalen Marketingmöglichkeiten der Bank anhand der Messgrössen bewerten, die wir in dieser Studie ermittelt haben, um eigene Schwachstellen aufzuspüren;
- Einen Investitionsplan für digitale Marketingkapazitäten entwickeln, mit dem garantiert wird, dass sich die Bank den Konkurrenten und dem sich ändernden Kundenverhalten gegenüber einen Vorsprung erarbeitet, oder zumindest damit Schritt hält;
- Genauestens die Entwicklungen hinsichtlich "Big Data" (grosser

Datenmengen) verfolgen und, wenn möglich, die ersten Schritte im Hinblick auf Tests von Anwendungen neuer Technologien unternehmen, die bereits verfügbar sind.

Den vollständigen Bericht einschliesslich persönlicher Ansichten führender Fachleute im Bereich digitales Banking zur sich verändernden Gestalt des digitalen Marketing finden Sie unter <http://www.wipro.com/landing-pages/Global-Retail-Banking-Digital-Marketing-Report-2013.aspx>

Über Efma

Efma ist eine gemeinnützige Organisation im globalen Rahmen, die mehr als 3.300 Finanzdienstleister im Privatkundenbereich aus über 130 Ländern vertritt. Mit einer Mitgliederbasis, die aus nahezu einem Drittel aller grossen im Privatkundengeschäft tätigen Banken aus aller Welt besteht, hat Efma unter Beweis gestellt, dass sie eine wertvolle Ressource für die globale Finanzindustrie darstellt, die ihren Mitgliedern exklusiven Zugang zu einer Vielzahl an Ressourcen, Datenbanken, Studien, Fachartikeln, Newsfeeds und Publikationen bietet. Durch Arbeitsgruppen, Online Communities und internationale Meetings bietet die Efma ausserdem zahlreiche Möglichkeiten zur Erweiterung und Pflege sozialer Netzwerke an.

Weitere Informationen: <http://www.efma.com> oder info@efma.com

Über Wipro Ltd.

Wipro Ltd. ist ein führendes Unternehmen in den Bereichen Technologie, Consulting und Outsourcing. Das Unternehmen bietet Lösungen, mit denen seine Kunden ihre Geschäftstätigkeit verbessern können. Auf Basis einer tiefgründigen Branchenerfahrung und eines allumfassenden Blickwinkels im Hinblick auf "Business through Technology (Geschäftserfolg durch Technologieeinsatz) sorgt Wipro für erfolgreiche Geschäftsergebnisse, und hilft den Kunden so, ihre Unternehmen erfolgreich und anpassungsfähig zu machen. Wipro ist ein Unternehmen, dessen umfassendes Leistungsangebot, praktischer Ansatz zur Förderung von Innovationen und unternehmensweites Engagement für Nachhaltigkeit zu weltweiter Anerkennung geführt haben. Das Unternehmen beschäftigt über 140.000 Mitarbeiter und hat Kunden in 54 Ländern. Weitere Informationen finden Sie auf <http://www.wipro.com>.

Zukunftsgerichtete Aussagen und Warnhinweise

Einige Aussagen in dieser Pressemitteilung bezüglich unseres zukünftigen Wachstums sind zukunftsorientierte Aussagen, welche eine Reihe von Risiken und Unwägbarkeiten beinhalten, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse massgeblich von denen in derartigen zukunftsorientierten Aussagen abweichen. Zu den Risiken und Unwägbarkeiten im Zusammenhang mit diesen Aussagen zählen, ohne hierauf beschränkt zu sein, Risiken und Unwägbarkeiten in Bezug auf Schwankungen bei Einnahmen, Umsatz und Gewinn, unsere Fähigkeit zum Generieren und zur Förderung von Wachstum, intensiven Wettbewerb bei IT-Dienstleistungen, unsere Fähigkeit, unseren Kostenvorteil beizubehalten, Lohnerhöhungen in Indien, unsere Fähigkeit zur Gewinnung und Bindung hochqualifizierter Arbeitskräfte, Zeit- und Kostenüberziehungen bei Festpreis und Festzeit-Rahmenverträgen, Kundenkonzentration, Einwanderungsbeschränkungen, unsere Fähigkeit zur Abwicklung unserer internationalen Geschäftstätigkeiten, Nachfragerückgang bei Technologien in unseren Schwerpunktbereichen, Unterbrechungen bei Telekommunikationsnetzwerken, unsere Fähigkeit zur erfolgreichen Umsetzung und Einbindung potenzieller Akquisitionen, Schadensersatzforderungen im Zusammenhang mit unseren Dienstleistungsverträgen, der Erfolg von Unternehmen, bei denen wir strategische Investitionen tätigen, Rücknahme staatlicher Steueranreize, politische Instabilität und Krieg, rechtliche Beschränkungen bei der Kapitalbeschaffung oder der Übernahme von Unternehmen ausserhalb Indiens sowie unbefugte Nutzung unseres geistigen Eigentums und allgemeine Wirtschaftsbedingungen, die unsere Branche und unsere Industrie betreffen. Weitere Risiken, die sich auf unsere zukünftigen Betriebsergebnisse auswirken können, sind detaillierter in unseren Einreichungen bei der United States Securities and Exchange Commission beschrieben. Diese Berichte stehen unter <http://www.sec.gov> zur Verfügung. Wir können gelegentlich zusätzliche schriftliche oder mündliche zukunftsbezogene Aussagen machen, darunter Aussagen, die in den Einreichungen des Unternehmens bei der Securities and Exchange Commission und in unseren Aktionärsberichten enthalten sind. Wir verpflichten uns nicht, zukunftsbezogene Aussagen, die gelegentlich von uns oder in unserem Namen abgegeben werden, zu aktualisieren.

Photo:

<http://photos.prnewswire.com/prnh/20121129/579804>

~

Rückfragehinweis:

Karine Coutinho

Efma
+33-1-47-42-69-82
karine@efma.com

Dirk Lewis
Wipro Ltd.
+91-7760983976
dirk.lewis@wipro.com

~

Digitale Pressemappe: http://www.ots.at/pressemappe/PR109658/aom

*** APA-OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.IT-PRESS.AT ***

IKT0002 2013-05-30/14:40

301440 Mai 13

Link zur Aussendung:
https://www.it-press.at/presseaussendung/IKT_20130530_IKT0002