

Fallbeispiel TRI* M

- ❑ 1999 beschloss die kanadische Regierung, den Markt für Finanzdienstleistungen zu liberalisieren
 - ❑ ATB muss sich, als ehemals staatliche Bank, dem Wettbewerb stellen
 - ❑ Strategie des Managements: „Triple Win“ – langfristige Kundenbeziehungen durch Kundenzufriedenheit, Mitarbeitermotivation und Shareholder Value
-

Fallbeispiel TRI* M

- Shareholder Value kann bei einer Bank relativ leicht gemessen werden und für die Mitarbeitermotivation gab es schon Messungen

 - TRI* M als Werkzeug zur Messung der Kundenzufriedenheit

 - Besprechungen führten zu 42 Attributen, mit denen Service und Qualität gemessen werden sollten
-

Fallbeispiel TRI* M

- der TRI* M Index aus den Befragungsergebnissen zeigte, die Positionierung von ATB im Vergleich zu Wettbewerbern
 - Einzelanalysen deckten Schwächen der einzelnen Geschäftsfelder auf, die nun bekämpft werden können
-

Fallbeispiel TRI* M

- die Ergebnisse werden wie folgt genutzt:
 - der Vorstand nutzt die Ergebnisse für das Business Development
 - die Verantwortlichen in den einzelnen Regionen bekommen aussagekräftige Daten an die Hand, mit denen sie die weitere Entwicklung planen können
 - in den Geschäftsbereichen werden die Ergebnisse für Diskussionen zur Maßnahmenplanung genutzt
 - für das Marketing geben die Ergebnisse Hinweise auf Stärken und Schwächen der Produkte, die im Marketing verwendet werden
-

Fallbeispiel TRI* M

- ❑ die Identifikation der Stärken haben dazu geführt, dass ATB Financial diese weiter ausbauen kann
 - ❑ ATB ist in der Lage, Alleinstellungsmerkmale zu erarbeiten und diese auszubauen
 - ❑ Vertriebs- und Marketingbudgets werden effizienter eingesetzt
 - ❑ die Ergebnisse tragen dazu bei, ATB auf den Kunden auszurichten und leisten einen Beitrag zur Strategie „Triple Win“
-