



Bild: © Anthony Devlin/PA Archive/Press Association Images

Marketing- und Vertriebsprozesse effizienter steuern

# Customer Journey - Kredite

Vom Impuls bis zum Abschluss eines Kredits

# Der Weg zu einem Kredit I

Kundenreise verstehen, Marketing- und Vertriebsprozesse effizienter steuern

- Manche Prognostiker sprechen schon von den aufkommenden Goldenen 20er Jahren, in denen das Wachstum schier kein Ende finden könnte. Eingeläutet durch die **aktuelle Niedrigzinsphase** könnten Staaten, Unternehmen und Konsumenten in eine **Investitions- und Kauflaune** hineingeführt werden, die uns und Herrn Draghi dann auch die erhoffte leichte Inflation bringt. Wünschenswert ist dies grundsätzlich und erste Signale zeigen dies auch an.
- Nach einer aktuellen repräsentativen YouGov-Panel-Umfrage haben immerhin 11 Prozent der Deutschen in den letzten 12 Monaten eine Finanzierung für den Kauf von Elektrogeräten genutzt. Weitere Konsumentenkredite wurden für **Fahrzeuge** (Auto oder Wohnmobil 9 Prozent) und **Einrichtungen** (z. B. Möbel oder Küche, 8 Prozent) genutzt. In der Summe am meisten wurde jedoch neue Finanzierungen für **Immobilien** (12 Prozent) abgeschlossen, im Detail für Neuerwerb, Modernisierung oder Anschlussfinanzierung.
- Um **Vertrieb und Marketing** besseren Einblick in den **Kaufprozess von Konsumentenkredit und Finanzierungen** zu geben, greift YouGov Financial Research in dieser Studie folgende Fragestellungen auf:
  - Ist die günstige Wirtschaftslage der einzige **Impuls** um einen Kredit oder eine Finanzierung in Betracht zu ziehen? Was sind Auslöser/Impulse für die Nachfrage eines Kredits oder einer Finanzierung?
  - Welche **Informations- und Beratungskanäle** werden für Kredite oder Finanzierungen verwendet, wo scheitern ggf. die Verbraucher, wo und **wie** wird bei einem Anbieter ein Kredit oder eine Finanzierung **abgeschlossen**?

# Der Weg zu einem Kredit II

## Zielsetzung der Studie Customer Journey - Kredite

**Die Studie Customer Journey Kredite beantwortet insbesondere für Banken und Sparkassen, Vergleichsportale und Vertriebe folgende Kernfragen:**

- Welche **Impulse** sind die Auslöser, um einen Kredit nachzufragen?
- Welchem Zweck dient der Kredit?
- Wo und wie **informieren** sich Interessenten? Welche Informationskanäle sind wichtig und **vertrauenswürdig**? (Online/Offline?) Wie verläuft der Informationsprozess und welche Themen und Fragen haben die Konsumenten?
- Wo und wie lassen sich Verbraucher im nächsten Schritt **beraten**? (Online/Offline?) Lassen Sie sich überhaupt beraten?
- Und wo und wie wird letzten Endes der **Abschluss** getätigt? Bei Anbieter / beim Händler? Offline / Online?

Auf Basis dieser Daten werden dann spezifische Analysen vorgenommen:

- Wie lässt sich die Wahl für einen Abschlussort am besten vorhersagen? Was sind dabei feste und welches sind beeinflussbare Prädiktoren für z. B. die Wahl für einen Online-Abschluss bei einem Vergleichsportal?
- Wie kann die Anfrage und dann die Abschlussquote bei der eigenen Hausbank erhöht werden? Oder: Wie können Direktbanken ihr Angebot besser für eine Anfrage und einen erfolgreichen Abschluss platzieren?

