



Prozessorientiertes  
Content Management.  
Kinderleicht.

imperia

ING  DiBa

## imperia im Einsatz bei der ING-DiBa: Servicequalität powered by imperia

*Content Management als Erfolgsfaktor in Vertrieb und Kundenservice*

### DAS UNTERNEHMEN

Mit über sieben Millionen Kunden ist die ING-DiBa die größte Direktbank in Deutschland. Zu den Kerngeschäftsfeldern des Finanzdienstleisters zählen Sparen, Wertpapiergeschäfte, Baufinanzierungen, Konsumtenkredite und Girokonten. Die ING-DiBa verzichtet auf ein klassisches Filialnetz und fokussiert sich mit ihrem Portfolio an transparenten Produkten zu günstigen Konditionen ganz auf den direkten Kundenkontakt per Telefon und online – 24 Stunden pro Tag, 365 Tage im Jahr.

Der Kundendialog ist die Stimme des Unternehmens und die Servicequalität ein wichtiger Beitrag zum Erfolg. Um eine hohe Kundenzufriedenheit und -bindung sicherzustellen, hat die ING-DiBa ein Informationssystem entwickelt, mit dessen Hilfe die Mitarbeiter Kunden optimal beraten können: das Kundendialog-Infoportal (KD-Infoportal). Für Betrieb und Weiterentwicklung dieses webbasierten Informationsmediums setzt der Finanzdienstleister auf das Content Management-System imperia.

20.000 Kundenanrufe und eine Vielzahl von Vorgängen – ein ganz normaler Tag im Kundendialog der ING-DiBa. Der auf die schnelle und ausführliche Kundeninformation ausgerichtete Service erfordert vor allem eines: den mühelosen Zugriff der Kundenbetreuer auf die richtigen Informationen. Bei der ING-DiBa sind das eine Vielzahl unterschiedlicher Daten, die beispielsweise für Service-, Vertriebs- oder Marketing-

zwecke benötigt werden. Um diese Datenflut besser managen zu können, entwickelte das Unternehmen bereits 2003 ein eigenes Informationssystem.

### MODERNISIERUNG FÜR MEHR SERVICE

Anfangs eine Bereicherung, stieß das hauseigene System bald an seine Grenzen. Der Gesamtumfang der veröffentlichten Informationen stieg überproportional an, Inhalte wurden sowohl in der Breite als auch in der Tiefe stetig erweitert. Die Struktur, innerhalb derer die Informationsseiten bereitgestellt wurden, konnte parallel nicht ausreichend mitwachsen. So kam es vor, dass Kundenbetreuer während eines Anrufs eine bestimmte Information auf mehreren Seiten suchen mussten.

Wesentliche Funktionen wie eine zweckdienliche Archivierung von Inhalten hielten zudem nicht mehr mit den steigenden Eigenanforderungen der Bank mit.



Auch bei der Definition und Einhaltung von Workflows, welche die Bank für die Gestaltung schlanker Prozesse benötigt, konnte das Informationssystem die Mitarbeiter nicht unterstützen. Gleichzeitig stieg im ING-DiBa-Kundendialog das Anrufaufkommen stetig – und damit auch die Zugriffe auf das Informationssystem. „Die Anforderungen hinsichtlich einer Verbesserung der internen Informationsversorgung sowie die Sicherstellung einer hohen Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit machten eine Modernisierung unseres Content Management-Systems unumgänglich“, sagt Keno Walker, Referent für Business Development im Kundendialog der ING-DiBa. „Ein Update des bestehenden Systems war für uns keine Alternative, denn dies wäre kostenintensiv gewesen und hätte uns keine technischen Vorteile gebracht. Daher haben wir uns entschieden, ein neues Content Management-System einzusetzen.“

