

Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

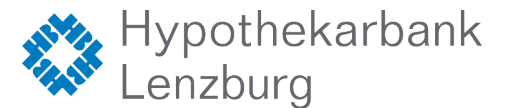
Hypothekarbank Lenzburg AG

Zürich, 18. November 2015

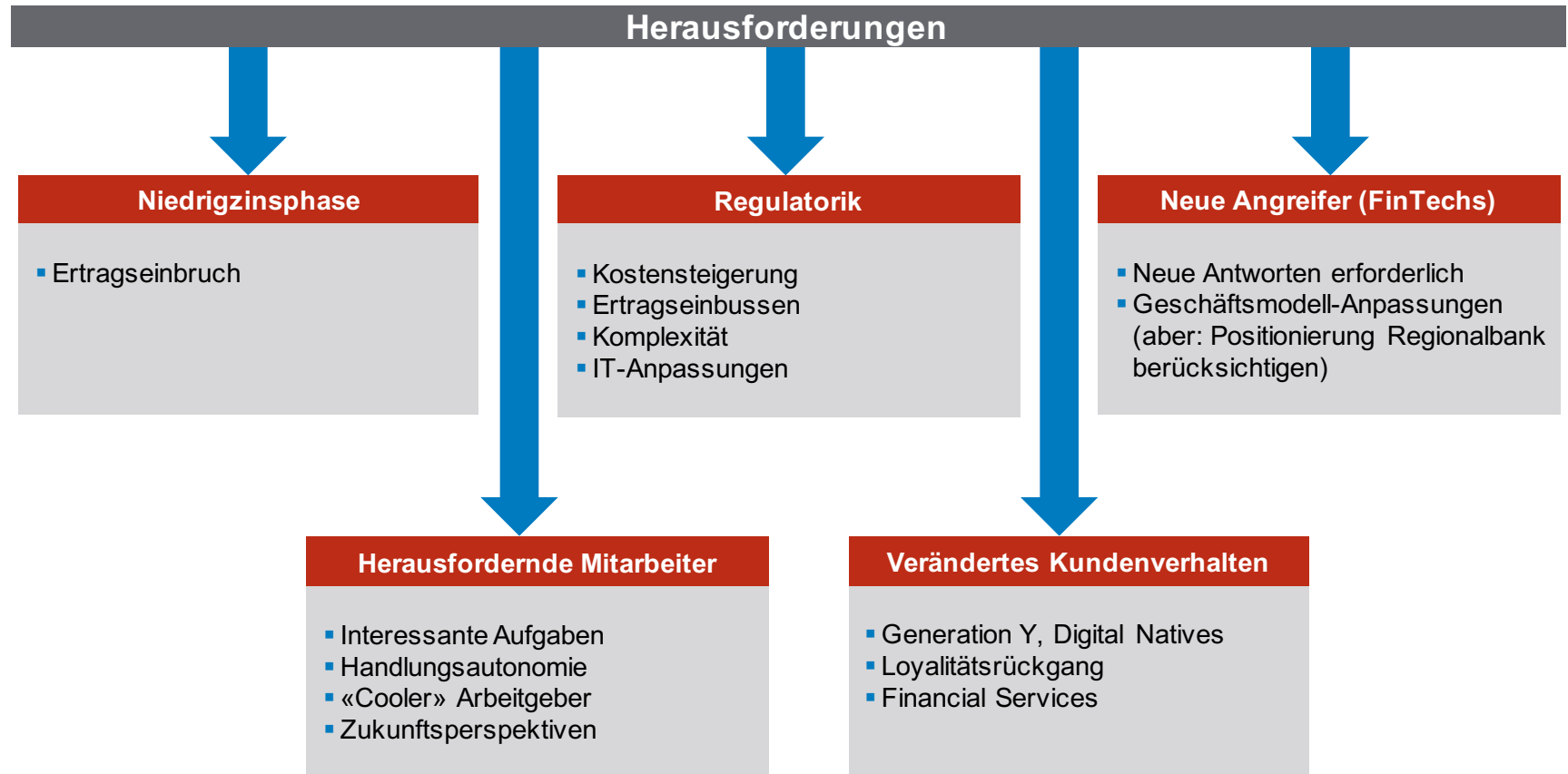


Grüezi

und herzlich willkommen!

