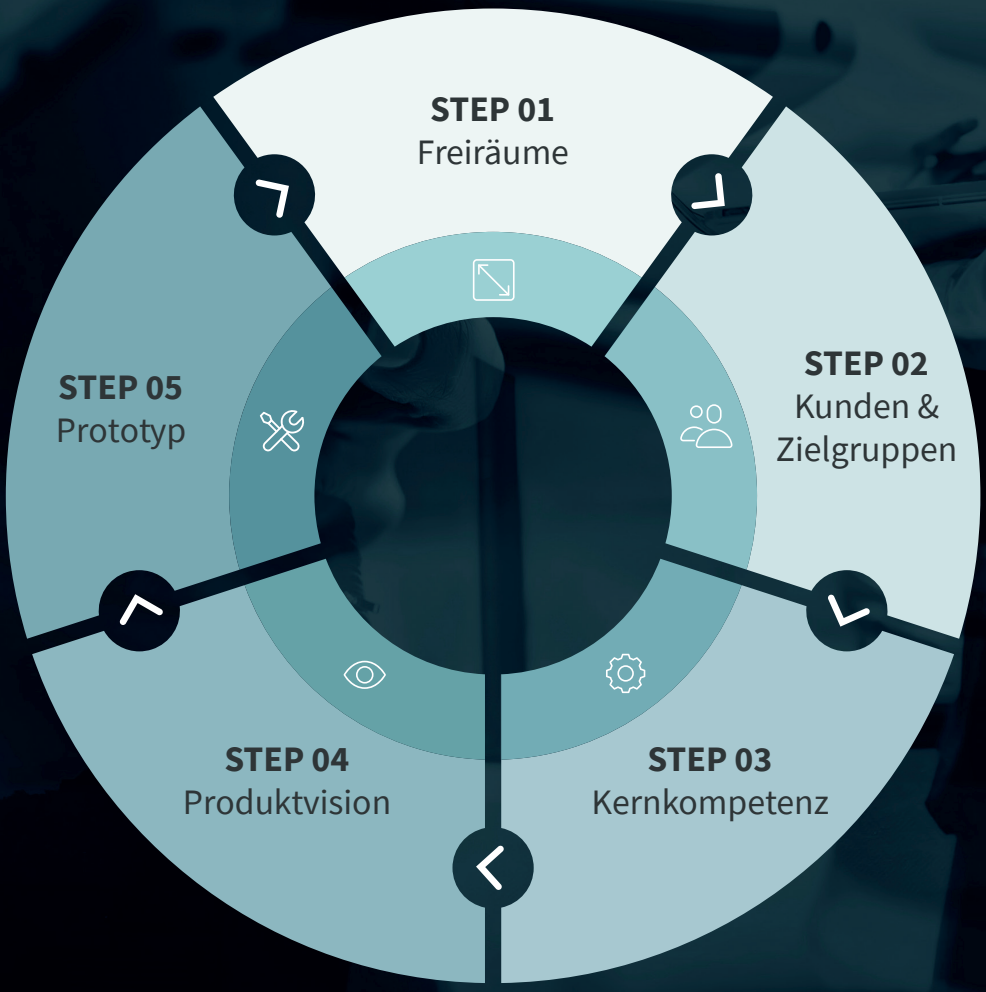
5 steps to digitise your Wealth Management Services



aixigo
Driving the New Wealth Experience.



Step 01

Schaffen Sie sich Freiräume

Innovation braucht Luft zum Atmen und das bedeutet, dass Sie und alle Projektbeteiligten Raum für Kreativität benötigen. Unter gewöhnlichen Umständen kann dies ein Innovation Hub, die grüne Wiese oder die Start Up Garage sein. Heute können es alle Orte zur gleichen Zeit sein, denn digitale Kollaborationsplattformen bieten vielfältige Möglichkeiten zur dezentralen Zusammenarbeit. Am wichtigsten ist, dass sich abseits des Tagesgeschäfts leichter über Probleme und Lösungen nachdenken lässt.