# Untersuchte Kreditzwecke

## Customer Journey – Kredite

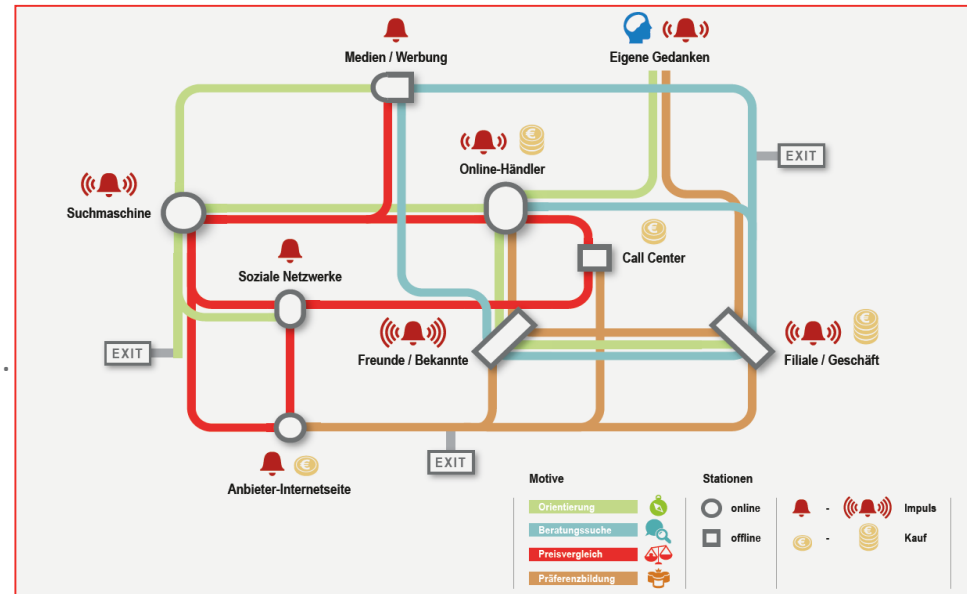
- Folgende Zwecke eines **Kreditabschlusses in den letzten 12 Monaten** werden bei der Studie herangezogen:
  - **Neufahrzeug: Auto, Wohnmobil, Motorrad etc**
  - **Gebrauchtfahrzeug: Auto, Wohnmobil, Motorrad etc.**
  - **Einrichtung / Möbel**
  - **Unterhaltungselektronik (PC, Audio, Video)**
  - **Elektrogeräte (Elektro-Großgeräte und Elektro-Kleingeräte)**
  - **Reisen**
  - **Ausgleich Dispo / Überziehungskredit**
  - **Umschuldung / Kreditablösung / Kreditzusammenfassung**
  - **Modernisierung**
  - **Freie Verwendung**

# Der Weg zum Abschluss – Kaufprozessanalyse

Forschungsertrag: Steigerung der Vertriebsleistung bei gleichem oder sogar geringerem Aufwand

