

Vertriebskommunikation  
für Banken und Versicherungen

**touchmore**

## 13% Vertragsquote für Online-Banking durch ein Mailing

Kunde: VR Bank Tübingen  
Bereich: Girokonto / Online-Banking



# Die Ausgangssituation

---

Die Vorteile von Online-Banking verständlich zu machen, stellt Bankmitarbeiter täglich auf die Probe.

Gerade wenn es um das Thema Geld geht, ist es eine große Herausforderung ältere Kunden und Online-Skeptiker zu überzeugen. Deshalb werden gerade für diese Zielgruppe neue kommunikative Ansätze gesucht.



# Die Aufgabe

---

Privatkunden sollen mit einem Mailing von den Vorteilen des Online-Bankings überzeugt werden und zum Abschluss der Online-Banking Vereinbarung bewegt werden.

Darüber hinaus brauchen die Berater ein unkompliziertes Hilfsmittel zur Neukundengewinnung für digitale Services.



# Die Lösung

---

Mit einem genii®-Mailing werden auch technisch nicht versierte Kunden im Handumdrehen zur Online-Banking Registrierung geführt.

Sie erleben damit schon im Registrierungsprozess wie einfach Online-Banking sein kann und bauen eventuell vorhandene Berührungspunkte ab.

Der genii® Webkey kommt außerdem als Teil einer Broschüre während der Beratung in der Filiale zum Einsatz.





Abtrennen.  
Einstecken.  
Starten.  
Morgen kann kommen.  
VR Bank  
Tübingen eG



# Das Ergebnis

---

- 13% von 4.000 angeschriebenen Privatkunden schlossen einen Vertrag ab
- Positive Resonanz von den Servicemitarbeitern in den Filialen



# Feedback

---

*"Der Erfolg des Projekts übertrifft den aller bisherigen Maßnahmen in diesem Bereich um ein Vielfaches.*

*Dabei hat uns die kompetente Beratung und das Full-Service Konzept von Touchmore viel Arbeit erspart. "*



**Florian Zenker**

Innovationsmanager  
VR Bank Tübingen

# Fühlbar mehr Wirkung



02191 - 98370



intouch@touchmore.de



www.touchmore.de



Link zu dieser [Case Study](#)