

Terra Salgstøtte og Dataovervåring Service Blueprint – versjon 2.6

5.6 Eksisterende kunde selvstendig næringsdrivende

2. Relevante kundedata

Da begynner vi med at du forteller litt om din bedrift...

Registrer ny kunde:

- Person
- Fødselsnr.
- Hvordan opplever du...

1. Formål med kontaktpunkt

2. Relevante kundedata

3. Behovsanalyse

4. Prioriterte behov

5. Kundens kompetanse (spesial)

6. Informasjonsbehov

7. Informasjonskilder

8. Informasjonskanaler

9. Informasjonsformater

10. Informasjonslevering

11. Registrering og evaluering av arbeidet

12. Måling og evaluering av arbeidet

CRM-løsning skal gjøre alliansebankene i Terra bedre

CRM-forum 26. april 2012, Anne M. Grobstok

Agenda

Om Terra Alliansen

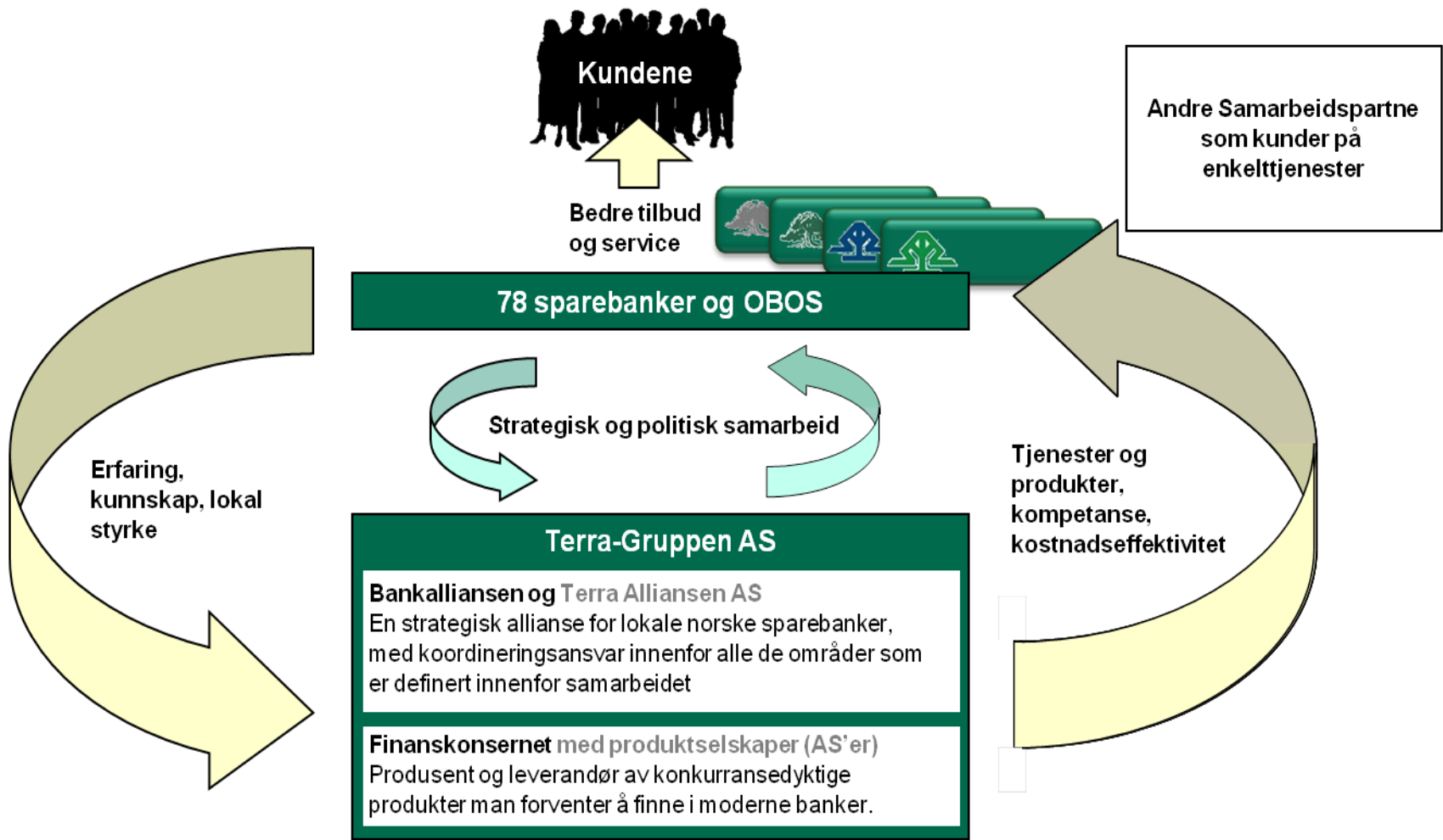
Bakgrunnen for prosjektet

Løsning og metode

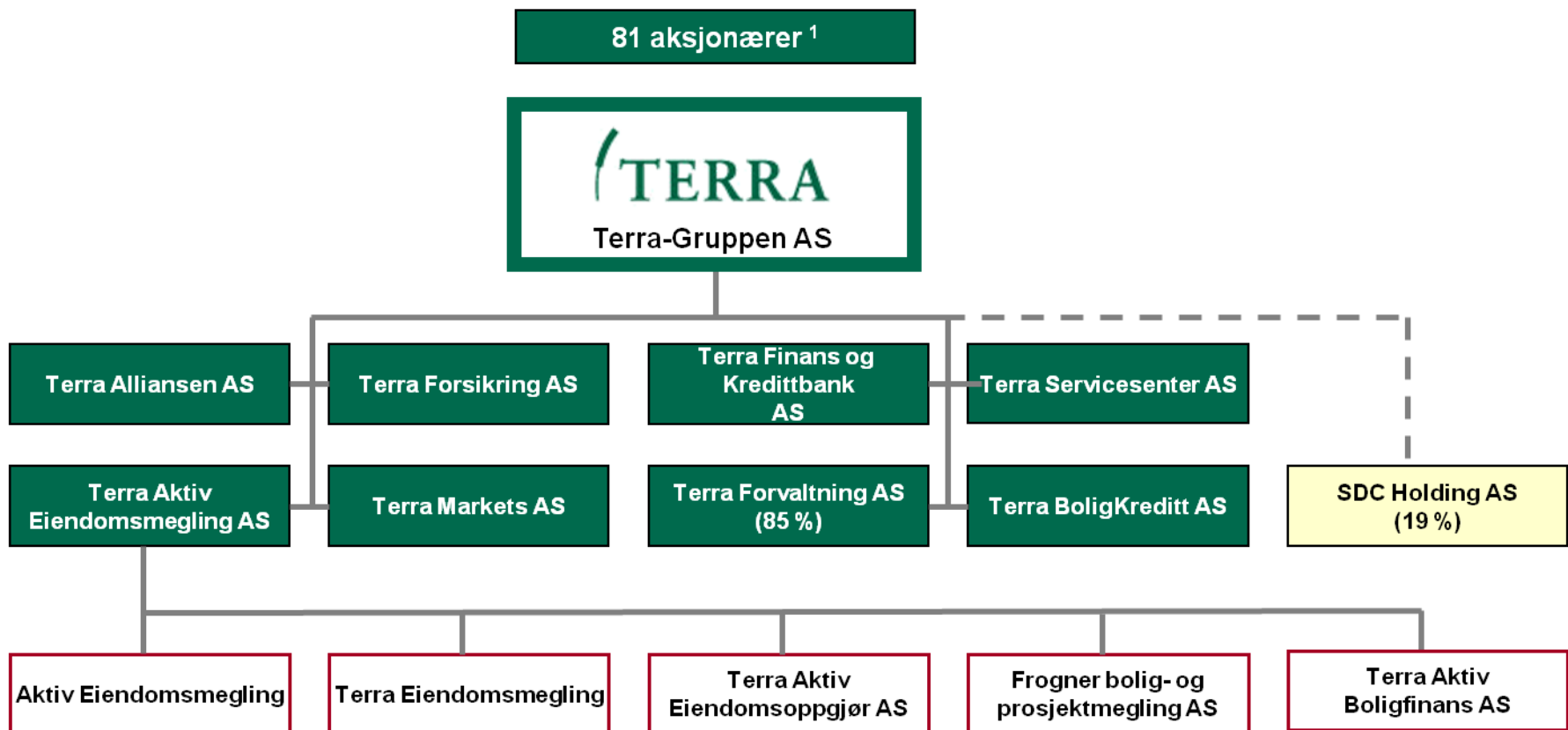
Erfaringer så langt

Avslutning

Om Terra Gruppen



Selskapsstruktur



¹ 79 lokalbanker, OBOS og Terra Finans og Kredittbank