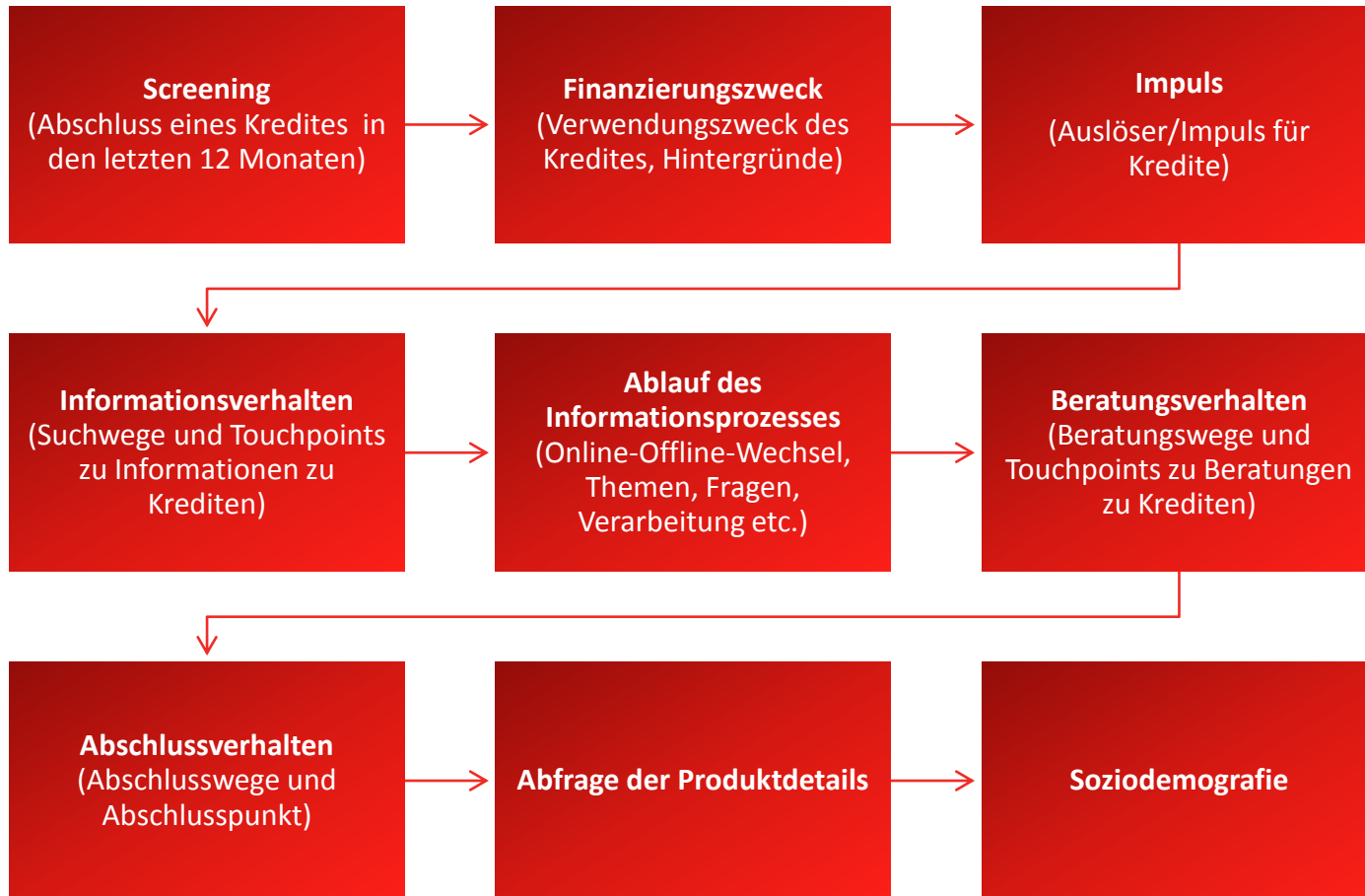
- **Customer Journey** oder Kaufprozess-Analysen werden für Unternehmen immer wichtiger. Die Vielfalt der Informations- und Kontaktkanäle, die von Kunden genutzt und von Dienstleistern bedient werden, brauchen eine wirksame und effiziente Organisation. Hierfür ermöglicht es der YouGov Ansatz zur Customer Journey, das **Kundenverhalten** präzise und wirksam entlang der **Entscheidungsreise** vorherzusagen. Die Ergebnisse werden Sie befähigen, Ihren Vertrieb und Marktanteil im Neugeschäft bei gleichem oder sogar geringerem Aufwand zu steigern.

- Die Customer Journey Analyse liefert das Mengengerüst der **Impulse, Informations- und Beratungspunkte und Kaufpunkte** als zentrale Kennzahlen eines Marktes. Zusätzlich werden **Such-, Orientierungs- und Entscheidungskriterien** entlang der Reise sowie der ausschlaggebende **Kontaktpunkt** für die endgültige Entscheidung ermittelt. Hierdurch kann die mengenmäßige und psychologische Relevanz einzelner Kontaktpunkte ermittelt werden. Um in unserem U-Bahn-Bild zu bleiben, zeigen wir Ihnen die wichtigsten „Express-Linien“, „Stationen“ und „Exits“ der Entscheidungswege und wie man diese optimal für das eigene Haus nutzen kann.



