WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Ab
1.9.2020
sind wir

OST
Ostschweizer
Fachhochschule

ost.ch

Praxisprojekt Managementkonzeption für die Raiffeisenbank Wil und Umgebung

Projektteam (v. l. n. r.) hinten Alina Büchler, Diepoldsau; Melvin Lenggenhager, Arbon; Katarina Zoric, Wattwil; **vorne** Stefanie Stuber, Engelburg; Sabrina Riedi, Diepoldsau; Anna Zwicker, Au SG, Projektleiterin

2020

FHS St.Gallen
Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Optimaler Mittel- und Ressourceneinsatz im Marketing einer Regionalbank

Die Raiffeisenbank Wil hat die Projektgruppe beauftragt, ein Konzept für die Marketingstrategie 2020-2023 zu erarbeiten, mit der eine effiziente Marktbearbeitung bei optimalem Ressourceneinsatz erreicht werden kann. Mithilfe der gewonnen Erkenntnisse wurden praxistaugliche Massnahmen abgeleitet.

Methodik

Die Projektgruppe vertiefte sich vorab in die Sekundärliteratur des branchenspezifischen Marketings einer Bank. Für die Erarbeitung der Ist-Analyse führte die Projektgruppe eine Primärforschung durch. Diese bestand aus einer Kundenumfrage sowie zwei Fokusgruppen, einerseits mit den Mitarbeitenden im Marketing und andererseits mit der Bankleitung. Die Kundschaft sowie die Mitarbeitenden wurden zu den aktuellen Marketingmassnahmen und zu digitalen Kommunikationsmitteln befragt. Die Projektgruppe fasste alle Erkenntnisse aus der Marktforschung in einer SWOT-Analyse zusammen, welche die Basis für das Marketingkonzept darstellt.

Ergebnisse

Im Rahmen des Marketingkonzepts erarbeitete die Projektgruppe Kommunikationsziele, eine Positionierung und Personas, die typische Kundenprofile für die definierten Zielgruppen darstellen. Zudem wurden die bestehenden Marketingaktivitäten Events, Werbung und Sponsoring analysiert. Aufgrund der grossen Beliebtheit bei der Kundschaft sollen die Events weiterhin regelmässig durchgeführt und mit zielgruppenspezifischen Angeboten ergänzt werden. Im Bereich der Werbung ist eine Verschiebung von den physischen zu den digitalen Medien sinnvoll, um vermehrt die jüngere Kundschaft anzusprechen. Im Sponsoring empfiehlt die Projektgruppe den Fokus auf grössere Vereine und Veranstaltungen zu legen, da dies mehr Aufmerksamkeit in der Bevölkerung erregt. Die definierten Handlungsempfehlungen im Bereich der digitalen Kommunikationsmittel beziehen sich auf die Nutzung von Social Media, Newsletter und Online-Werbung. Zur Verstärkung des Marketingteams soll eine Arbeitskraft für das Online-Marketing eingestellt werden.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Thomas Egli

- 40 Jahre alt
- Netzwerk und Bindung ist sehr wichtig
- Legt Fokus auf Sicherheit und Familie
- Denkt über Vorsorge und Geldanlagen nach

Hauptpersona
Quelle: eigene Darstellung mit Bildmaterial von Pexels GmbH (o.D.)

Raiffeisenbank Wil und Umgebung, Wil SG

Die Raiffeisenbank Wil und Umgebung ist eine regional verankerte Bank, die Wert auf Kundennähe legt. Bereits seit über 100 Jahren setzt sie sich für ihre Kundschaft ein und ist in jeder Hinsicht ein kompetenter Partner. Im Hauptgebäude in Wil beschäftigt sie 50 Mitarbeitende, die gemeinsam rund 24'500 Kunden betreuen.

Kundschaft

Raiffeisenbank Wil und Umgebung, Wil SG
Christian Stieger, Leiter Services
www.raiffeisen.ch/wil

Mit dem Projekt hat das Team der Fachhochschule St.Gallen in Zusammenarbeit mit unserer Bank eine fundierte Analyse der Ist-Situation erarbeitet. Die Handlungsempfehlungen helfen uns, die Chancen der digitalen Medien und Social-Media-Kanäle zielführend zu nutzen und uns im Marketing zukunftsorientiert aufzustellen.

Coach

FHS St.Gallen
Rolando Zahner, lic.oec. HSG

Die Erkenntnisse aus den internen Fokusgruppen und der Online-Kundenbefragung ermöglichten es dem Projektteam, die neue Marketingstrategie der Raiffeisenbank Wil effektiver und zielgruppenspezifischer zu formulieren. Die Neuausrichtung zeigt sich in klaren Strategien, digitaler Kompetenz, wirksamen Massnahmen sowie verbesserten Prozessen und Strukturen.