



► Digitalisierung an der Kundenschnittstelle

**Zielsetzung:** Während man im Retail bereits sehr viele Prozesse an der Kundenschnittstelle digitalisiert hat, ist im Wealth Management die Welt immer noch wenig robotisiert und vor allem durch die Persönlichkeit des Kundenberaters geprägt.

Wealth Manager müssen sich mit der neuen digitalen Welt vertraut machen. Digitalisierung ist nicht nur eine enorme Effizienzmaschine - bedeutet nicht nur Self-Service-Sklaverei - sondern ist auch ein Motor für neue und intensive Kundenerlebnisse.

## Mehrwert

Mit den Mitteln der Digitalisierung ...

...weiss man viel mehr über seine Kunden

...kann man Wissen aktiv an allen Touchpoints sammeln

...und dieses Wissen synchronisiert in die Organisation tragen, wo es von den entsprechenden Stellen umgesetzt wird und zu einer besseren Kundenbeziehung führt.