



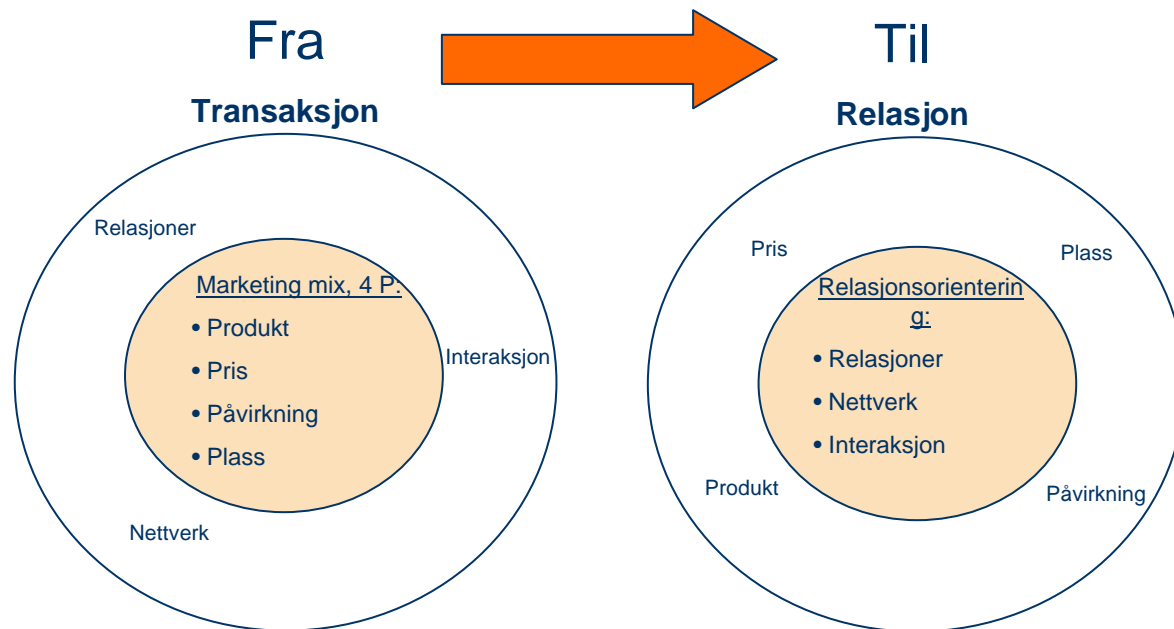
# Utfordringer i bank generelt

- I dagens bankmarked synes produktene å være veldig like. De største bankene har i stor grad samme produktspekter og vilkårene synes fra utsiden å være relativt like.
- Kunden har dermed mange banker å velge mellom, som tilbyr omtrent det samme.
- Bankene må ta stilling til hvordan man ønsker å konkurrere
  - Pris eller differensiering (ref Michael Porter)
- Differensiering – hva skiller dere fra konkurrentene?



# Utfordringer i bank generelt

- Det som trolig vil være viktig i konkurransen om de gode kundene vil være å bygge opp gode tillitsfulle relasjoner: Det vil si å komme over fra "transaksjons- til relasjonsorientering"
- Fokus bør derfor settes på hvordan utvikle relasjonsorienteringen



# Transaksjonsorientering

- Transaksjon:
  - Kortvarig hendelse med en klar avgrenset begynnelse og slutt.
- Transaksjonen er målet for salgs/markedsaktivitetene.
- Kortsiktig
- Klar sammenheng mellom innsats og resultat
  
- Selger og tilbyr ett og ett produkt til kunden



# Relasjonsorientering

- – Hensikten er å etablere, utvikle og vedlikeholde vellykkete relasjoner”  
(Morgan og Hunt 1994)
  
- “- Orientering mot sterke, vedvarende forbindelser med individuelle kunder”  
(Jackson 1985)
  
- Generelt:
  - Skape mekanismer og gjennomføre tiltak som stimulerer til samarbeid mellom leverandør og kunde.
  - Langsiktighet
  - Rådgiving – reelle kundebehov - analyse
  - Breddesalg – hva har kunden behov for

# Relasjoner og kunder

- Fra transaksjons- (produkt) orientering til relasjonsorientert kundebehandling (rådgiving)
- Fokus på hvordan sikre en relasjonsbasert kundebehandling, både gjennom holdninger, prosesser, støttesystemer osv
- Hvordan dette henger sammen med incentiver for ansatte

# Relasjonsbank

- Artikkel – “Fremtidens bank er en relasjonsbank”:
  - Bankene er for opptatt av sine produkter
  - Bankene går i mindre grad sammen med kunden for å avdekke vedkommendes reelle behov
  - Bankene bygger sine systemer rundt produktene, ikke rundt kundenes behov for informasjon og dialog
  - Dialog mellom bank og kunde viktig – hvor kunden selv definerer sine behov og ønsker

# Rådgiving – fire trinn

- Artikkel – “Fremtidens kunderådgivere i bank av Suzan Hol og Tom E S Farnen”:
  - Rådgiving foregår i 4 trinn
  - Hva innebærer rådgiving?

# Holdninger

- Artikkel – “Best lønnsomhet – Ansattes holdninger er nøkkelen”
  - Lønnsomhetsholdning hos ansatte
  - Holdninger er nøkkelen
  - Vi skal ha en god kultur i bedriften!
  - Hvilke holdninger er viktig for å få til relasjonsorientering?

# Kundeprosesser

- Artikkel – “Tilfredse kunder er lojale kunder”
  - Nærhet og kjennskap til kunden, mer fleksible..
  - Hvilke kundeprosesser må til for å få tilfredse, lojale kunder?

# Konsekvenser

- Å endre holdninger, kundeprosesser og måten å arbeide på, har konsekvenser for organisasjonen
  - Konsekvenser for prestasjoner (hva avdelingen og lederen skal prestere og måles på - prestasjonsmåling)
  - Konsekvenser for incentiver (hva som belønnes..)
  - Konsekvenser for ledelse og lederens rolle

# Kontaktinformasjon

SINTEF Teknologiledelse

Produktivitet og prosjektledelse

Wenche Aarseth

Telefon: 73 55 13 61

Telefax: 73 55 13 26

[wenche.aarseth@sintef.no](mailto:wenche.aarseth@sintef.no)