## DIGITALES ASSESSMENT CENTER

Informationen sind ein wichtiges Asset der ING-DiBa, das Management von Inhalten geschäftskritisch. Dementsprechend hoch setzte der Finanzdienstleister die Messlatte beim Auswahlverfahren. Hierzu lud das Un-



ternehmen eine Reihe von Anbietern ein, deren Lösungen die Grundanforderungen erfüllten und stellte die Flexibilität der Systeme unter Praxisbedingungen auf die Probe: „Im Grunde genommen haben wir eine Art digitales Assessment Center durchgeführt“, so Walker. „Imperia war das einzige Content Management-System, das sich während der Produktvorstel-

lung flexibel auf unsere speziellen Anforderungen anpassen ließ. In Verbindung mit der integrierten Work-flow-Engine und der gut zu kalkulierenden Kosten gab dies den Ausschlag für unsere Entscheidung.“ Weitere Argumente zugunsten imperia sieht Keno Walker im administrativen Bereich: „Ein wichtiger Aspekt liegt darin, dass durch die einfache Bedienbarkeit der Lösung – beispielsweise für das Anlegen von Unterseiten im Informationsportal – kein IT-Support benötigt wird.“



**Keno Walker, Referent für Business Development im Kundendialog der ING-DiBa**

## KD-INFOPORTAL: INTERNER WISSENSUMSCHLAGPLATZ

Mit der Einführung des auf imperia 8.6 basierenden KD-Infoportals konnte die ING-DiBa das Management von Inhalten deutlich verbessern. Mittlerweile nutzen über 500 Mitarbeiter das System – Redakteure, Kundenbetreuer und Back-Office-Mitarbeiter. Darüber hinaus sind weitere imperia-Mandanten im Einsatz, in denen Informationen für andere Abteilungen der ING-DiBa publiziert werden.

Klare Redaktionsworkflows sorgen dafür, dass Anfragen schnell, detailliert und zielgerichtet beantwortet werden – von Kundenseite, aber auch von Kollegen und Führungskräften aus anderen Abteilungen der ING-DiBa. Hierbei werden die Anfragen über die verschiedenen Kanäle gebündelt, von Redakteuren an der richtigen Stelle recherchiert, redaktionell aufbereitet und die Informationen in geeigneter Form bereitgestellt. Aus Gründen der Revision und Qualitätssicherung wird die imperia Workflow-Engine auch für eine Vielzahl anderer Prozesse verwendet. Dazu zählt der 4-Augen-Workflow, der festlegt, dass ein Redakteur geänderte Dokumente nicht unmittelbar selbst veröffentlichen kann.

## OFFEN FÜR ANPASSUNGEN

Bei ihrem neuen KD-Infoportal legte die Bank großes Augenmerk auf eine hohe Usability. So stellt zum Beispiel das Media Asset Management von imperia sicher, dass Kundenbetreuer Bilder und Grafiken vielfältig nutzen können. Auch die Struktur des Portals hat das Unternehmen an den Gesamtumfang der bereitgestellten Informationen angepasst und überarbeitet, um Platz für zukünftige Erweiterungen zu schaffen. Durch eine Verbesserung der Suchmaschine wurde die Treffergenauigkeit der Ergebnisse erhöht.

Informationsseiten hat die ING-DiBa kurz und übersichtlich gestaltet, damit der Nutzer die Inhalte auch während eines Kundengesprächs lesen und aufnehmen kann. „Unser Ziel ist es, trotz einer vollständigen Produktpalette während eines Telefonats schnell verlässliche und valide Informationen bereitzustellen – ohne dass der Kunde warten muss oder etwas von der Recherche im Hintergrund merkt“, erklärt Keno Walker. „Unser KD-Infoportal stellt genau das sicher. Das zu Grunde liegende imperia CMS ist intuitiv zu bedienen und berücksichtigt außerdem Themen wie Sicherheit,

Transparenz und Compliance, die für uns höchste Priorität besitzen. Darüber hinaus können wir Änderungen am System selbst vornehmen, ohne Dienstleister ansprechen zu müssen. All das macht imperia zum System der Wahl.“

<b>Web-Adresse</b>	<a href="http://www.ing-diba.de">http://www.ing-diba.de</a>
<b>imperia Lizenz</b>	imperia ECMS 8.6, SSO mit voll-dynamischen Liveserver
<b>Nutzer</b>	Mehr als 500 im KD-Infoportal, plus Nutzer weiterer Infoportale als Mandanten (Baufinanzierung, Austriaportal)
<b>Anzahl Seiten</b>	ca. 2.500 im KD-Infoportal
<b>Umgesetzt durch</b>	Professional Service der Imperia AG