Terra - En viktig aktør i bank-Norge

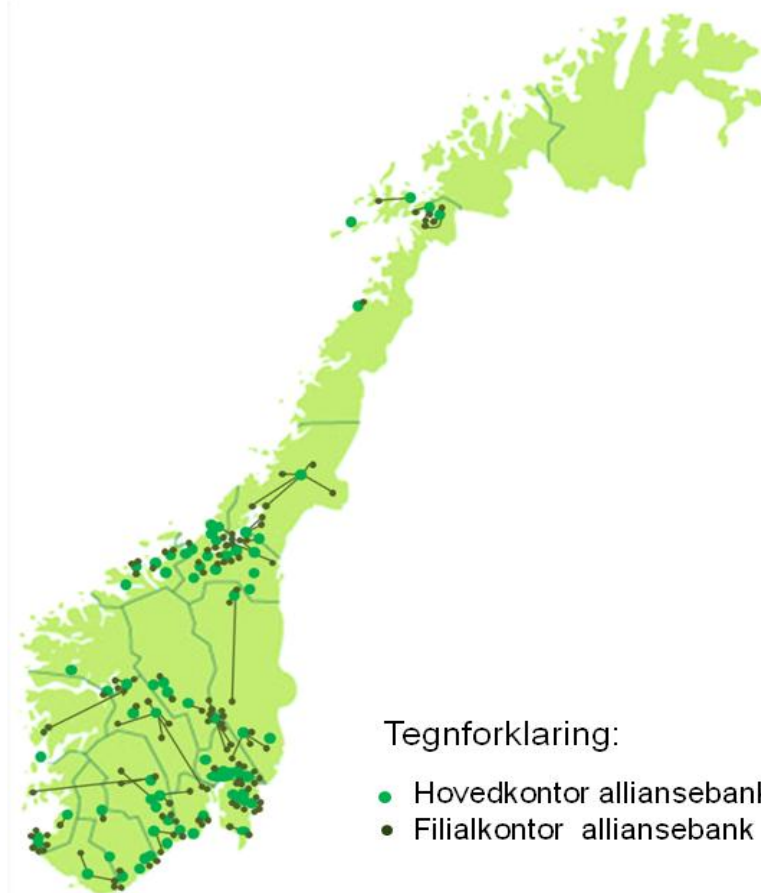
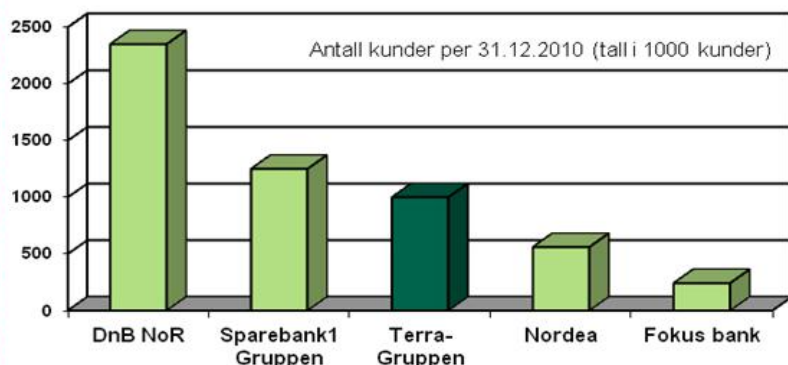
190 kontorer/filialer i 105 kommuner

70 eiendomsmeglerkontorer 3. størst i Norge

Distribusjon gjennom OBOS av flere produkter

En lokal sparebank er ofte den største finansielle aktør i sitt marked, og den viktigste leverandør av kapital i sine lokalsamfunn. Terra-bankene har derfor en viktigere rolle i norsk bankvesen enn både størrelse og markedsandeler alene tilsier.