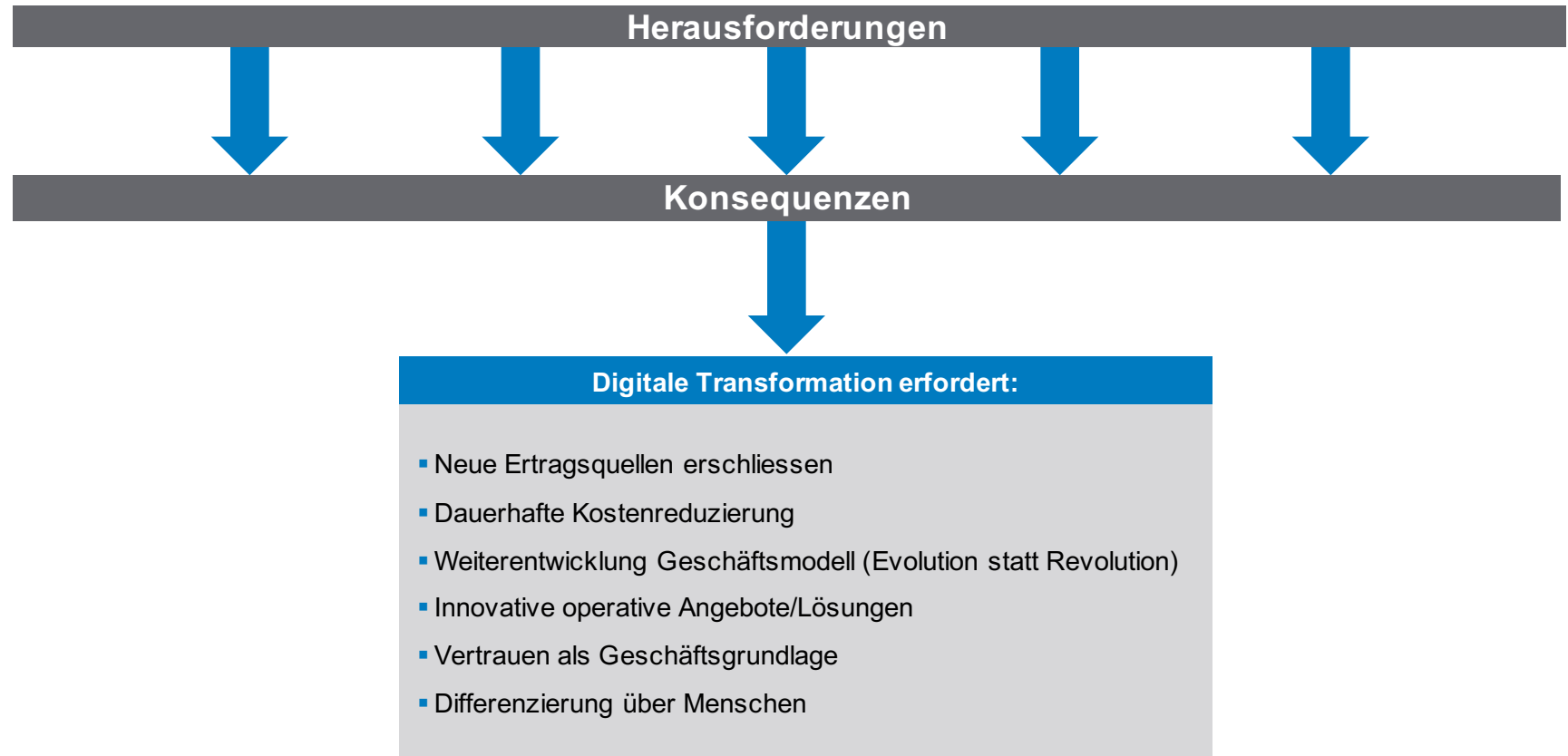


Spannungsfeld TradiVation & DigiLog Herausforderungen



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

