

KUNDENCOCKPIT OPTIMIERUNG ST. GALLER KANTONALBANK



ABSTRACT

Das im Herbst 2020 eingeführte Kundencockpit der St. Galler Kantonalbank (SGKB) wird von den Kundenberater*innen nicht wie gewünscht eingesetzt. Nur ca. 8 % verwenden es regelmässig. Die SGKB möchte diese Gelegenheit nutzen, um zu ermitteln, warum das Kundencockpit wenig genutzt wird und was verändert werden muss, damit es häufiger zum Einsatz kommt.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, zu beantworten, wie die Kundenberater*innen in ihrer Beratungstätigkeit unterstützt werden können. Dazu wird folgende Forschungsfrage gestellt:

Wie kann die Beratungstätigkeit der Kundenberater*innen mit einem technischen Tool bestmöglich unterstützt werden?

Zusammen mit den Auftraggebern hat sich das Projektteam dazu entschieden, die Arbeit nach dem Vorgehensmodell «Collaborative UX Design» durchzuführen. Um die Forschungsfrage zu beantworten und den Kontext der Kundenberater*innen kennenzulernen, wurde zuerst eine Research-Phase durchgeführt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse wurden in zwei «Erkunden»-Iterationen zu einem Prototyp zusammengefasst. Dieser Prototyp ist das Endergebnis dieser Arbeit und wird gemeinsam mit Handlungsempfehlungen der Auftraggeberin übergeben.

Die grössten Herausforderungen in dieser Arbeit waren einerseits die schwammigen Nutzergruppen. Das Kundencockpit sollte für sämtliche Kundenberater*innen der SGKB einen Nutzen für ihre Beratungstätigkeiten bringen. Andererseits gab es zu viele verschiedene Use-Cases, in welchen das Kundencockpit zum Einsatz gebracht werden kann. So konnte keine eindeutige User-Journey erstellt werden.

Das Endergebnis dieser Arbeit ist ein pragmatisches, auf den ersten Blick unscheinbares Redesign, in welches bekannte und bewährte Interaction-Patterns eingearbeitet wurden. Dabei wurden die bisher angezeigten Daten radikal reduziert, damit für die Kundenberater*innen nur die relevantesten Daten auf den ersten Blick ersichtlich sind. Dadurch konnte die Usability in mehreren Punkten verbessert werden.

Weiterführende Verbesserungen im Kundencockpit könnten darin bestehen, dass die Personas stärker verfeinert werden und den Endnutzern und -nutzerinnen eine individuelle Lösung bereitgestellt wird.