Norges 3. største bank i antall kunder sett under ett



Terra Alliansen, Klart best likt i bedriftsmarkedet

Bedriftsmarkedet	
Terra-Gruppen	72,8
Annen bank	70,2
Handelsbanken	69,5
DnB Nor	67,8
Gjennomsnitt	67,6
Sparebank 1 Gr.	66,6
Fokus	66,5
Nordea	64,9
Annen forr.bank	64,1

Personmarkedet	
Skandiabanken	79,4
Handelsbanken	77,0
Annen forr.bank	76,1
Terra-Gruppen	74,4
BNP Paribas	73,0
Annen bank	71,8
Sparebank1 Gr.	70,8
Nordea	70,7
Gjennomsnitt	69,9
Postbanken	68,7
Fokus Bank	67,4
DnBNOR	64,2

Kilde: EPSI 2010

Agenda

Om Terra Alliansen

Bakgrunnen for prosjektet

Løsning og metode

Erfaringer så langt

Avslutning

Mål: Enda bedre lokalbank

“Vi ser CRM som et nøkkelelement I Terras totale strategi.

Programmet “LØFT” forenkler og fokuserer distribusjonen og setter oss I stand til å betjene kundene på tvers av kanaler.”



*Konsernsjef Hege Toft
Karlsen*

Visjon: LØFT

- Betjene kunden best mulig, målrettet og effektivt
- Gi råd og anbefalinger basert på kunnskap om kundens situasjon, behov og ønsker
- Levere en rik og helheltlig brukeropplevelse til kunden i alle kanaler

