

Strategi-eksperter: "Lyt til kunderne eller tab"

Af THOMAS PECKHAM

Fremtidens aktører inden for finanssektoren skal sætte kundens behov i centrum frem for kun at fokusere på bundlinien. Ellers bliver de overhalet af konkurrenterne.

Med behændig næve sætter strategi-eksperterne Roger Peverelli og Reggy De Feniks et dybt stød ind i mellemgulvet på de danske banker, pensions- og forsikrings-selskaber. De skal sætte kundens behov og ønsker i centrum frem for udelukkende at fokusere på bundlinien.

Sådan lød budkabet, da Roger Peverelli forleden holdt oplæg på "Nordic Meeting", en konference afholdt af Finanssektorens Arbejdsgiverforening med deltagelse af en lang række HR-chefer fra finansielle virksomheder i hele Norden.

Indviklede swap-lån og uklar rådgivning i forbindelse med udlån til andelsforeninger er aktuelle eksempler på, at kunderne har brug for ikke altid har førstehjælperen i den danske finanssektor. "Banker og forsikringsselskaber har altid bedre information end kunden og mange produkter er svære at forstå for kunderne. Når graden af transparens er lille, er bankernes profit ofte stor, og i sidste ende er det derfor ofte kunden, der ender med at betale overpris for det, de modtager," siger Roger Peverelli til FinansWatch.

Peverelli og Feniks ser et stort problem for de virksomheder, der ikke ændrer praksis i fremtiden. Helt konkret skal firmaerne sætte sig i kundernes sted - tale til dem i et sprog, de kan forstå.

Dem som ikke forstår det, vil blive overhalet af konkurrenterne. Peverelli foreslår derfor, at aktørerne inden for den finansielle sektor undersøger brugernes tilfredshed, og at resultaterne offentliggøres på hjemmesiden, så de er tilgængelige for alle.

De gode eksempler

Peverelli fremhæver den spanske bank- og forsikringsgigant BBVAs udvikling af budgetværktøjet "Tu Cuentas" til kunderne. Produktet ligger på koncernens hjemmeside, og kunderne kan bruge det til at se, hvor store rejseudgifter andre kontohavere har, hvor



Roger Peverelli (tv.) og Reggy de Feniks (th.)

meget de sparer op, og hvilken forsikring, de har valgt at købe.

Mere end halvdelen af kunderne i BBVA bruger systemet og holder, ifølge Peverelli, personer fra at købe produkter, de ikke har brug for.

"Vi ser, at programmer, som det i BBVA, og de mere end 30 af slagsen på verdensplan, ikke kun er med til at hjælpe kunderne til at justere deres månedlige indkomst og forbrug, men også animerer dem til at spare mere op," siger Peverelli.

Et andet eksempel strategi-eksperterne trækker frem, er det nye australske forsikringsselskab, The Buzz. Inden firmaet startede op, spurgte The Buzz kunderne, hvad de ønskede af et forsikringsselskab. Mere end 4000 personer deltog i undersøgelsen, og deres inputs blev brugt i udviklingen af produkterne.

Ny bog fra Peverelli og Feniks

Peverelli og Feniks har sammen netop udgivet bogen "Reinventing Financial Services - What consumers expect from future banks and insurers", hvori de giver råd til, hvordan finanssektoren kan sætte kunden i centrum. Roger Peverelli er partner på det hollandske strategi konsulat VODW og Reggy De Feniks er partner på det spanske strategi konsulat "9senses"