



Mehr Ideen.  
Mehr Lösungen.  
MehrWert.

## Die Vorteile: MehrWert für alle Beteiligten

### Der Mehrwert für Ihr Institut

- Steigerung der Kundenloyalität
- Überdurchschnittliche Produktnutzungsquote und Deckungsbeiträge
- Chance zum vermehrten Kreditkartenabsatz

### Der Mehrwert für Ihre Kunden

- Exklusive Vorteile und Angebote
- Praktische Serviceleistungen, wie Ticket- oder Reisebuchungs-Hotline
- Umfangreiche Sicherheitsleistungen, Notfallhilfe rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr
- Wichtige Informationen über Finanzthemen

Nutzen auch Sie unsere Mehrwert-Programme zur Kundenbindung und zur Vertriebsintensivierung. Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne.



Mehrwert-Leistungen bieten hervorragende Gesprächsanlässe zur Steigerung der Cross-Selling-Rate.

## Über uns: Mehrwert-Leistungen in neuer Qualität

Als zentraler Anbieter von Mehrwert- und Loyalitätsprogrammen gestalten und betreuen wir innovative und zielgruppenspezifische Produktkonzepte für die Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe.

Mit mehr als 60 Mitarbeitern sind wir bundesweit an 6 Standorten tätig und betreuen 5 Mio. Endkunden für über 100 Auftraggeber aus dem Verbund.

Wir stärken die Geschäftsfähigkeit unserer Kunden mit innovativen Lösungen und dem Ziel, ihre vertrieblichen Aktivitäten sowohl qualitativ als auch quantitativ zu unterstützen. Unseren Auftraggebern gelingt es nachweislich, die Loyalität ihrer Kunden und damit ihren Ertrag zu steigern.

**MehrWert**  
Servicegesellschaft

MehrWert Servicegesellschaft mbH  
Hansaallee 199  
40549 Düsseldorf  
Telefon +49 211 5065-40  
Telefax +49 211 5065-4199  
E-Mail [info@mwsq.de](mailto:info@mwsq.de)  
Internet [www.mwsq.de](http://www.mwsq.de)

MW KONTO 0772009

## Konten!

## Kundenbindung statt Nullpreis



Der Privatkunden-Markt ist hart umkämpft. Mit kostenlosen Girokonten versucht der Wettbewerb, Marktanteile zu gewinnen.

Denn das Privatgiro-geschäft ist Türöffner im Verkaufsgespräch und Basis für den Verkauf weiterer Produkte.

## Die Herausforderung: Kundenbindung durch Qualität statt Preis

Wettbewerber greifen durch preisaggressive Angebote Sparkassen in ihrem Kerngeschäft an. Auch wenn sich diese „besonders günstigen“ oder „kostenlosen“ Girokonto-Modelle bei genauerem Hinsehen oft als Mogelpackungen herausstellen, bergen sie ein hohes Gefahrenpotenzial für die Erträge eines Instituts.

Das Privatgirogeschäft (Kontoführung/ Zahlungsverkehr) ist erster Ansatzpunkt für die Kundenansprache und Basis für die Geschäftsbeziehung sowie Cross Selling. Dadurch schmerzen Verluste an dieser Stelle besonders.



Mehrwert-Konzeptionen sind die Antwort auf die Nullpreisstrategie des Wettbewerbs.

## Die Lösung: Differenzierung durch erlebbare Mehrwerte

Die Qualitätsstrategie erschwert die Vergleichbarkeit von Produkten und unterstützt den Vertrieb mit stichhaltigen Verkaufsargumenten. Sie und Ihre Privatkunden profitieren gleichermaßen von Mehrwert-Konten: Besondere Angebote, Services und Vorteile erzeugen eine emotionale Beziehung und fördern damit eine langfristige Partnerschaft. Durch die regelmäßige Kommunikation von exklusiven Angeboten, gepaart mit Informationen zu Finanzthemen, schaffen Sie laufend neue Gesprächsanlässe für Ihre Vertriebsmitarbeiter.

### G. Döpfens, Vorstandsvorsitzender Sparkasse Gifhorn-Wolfsburg:

„Unsere Mehrwertkonto-Kunden sind uns sechsmal treuer und generieren bis zu vierfach höhere Deckungsbeiträge als unsere Standardkonto-Kunden.“

## Das Angebot: Full-Service-Betreuung

Ausgangspunkt der Mehrwert-Strategie ist, die Hauptbankverbindung durch ein attraktives Mehrwert-Konto abzusichern und der Kundenabwanderung vorzubeugen.



Full Service: Wir begleiten Sie in allen Entwicklungs- und Betriebsphasen.

### Phase A: Analyse & Strategie

Mit Ihrem Projektteam führen wir eine Bestandsanalyse durch, erarbeiten zielgruppenspezifische Pakete, rechnen Ihren Business Case und unterstützen Sie bei der Aufbereitung der Entscheidungsvorlage.

### Phase B: Umsetzung & Programmeinführung

Gemeinsam mit Ihren Verantwortlichen erstellen wir das Marketingkonzept sowie das Organisationskonzept für Geschäftsprozesse und IT. Wir definieren Schulungsmaßnahmen, stellen überregionale Kooperationspartner und helfen bei der Gewinnung von lokalen Partnern. Wir konzipieren und produzieren die Werbemittel zur Einführung und stimmen die Rahmenbedingungen für die Erfolgsmessung ab.

### Phase C: Qualitätssicherung & Programmbetreuung

Nach der Markteinführung begleiten wir Sie bei der Programmpflege, beim betriebswirtschaftlichen Monitoring und beim Reporting zur Weiterentwicklung Ihrer Services und Leistungen.