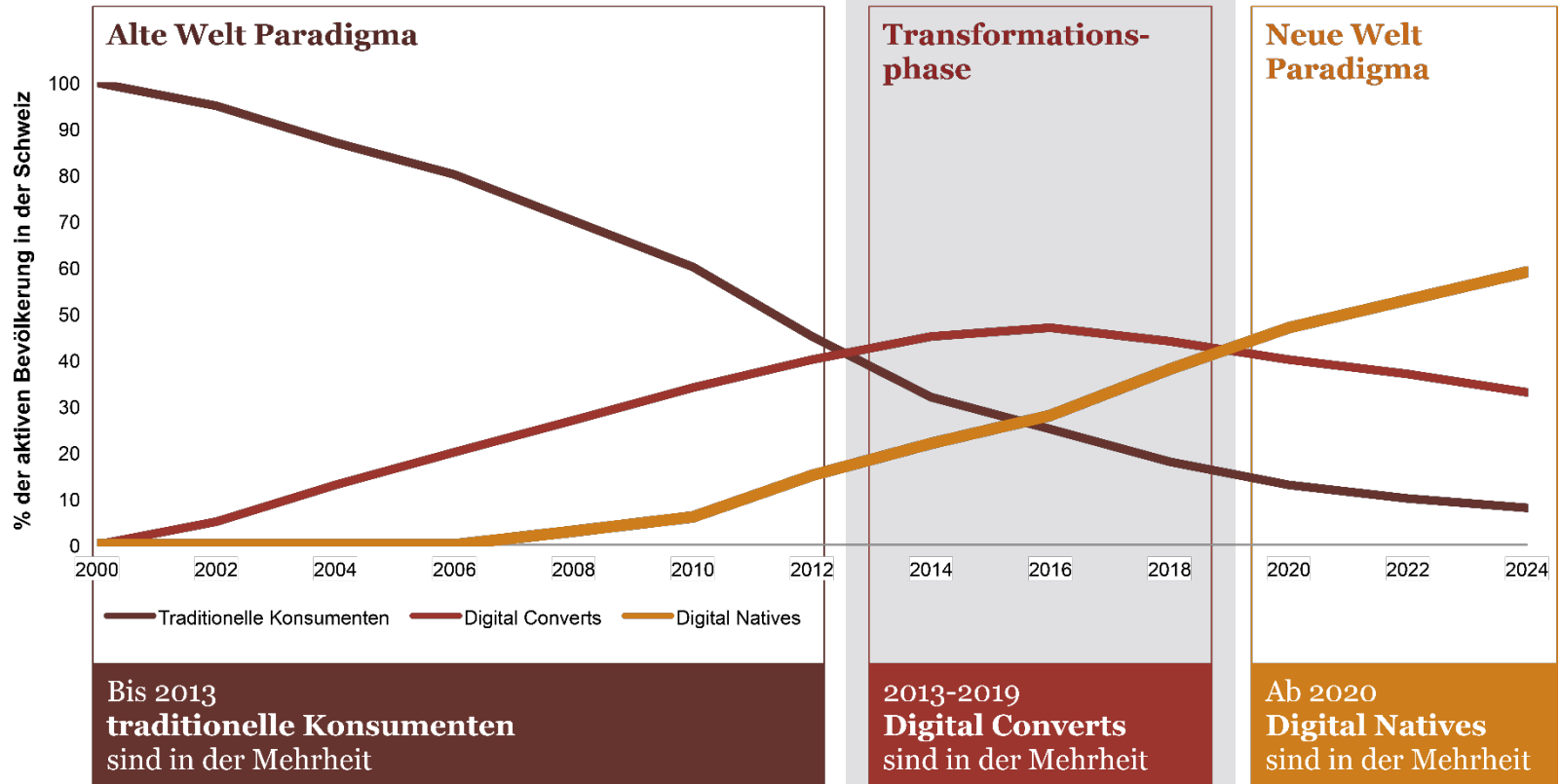
Konsequenzen



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

Wir befinden uns derzeit in einer wichtigen Transformationsperiode!