Samlet kundebilde

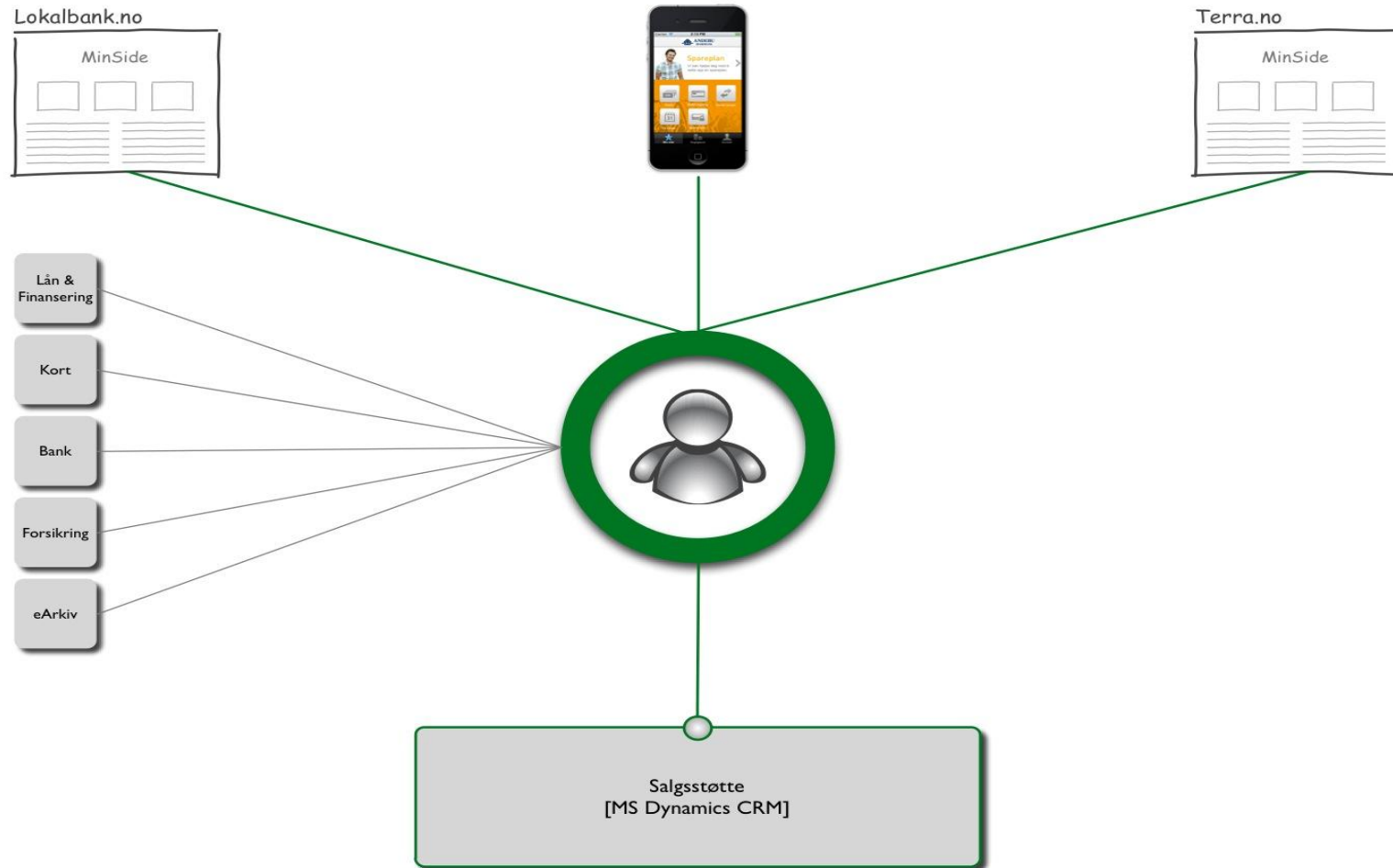
Beslutningsstøtte

Lønnsom
risikostyring

Prosesen og leverandørvalg

- Høsten 2010 – Forprosjekt, identifisering av behov i bank og innenfor ulike produktområder
- Vår 2011: Formelt anskaffelsesløp
 - Tre forespørsler:
 1. Salgsstøtte- og datavarehusløsning
 2. Risikoklassifisering
 3. Mottaksprosjekt / Prosjektleder / Programledelse
 - 3 leverandører valgt i juni 2011
 - Avanade (Salgsstøtte- og datavarehusløsning)
 - Soliditet (Risikoklassifisering)
 - Metier (Program-/prosjektledelse)
- Våren 2011: Parallell planleggingsfase for de tre prosjektene. Resultat -> Programorganisering
 - Organisatoriske synergier
 - IT strategi (standardisering på MS)
 - Synergier i utrulling

Forretningsstrategi med klar parallell til CIO-agenda

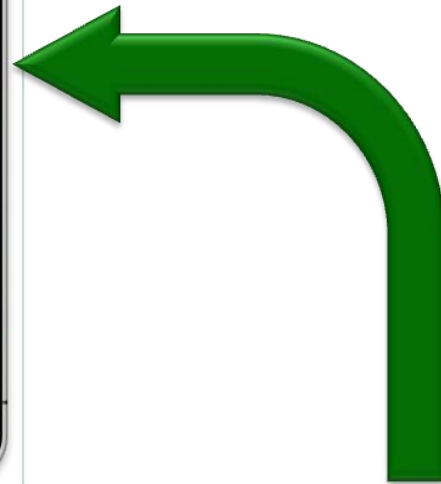


Personalisert dialog / tilbud

MinSide:
kundeinfo & engasjement



personaliserte tilbud &
anbefalinger



Terra Plattform

CRM plattform

[kundebygge, salgsstøtte & saksbehandling]

kundeinfo



Applikasjonsplattform

[funksjonalitet & prosesser]



Integrasjonsplattform

[systemintegrasjon]

Publiseringsplattform

[innholdsstrukturering & presentasjon]

digital innhold



IT strategi som plattform for anskaffelsen

- Mest mulig standard funksjonalitet
 - Redusere kost, tid og risiko i implementering og fremtidige oppgraderinger
- Innfri funksjonelle og ikke-funksjonelle krav gjennom sentrale bruker-scenarier. Sammen med valgt leverandør og Terras egne brukere fastsettes endelig løsningsspesifikasjon



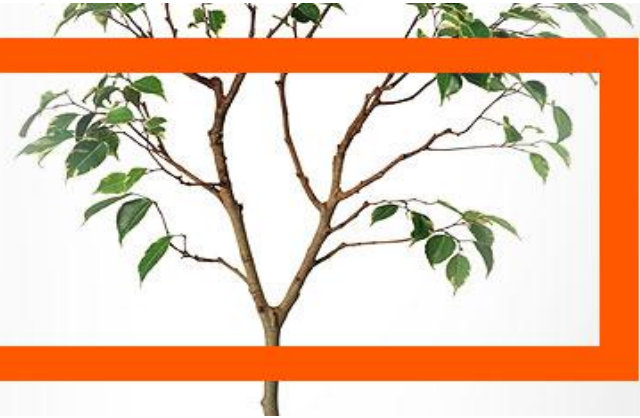
- Kontrakt med go/no-go klausul etter endelig løsningsspesifikasjon
- Terra som eiere av all dokumentasjon gir frihet til å velge/gå videre med en annen leverandør i implementeringen – om nødvendig
- Kost, tid og omfang skal være klart definert før implementering

Hvorfor valgte vi Avanade?