Step 02

Definieren Sie Kunden und Zielgruppe

Ist der Prozess einmal angestoßen, sollte der Fokus auf den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe liegen. Pauschalisierungen wie „Der Kunde ist bereits bekannt“ sind noch einmal auf Herz und Nieren zu prüfen, denn den einen Kunden gibt es nicht! Die Bedürfnisse eines jeden Kunden sind sehr unterschiedlich. Hinzu kommt, dass sich Kundenbedürfnisse genau wie Rahmenbedingungen verändern. Erforschen Sie daher die Bedürfnisse und entsprechenden Kontexte, in denen Ihre Dienstleistungen genutzt werden. Am Ende dieses Prozesses sollten eine Handvoll Personas und mögliche Nutzungsszenarien entstanden sein, an denen Sie sich im weiteren Verlauf orientieren können. So lässt sich gewährleisten, dass Sie zu keinem Zeitpunkt den zentralen Aspekt aus den Augen verlieren: Ihre Kunden.



Step 03

Definieren Sie Ihre Kernkompetenz

Nicht alles lässt sich über Nacht digitalisieren. Deshalb lautet eine zentrale Frage an dieser Stelle: „Für welche Kernkompetenzen möchten Sie mit Ihrem Finanzinstitut oder Ihrer Bank stehen und in welchem Kontext kommt der Kunde mit diesen in Berührung?“ Dies hilft zu verstehen, an welcher Stelle Sie durch Digitalisierung einen wirklichen Mehrwert für Ihren Kunden bieten und inwieweit sich dies ins Digitale übersetzten lässt.



Step 04

Formulieren Sie Ihre Produktvision

Sind Zielgruppe, Nutzungsszenarien und Kernkompetenzen einmal definiert, sollten Sie sich die Frage stellen, ob diese Aspekte eher auf die Phase der Kundengewinnung oder die Kundenbindung einzahlen. Auch wenn Sie beides benötigen, empfiehlt sich die Differenzierung zwischen der „become a costumer“ und der „be a customer“ Phase, denn die Anforderungen des (potenziellen) Kunden unterscheiden sich in diesen beiden Phasen beträchtlich. Um einen langwierigen Feature-Creep zu umgehen, ist deshalb der richtige Fokus essentiell. Formulieren Sie daher unbedingt eine Produktvision. Diese macht Ihre Idee vorstellbar und bindet alle Beteiligten an eine gemeinsame Zielsetzung.



Step 05

Erstellen Sie einen Prototypen

Wenn Sie an diesem Schritt angekommen sind, sind Sie schon fast am Ziel. Nun geht es an die Umsetzung Ihrer Produktvision: Konzipieren Sie Ihren ersten Prototyp. Wichtig an dieser Stelle: Übernehmen Sie sich nicht. Anfangs kann es ratsam sein, mit einem Wireframe anstatt mit einer interaktiven Demo zu starten. Falls Sie an dieser Stelle Fehlplanungen oder Lücken identifizieren, ist es auf diese Weise einfacher und effizienter Änderungen vorzunehmen.

Versuchen Sie bei der Produktion des Prototypen aus dem etablieren Duktus und dem bekannten Designpattern auszubrechen. Jeder Prototyp bietet die Möglichkeit, etwas Neues zu probieren. Wenn Sie gleichzeitig den Prototypen in ein vorher definiertes Nutzungsszenario einbetten, machen Sie Ihre Idee erlebbar. Dies sorgt für die nötigen Emotionen, wenn Sie wichtige Stakeholder von Ihrer Idee überzeugen wollen. Und schließlich das wohl Wichtigste beim Protoyping: Testen Sie Ihre Lösung mit möglichen Kunden und passen Sie Ihre Idee falls notwendig an.



Bonus Step

Seit 20 Jahren treibt aixigo die Digitalisierung von Finanzdienstleistern voran. Wir können daher auf einen breiten und langjährigen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Wir laden Sie herzlich ein, mit uns in den Austausch zu treten!