Digital Transformation – the World is Changing



Quelle: PWC

Spannungsfeld TradiVation & DigiLog
Unternehmensvision (Kurzfassung)

Unsere Marke

IHRE persönliche Regionalbank
im Herzen des Kantons Aargau.
WIR begleiten SIE - HEUTE UND MORGEN.
Vertrauen verbindet.

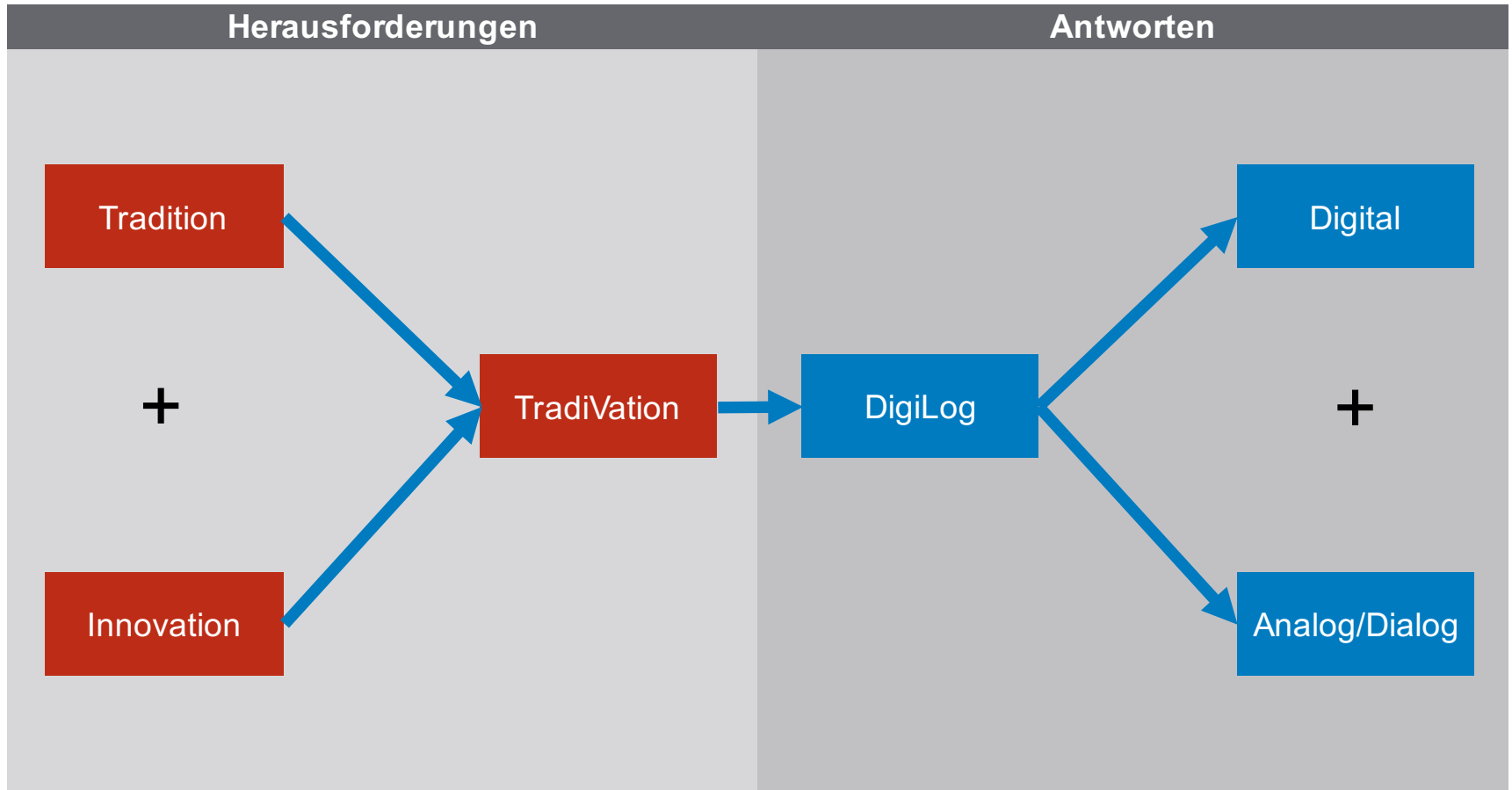
Quelle: www.hbl.ch



Hypothekbank
Lenzburg

Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

Die aktuellen Herausforderungen erfordern neue Antworten



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

Vier Thesen

■ Tradition

Die Regionalbanken müssen sich auf ihre historischen Stärken – eine lange Tradition und Verankerungen bei ihren Kunden – fokussieren. Die Rückbesinnung auf das klassische und diskrete Bankgeschäft ist dabei ein Element. Dazu gehört auch Vertrauen durch Nähe.

■ Innovation

Innovationen sind zukünftig ein massgeblicher Schlüssel zum Erfolg. Dabei geht es nicht mehr nur um Produkt- sondern beispielsweise auch um Dienstleistungs-, Service- und Betreuungsinnovationen. Somit also auch um die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells.

■ Digital

Nicht nur die zukünftigen Potenzialkunden – die jungen Zielgruppen – erwarten zunehmend Zugang über digitale Kanäle zu ihrer Bank. Dies bezieht sich längst nicht mehr nur noch auf das Online-/E-Banking, sondern auch auf neue, innovative Technologien.

■ Analog/Dialog

Nähe bezieht sich nicht nur auf räumliche Nähe stationärer Vertriebseinheiten. Vielmehr geht es um kommunikative und vor allem emotionale Nähe. Häufige, eigeninitiierte und vor allem empathische Kundengespräche sind kritische Erfolgsfaktoren.



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog Framework Hypi-Digital

Kanal

Funktion

Classification	Feature	Description	Channel															
			Online Banking	Mobile Banking	Social Banking	Contact Center	Hybrid ATM	Hybrid Life/Save	24h SelfService	Branch	Page/In	Client Advisor	Hybrid Later	Hybrid Agent/1.0	SW/Market/ Broker			
Information Services	Balance Inquiry, statement, transaction history	Customer can check current and past transactions with specific balance history	Improving	high	medium	existing	high	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	
	Online asset lending order	Customer can check current and past transactions with specific balance history (e.g. order for unit share)	high	high	low	low	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	
	Single view of bank accounts	Linking various accounts customer can view their bank, credit card and loan accounts in one view through a single page	Improving	high	medium	existing	medium	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing	existing
	Credit Card Balance Inquiry, statement, transaction history	Customer can check current and past credit card transactions with specific balance history (e.g. in app)	high	high	low	low	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Bank document archive	Customer can view all historical documents (Contract of mobile accounts) at the same time (e.g. in app)	Improving	low	low	n.a.	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Mailbox	Customer can send e-mails directly to the bank, and the bank can also maintain constant communication and provide products and services	Improving	high	medium	n.a.	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Transfer Funds	Customer can transfer funds to other accounts (independently of the bank)	Improving	high	medium	existing	n.a.	medium	medium	existing	existing	existing	existing	medium	medium	medium	medium	medium