CRM

Customer relationships evolve. Together we can help you drive Great Relationships.



- Avanade valgt ut i fra en totalvurdering
- Særlig pekte Avanade seg ut gjennom
 - En vel gjennomarbeidet implementeringsmetodikk som legger til rette for en effektiv og praktisk orientert prosjektgjennomføring
 - Ressurser med god forståelse av brukerscenariene
 - Referanser fra tidligere CRM implementeringer og komplekse prosjekter

Agenda

Om Terra Alliansen

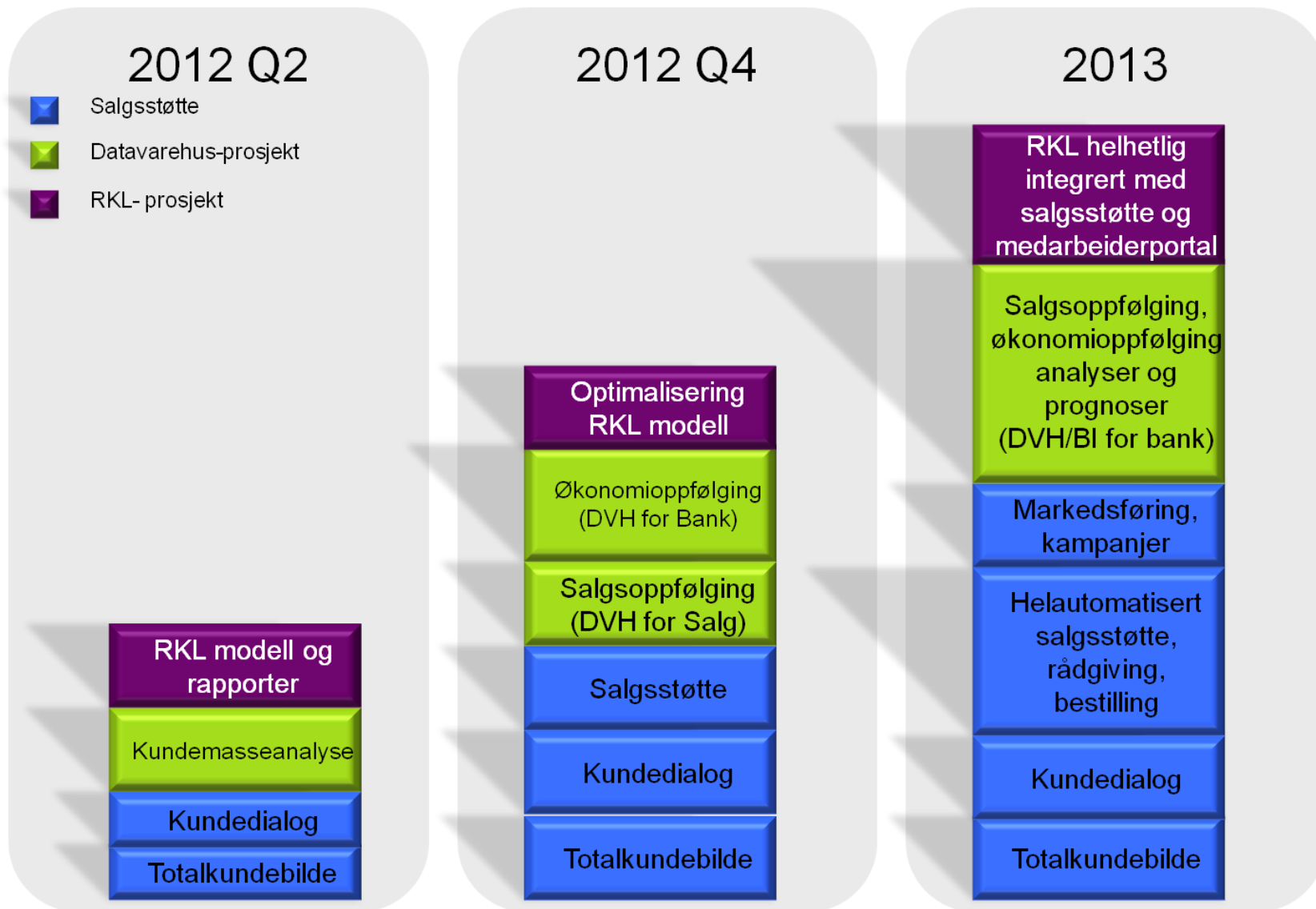
Bakgrunnen for prosjektet

Løsning og metode

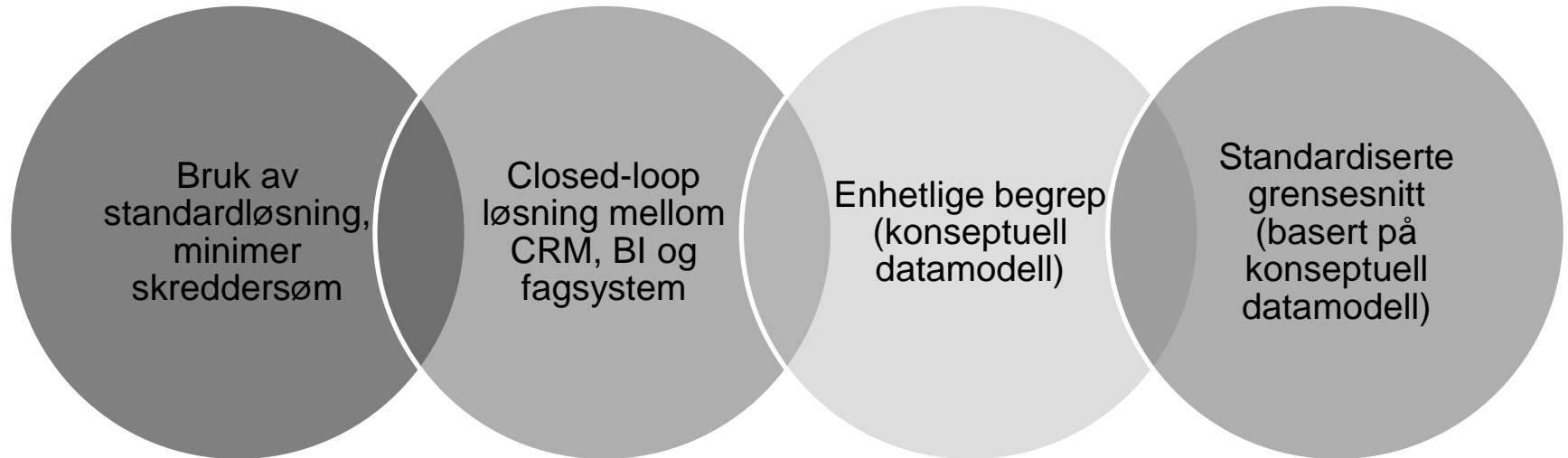
Erfaringer så langt

Avslutning

Overordnet leveranseplan LØFT



Sentrale prinsipper for anskaffelse og løsning



Brukerscenarier

BRUKERSCENARIO 1:

Søke om billån



*«Jeg har funnet drømmebilen,
og trenger et lån»*

BRUKERSCENARIO 2:

Motta finansiell
rådgivning



*«Jeg har arvet penger, og lurere på
hvordan jeg burde plassere dem»*

INTERNT SCENARIO 1:

Se på
preproduserte
rapporter



*«Jeg trenger resultater,
balanse og marginer»*

INTERNT SCENARIO 2:

Lage og dele
ad hoc rapport



*«Jeg trenger en rapport over
marginer per produkt, som jeg skal
dele med økonomiansvarlig i den
andre banken»*

Service Blueprint

Selvstendig næringsdrivende

Terra Salgsstøtte og Datavarehus
Service Blueprint – versjon 3.0

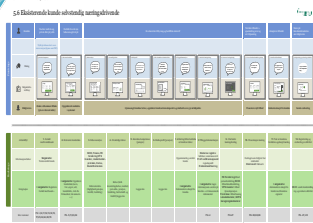
5.3 Ny kunde selvstendig næringsdrivende

