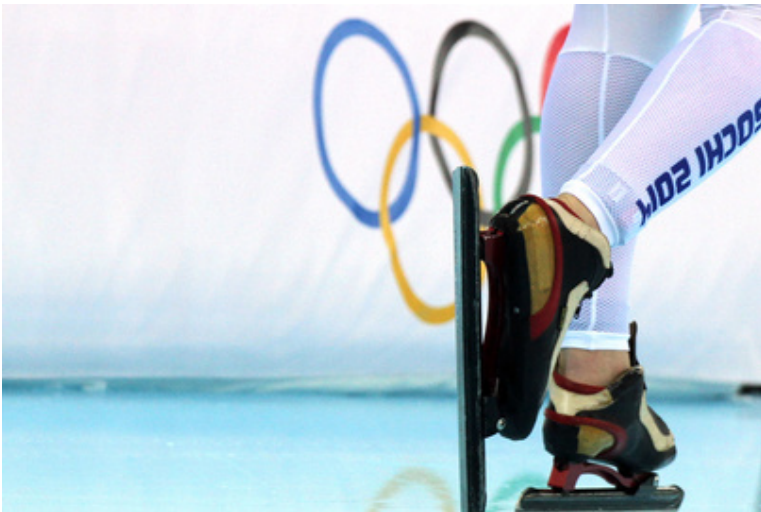


# Auf allen Kanälen

Norbert Schmitz, S-IMK GmbH

Die S Institut für Marketing und Kundenbindung GmbH (S-IMK), als hundertprozentiges Tochterunternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe, bietet den Sparkassen, Verbänden und Verbundunternehmen ein umfangreiches Know-how in den Bereichen Marketing, Produktgestaltung und Kundenbindung.



*Spurhalten auf glattem Eis: Partner bringen schneller ans Ziel.*

(dpa)

Durch die langjährige Erfahrung werden den Instituten der Sparkassen-Finanzgruppe erprobte Lösungen, die auf Kundensegmente differenziert ausgerichtet sind, geboten. Marketing ohne IT-Lösungen ist heute kaum noch vorstellbar, so der Ansatz der S-IMK. Insbesondere die Ausgestaltung der Vertriebswege nach Multikanal-Aspekten erfordert eine Verzahnung zwischen Offline- und Online-Welten.

Ein vielfältiges Portfolio an IT-Lösungen unterstützt dabei die Programme der S-IMK. Eine zentrale Komponente – mit mehr als zehn Jahren Erfahrung in Bezug auf Umsetzung und Kundenreaktion – stellt die individuell entwickelte Anwendung für das Bonusprogramm

S-Points dar. Die Software bietet exklusive Schnittstellen zur Finanz-Informatik, zu OSPlus sowie zu Dienstleistern und Partnern. Kunden, Kundenberater der Sparkassen und Mitarbeiter im Callcenter haben über diverse Internet-Anwendungen Zugriff auf die Komponenten des Bonusprogramms. Die S-IMK betreibt die Anwendung und entwickelt diese ständig nach Anforderungen des Marktes weiter. Dazu gehört u.a. auch die Unterstützung im Ausbau der Kundenkommunikation unter Multikanal-Aspekten.

Im Bereich der Mehrwert- und Kreditkartenlösungen bietet die S-IMK datenbankbasierte Internet-Portale, Shop-Systeme mit Zahlungsmodulen, Schnittstellen zu den Anwendungen der Finanz-Informatik, Apps und Newsletter-Tools, die die Produkte für die Sparkassen und deren Kunden vervollständigen und Lösungen aus einer Hand erlauben.

Kompetenzen im Bereich von Social Media bilden einen weiteren Schwerpunkt in aktuellen Themenfeldern. Die Unterstützungsleistungen unseres qualifizierten und hoch motivierten Teams reichen von der Entwicklung sparkassenindividueller Konzepte bis hin zum Monitoring. Bereits zum dritten Mal wurde in 2013 der S-IMK Social Media Award für Sparkassen vergeben. Über eine eigene Online-Plattform stehen den teilnehmenden Sparkassen die erfolgreichen und prämierten Konzepte der anderen Sparkassen zur Adaption zur Verfügung.

Microsites für Kampagnen, individuelle Konzepte oder Zusatzprodukte runden das Leistungsprofil der S-IMK ab. Dabei werden aktuelle Tools und Technologien zur Integration der Seiten in die Internetfiliale oder als eigenständige Produktdarstellung genutzt. Der Einsatz von Zertifikaten ist dabei selbstverständlich.

Bei allen genannten Leistungen spielt das Thema Datenschutz eine herausragende Rolle. Für den Austausch sensibler Daten stellt die S-IMK ein selbst entwickeltes Datenaustauschportal zur Verfügung. Die erfolgreich absolvierte TÜV-Zertifizierung dokumentiert die Prozesse und den sicheren Umgang mit kundenspezifischen Daten.