# Fragebogenaufbau

## Customer Journey – Kredite & Finanzierungen



# Studiensteckbrief

## Customer Journey – Kredite & Finanzierungen

### Stichprobe und Methode

- n=500 Kreditnehmer, die in den letzten 12 Monaten einen Konsumenten-/Ratenkredit aufgenommen haben.
- voraussichtliche Verteilung der Kreditzwecke (nach natürlicher Verteilung):
  - Neufahrzeug: Auto, Wohnmobil, Motorrad etc.
  - Gebrauchtfahrzeug: Auto, Wohnmobil, Motorrad etc.
  - Einrichtung / Möbel
  - Unterhaltungselektronik (PC, Audio, Video)
  - Elektrogeräte (Elektro-Großgeräte und Elektro-Kleingeräte)
  - Reisen
  - Ausgleich Dispo / Überziehungskredit
  - Umschuldung / Kreditablösung / Kreditzusammenfassung
  - Modernisierung
  - Freie Verwendung
- Online-Befragung im YouGov Panel, Juli 2015
- Befragungsdauer ca. 15 Min

### Ergebnisbericht

- Grafische Ergebnisdarstellung für Gesamtstichprobe und Subgruppen nach Kredit-/Finanzierungsart, ca. 80 Seiten
- Management Summary mit Empfehlungen

### Tabellenband

- Excel-Tabellenband mit Darstellung sämtlicher Ergebnisse
- Subgruppenanalysen nach Zweck (sofern ausreichende Fallzahl)

# Das YouGov Panel Deutschland

## FAKTEN



**3.000.000**  
Mitglieder weltweit

Basis von   
**unzähligen**  
Stammdaten aus zahlreichen  
Bereichen



Jährlich  
**17 Millionen**  
durchgeführte Interviews



**140.000**  
Mitglieder in Deutschland



**1.800**  
Monatliche Neuanmeldungen



Bevölkerungs-  
repräsentativ ab  
**16/18**  
Jahren

## QUALITÄT



Das von YouGov entwickelte  
**TurboSampling** garantiert  
eine hohe Panel-Qualität. Weitere Qualitätsmerkmale sind:

- Befragungen können innerhalb kürzester Zeit durchgeführt werden
- Methodeneffekte durch Frühantworter werden verhindert
- Qualitativ hochwertige Ergebnisse durch überdurchschnittlich zufriedene Panelisten



Durch gezielte **Rekrutierung** über  
zahlreiche Online- und Offline-Kanäle, entsteht eine  
ausgewogene Zusammensetzung unseres Panels.



# Bestellformular

Bestellung per E-Mail an [info@yougov.de](mailto:info@yougov.de) oder per FAX +49 221 420 61-100 an Martin Stolze

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

Listenpreis

**Studienbericht Customer Journey – Kredite**

**6.500 EUR**

quantitative Befragung, ca. 80 Seiten, Studienbericht erscheint im September 2015

zusätzlich **Tabellenband Customer Journey – Kredite**

**650 EUR**

Tabellenband ist nur in Verbindung mit Studienbericht erhältlich

*alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.*

Wir behalten uns vor, diese Studie bei weniger als 5 Frühbuchern zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die Regelungen zu [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

Name, Vorname: \_\_\_\_\_ Telefon: \_\_\_\_\_

Unternehmen: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_

Funktion, Abteilung: \_\_\_\_\_ Ort, Datum: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

# Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



**Martin Stolze**

Manager Marketing & Sales

T +49 221 42061 - 420

F +49 221 42061 - 100

[Martin.Stolze@yougov.de](mailto:Martin.Stolze@yougov.de)