	Open Card	Customer can open new credit card accounts	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	high	high	high	high	high	high	high	high	high	high
	Open Card	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	medium	medium	low	n.a.	n.a.	low	low	low	low	low	low	n.a.	high	high	high	n.a.
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
Transaction Services	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Account opening	Customer can open new credit card accounts (e.g. open an order with online banking)	high	high	low	existing	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
Interaction Services	Online Chat	Customer can chat with relationship managers for all financial products	high	high	high	n.a.	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	
	Online Video Service/agg. Service	Video chat that also customer to interact with relationship managers for all financial products	high	high	high	n.a.	n.a.	high	high	high	high	high	high	high	high	high	high	high
	Online TV Service	Video chat that also customer to interact with relationship managers for all financial products	high	high	high	n.a.	n.a.	high	high	high	high	high	high	high	high	high	high	high
	Online Appointment/reminder	Reminders to attend appointments with the customer	high	high	medium	high	n.a.	high	high	high	high	high	high	high	high	high	high	n.a.
	Personalization	Using personalization and localization, customers can customize their dashboard with products/features (e.g. private account activity)	medium	medium	medium	n.a.	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	n.a.
	Client activation	Using personalization and localization, customers can customize their dashboard with products/features (e.g. private account activity)	medium	medium	medium	n.a.	n.a.	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low	n.a.
	Online banking widgets	Widgets that the customer and advisor are provided with the option of adding new interactive widgets based on customer preference	Improving	high	medium	n.a.	n.a.	low	medium	medium	low	low	low	medium	medium	medium	medium	medium
	Social computing	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	high	n.a.	n.a.	high	low	low	low	low	low	low	low	low	low	low
	Financial Management	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	Improving	medium	medium	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	low
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
Advanced Financial Services	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium
	Research Tools/Reports	Using social computing like Facebook etc. along with micro-blogging like Twitter and LinkedIn	high	high	low	low	n.a.	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium	medium

Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

KTI-Projekt: «Live Paper» for Human Centred Financial Advisory Services

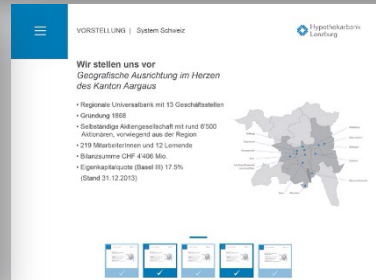
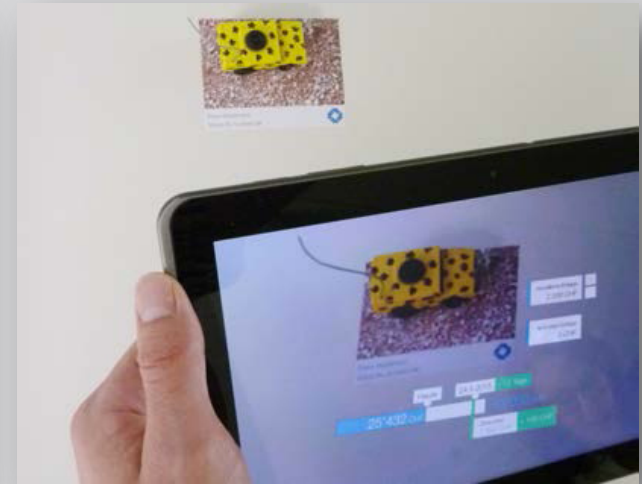
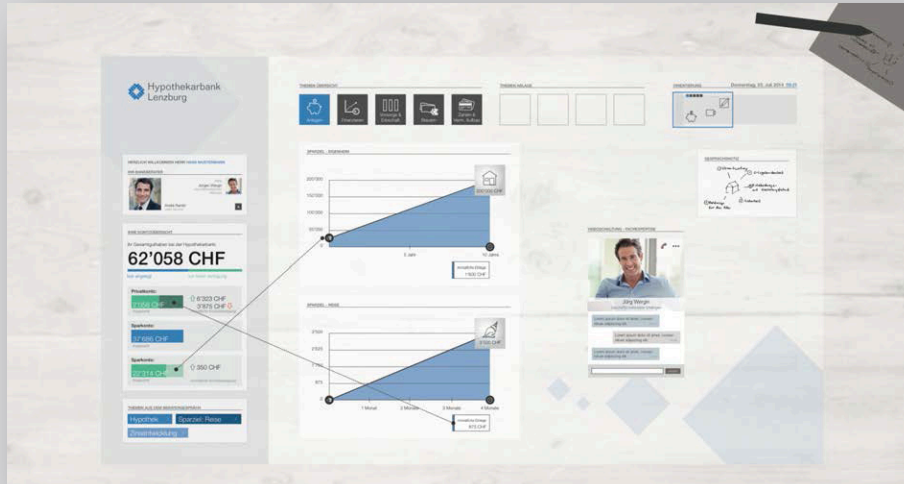
- Der dominante Einsatz von IT in der Bankberatung beeinträchtigt die Beziehung zwischen Berater und Kunde.
- Die Kompetenzen des Kundenberaters werden durch technologische Unterstützung gestärkt. Unser Kundenberater steht im Mittelpunkt.
- Mit der Kerninnovation «Live Paper» entwickeln wir eine Augmented-Reality-Umgebung, die das Pencil-Selling um dynamische Inhalte per Aufprojektion erweitert und so als Calm Technology im Hintergrund bleibt.
- In Zusammenarbeit mit Fachhochschule (FHNW, i4Ds Institut für 4D-Technologien) und Universität Zürich (Department of Informatics).
- Forschung wird gefördert durch die Kommission für Technologie und Innovation (KTI) der Schweizerischen Eidgenossenschaft.