	Kunden	Behov for ny bankrelasjon – både for jobben og for meg og familien	Fortelle om næringen, driften og økonomi – og personlige forhold	Hva kan dere tilby meg og bedriften min?				
Dialog			<p>2. Relevante kundedata</p>	<p>3. Behovsanalyse</p>	<p>4. Fremtidige behov</p>	<p>5. Kundens kompetanse</p>	<p>6. Risikoprofil</p>	7. Felles
Salgsstøtteverktøy								
Rådgiveren		Ønske velkommen og finne en rådgiver med riktig kompetanse	Opprette nærings- og personkunde i systemet, avdekke personlige knytninger	Avdekke kundens behov, kartlegge kundens kunnskapsnivå og utar				
Arbeidsflyt		1. Formål med kundebesøk	2. Relevante kundedata	3. Behovsanalyse	4. Fremtidige behov	5. Kundens kompetanse (pensjon)	6. Risikoprofil (pensjon)	7. først
Informasjonsbehov								Opps
Integrasjon			I salgsstøtte: Registrere formål med besøk + kundedata (navn, f.nr., org.nr, adr, kontaktinfo, info fra firmaattest, bet.anmern. ++)	Relevante data (dagligbank, pensjon, kreditt, forsikring)	Behov (inkl. investeringsbehov, marked, pers.adm., pensjon, forsikring, bet.formidl. og kreditt) legges inn	Legges inn	Legges inn	I Doku

Metode: Fit/Gap, Framgangsmåte for analyse

Input

Business Process Blueprint



Requirements

ID	Navn	Beskrivelse
ARK-1	Levingsprosess	Levingsprosessen skal beskrive system og leveringsprosessen som tilbyr og opplysningsprosessen som utføres i systemet.
ARK-2	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlem, medlem og informasjon om medlemmet (f.eks. medlemstypen, medlemstidspunktet) og skal inneholde de ulike funksjonene som er tilknyttet dette eller relaterte funksjonene i forbindelse med ulike funksjonsområder, prosesser og data.
ARK-3	IDA	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-4	Spesifikasjon	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-5	Arbeidsprosedyre	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-6	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-7	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-8	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-9	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-10	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.
ARK-11	Medlemsstatus	Levingsprosessen skal være basert på en medlemstypen, medlemstidspunktet og medlemstidspunktet.

Business rules

ID	Navn	Type	Navn
BR-1	Account with no business	Customer Model	
BR-2	Account with Customer account	Customer Model	
BR-3	Account with Customer account	Customer Model	
BR-4	Account with Customer account	Customer Model	

Workshop 1

Høynivå-krav
Forretningsprosesser
Bruker scenarier

Output:
Oppdaterte Forretningsprosesser
Business Requirements (PL101)
RICEFW-matrise

Input:
Forretningsprosesser
Business Requirements (PL101)

Workshop 2

Applikasjons-krav

Output:
Application Requirements (PL101)
RICEFW-matrise

Input:
Forretningsprosesser
Business Requirements (PL101)
Application Requirements (PL101)
Gap/Fit analyse (AP215)

Workshop 3

Gap/Fit analyse

Output:
Gap/Fit analyse (AP215)
RICEFW-matrise

Notér, løs og konkluder rundt Gaps (hvor mulig)

Agenda

Om Terra Alliansen

Bakgrunnen for prosjektet

Løsning og metode

Erfaringer så langt

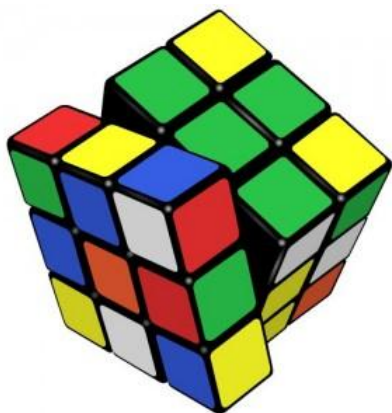
Avslutning

Erfaringer så langt



+ Suksessfaktorer +

- Brukerinnvolvering og engasjement
- God relasjon til leverandør
- Velorganisert mottaksprosjekt
- Samarbeidspart med solid kunnskap og metodikk
- Programorganisering
- Lang pilotperiode



! utfordringer !

- Mange fagsystemer, leverandører, integrasjoner

Agenda

Om Terra Alliansen

Bakgrunnen for prosjektet

Løsning og metode

Erfaringer så langt

Avslutning

Takk for meg!

For mer informasjon, kontakt:



Anne Grobstok, CIO/Viseadm. dir., Terra Alliansen
E-post: annemg@terra.no, tlf: 9777 8857



Göran Karlsson, Sr.Dir. Business Development, Avanade
E-post: goran.karlsson@avanade.com, tlf: 9010 3850