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

KTI-Projekt: «Live Paper» for Human Centred Financial Advisory Services

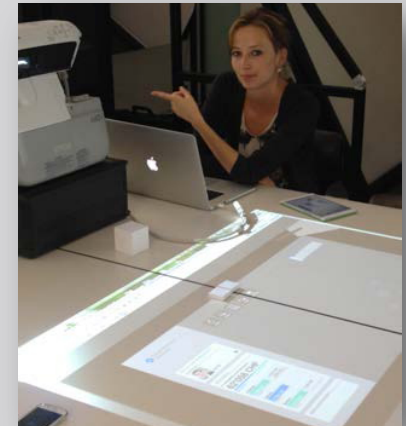
Beratungsszenarien und Augmented-Reality-App «Hypigochi»



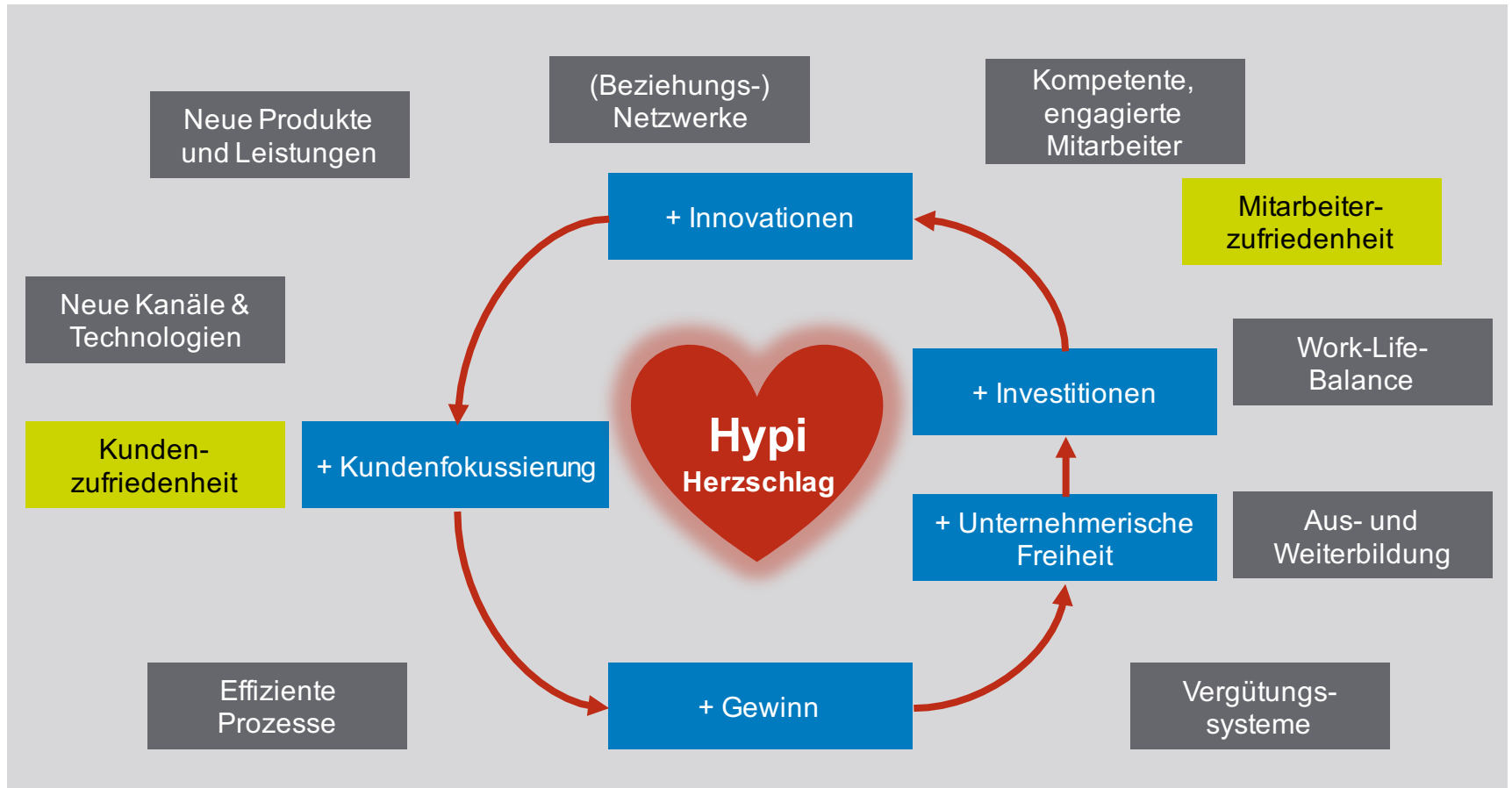
Display- und Projektionsverfahren

Live Paper

Konzept Beratertisch und beispielhafte Interaktionen



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog Gewinnerzielung und Zufriedenheit



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Arbeit, Team, Erfolg



Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

Kontakt Daten



André Renfer

Bereichsleitung Services
Hypothekbank Lenzburg AG

andre.renfer@hbl.ch

Spannungsfeld TradiVation & DigiLog

Disclaimer

Die in dieser Präsentation verwendeten Informationen, Produkte, Daten, Dienstleistungen und Tools stammen aus Quellen, welche die Hypothekbank Lenzburg AG als zuverlässig erachtet. Trotz sorgfältiger Bearbeitung kann die Bank für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Informationen keine Haftung übernehmen.

Diese Publikation hat ausschliesslich informativen Charakter und stellt keine Offerte, keine Empfehlung und keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertschriften dar. Die Informationen unterliegen nicht den rechtlichen Anforderungen bezüglich der Unabhängigkeit der Finanzanalyse (z. B. «Richtlinien zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Finanzanalyse» der Schweizerischen Bankiervereinigung). Sie ersetzt also keineswegs die persönliche Beratung durch unsere Kundenberaterinnen und Kundenberater und eine damit verbundene sorgfältige Anlage- und Risikoanalyse.

Die zukünftige Performance von Anlagevermögen lässt sich nicht aus früheren Kursentwicklungen ableiten. Aufgrund von Kursschwankungen kann der Anlagewert erheblich variieren. Wir verweisen ferner auf die Broschüre «Besondere Risiken im Effektenhandel».

Die vorliegenden Informationen sind ausschliesslich für Kunden aus der Schweiz vorgesehen.