



Mobile Banking —

Wie das Kerngeschäft einer Bank und der mobile Kanal wirklich voneinander profitieren können

- Wie die Existenz des mobilen Kanals die Kundenbeziehung jeder Bank verändert
- Warum das Mobiltelefon oft sogar für ältere Kunden einen Lebensmittelpunkt bildet
- Technische Möglichkeiten kennen und abschätzen
- Business Development: Neue Erlösquellen durch Mobilfunk
- Erfolgreiche Kundenbindung durch mobile Anwendungen
- Cross-Selling: Bestehende Kunden durch mobilen Kanal besser aktivieren
- Was M-Banking-Dienstleister leisten können — und was nicht
- Neukundengewinnung durch Mobile Marketing
- Mobile-Strategien erfolgreich entwickeln
- Erwartungen der Kunden verstehen und erfüllen
- Pro und Contra Kooperation mit Mobilfunkanbietern
- MVNO-Konzepte einschätzen und bewerten
- Wie wird M-Banking 3.0 aussehen?

Case Study:
Die MVNO-Strategie einer europäischen Großbank

Ihre Seminarleiter:



Dr. Key Pousttchi

Forschungsgruppe wi-mobile
Universität Augsburg



Laura Goeke

Forschungsgruppe wi-mobile
Universität Augsburg

Aktuelle Forschungsergebnisse aus Augsburg praxisgerecht aufbereitet!

Kleingruppen-Konzept ermöglicht hohen Lernerfolg!



SEMINARS
wi-mobile

KNOWLEDGE FOR MOBILE MARKETS

Ab 9.00

Empfang

mit Tee und Kaffee
Ausgabe der Seminarunterlagen

9.45-10.00

Herzlich Willkommen!

Begrüßung durch die Seminarleiter,
Vorstellung der Teilnehmer und Abgleich der
Erwartungen an das Seminar

10.00-11.00

Der Werkzeugkasten für M-Banking: Endgeräte, Funknetze und Realisierungstechniken

- Endgeräte im Vergleich: Handys, Smartphones, Personal Digital Assistants (PDA), iPhone & Co.
- Übertragungsstandards: GSM, GPRS, UMTS, Bluetooth, NFC etc.
- Realisierungstechnologien im Überblick: SMS, MMS, SIM AT, USSD, WAP, HTML, Java etc.
- „Design to mobile“: Auswirkung der technischen Einschränkungen und Heterogenitäten des mobilen Kanals beachten

11.00-11.45

Kundenbindung, Cross-Selling, Neukundengewinnung durch ein „M“ in der Multi- Channel-Strategie

- Einbindung des mobilen Kanals in Ihre Multi-Channel-Strategie
- Kundenbindung, Cross-Selling, Neukundengewinnung. Welche Ziele sind realistisch?
- Lessons Learned aus der ersten Generation des M-Banking: Warum waren viele Anwendungen nicht erfolgreich?
- Understanding the Mobile Customer: Die spezifische Bedürfnisse und Erwartungen des mobilen Kunden verstehen
- Zielgerichtete Entwicklung erfolgreicher M-Banking-Anwendungen
- „Bauchgefühl“ durch analytisches Vorgehen ersetzen, die Bedürfnisse treffen und zielgruppenspezifische Angebote machen
- **Exkurs:** B2B-Mobile-Commerce oder mobile integrierte Geschäftsprozesse und ihre Potentiale für Banken

11.45-12:00

Kaffeepause

12.00-13:00

Mobile Strategien für Banken I: Von der mobilen Kontostandabfrage zum MVNO

- Welche Bedeutung das Handy für verschiedene Kundengruppen hat und warum das für eine Bank wichtig ist
- Integrierte Mobile-Banking-Portale und ihre Elemente
- Klassische M-Banking-Funktionalität
- M-Marketing im Bankenumfeld: Was ist möglich,

was ist sinnvoll?

- Mobiler Virtueller Netzbetreiber: Umsatzsteigerung durch neue Erlösquellen?
- **Case Study:** Die MVNO-Strategie einer europäischen Großbank

13:00-14:30

Gemeinsames Mittagessen

14.30-16.00

Entwicklung von M-Marketing-Kampagnen für Banken

- Umsetzung von M-Marketing-Kampagnen mit der M-Marketing Campaign Implementation Toolbox
- Pull-Dienste: Abruf von Informationen durch den Benutzer
- Push-Dienste: Automatische Übermittlung von Informationen an Benutzer
- Kosten, Erfolgsfaktoren und Stolpersteine im Mobile Marketing
- Permission Marketing: Einwilligung der Adressaten/Kunden sicherstellen
- Imageschädigung bei falschem Einsatz vermeiden
- Mobiles Virales Marketing: Wie Sie den Kunden zum Werbeträger machen
- Die richtige Kampagne für Ihr Marketing-Ziel, die M-Marketing Campaign Selection Toolbox

16:00-16:30

Kaffeepause

16:30-17:15

M-Payment: Einsatz, Marktaussichten, Erfolgsfaktoren

- Besonderheiten und Potentiale mobiler Bezahlverfahren
- Bezahlen mit dem Handy im M-Commerce, E-Commerce und am POS
- Warum M-Payment in Deutschland bisher nicht erfolgreich ist?
- Anforderungen der M-Payment-Kunden
- Status des M-Payment in Deutschland und in den Ländern der EU
- Zu erwartende Marktentwicklung und Optionen für Banken

17:15-18:00

Mobile Strategien für Banken II: Von den Einzelbausteinen zum Gesamtkonzept

- Zusammenfassung der vorgestellten Einzelbausteine
- Der Mobile Banking Strategy Framework, ein Tool zur Entwicklung mobiler Strategien für Banken
- Individuelle Fragen und Diskussion

18.00

Get-Together

Ausklang des Semintages in informeller Runde. wi-mobile lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk in angenehmer Atmosphäre ein.

Unsere Seminare sind überzeugend?

Dann nutzen Sie die Kompetenzen von wi-mobile als externen Think Tank für Ihre Projekte!



wi / mobile

better results through research.

Über die Seminarleiter

Dr. Key Pousttchi leitet seit 2001 die Forschungsgruppe wi-mobile am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Systems Engineering an der Universität Augsburg. Die international renommierten Forschungsergebnisse seiner Gruppe zeichnen sich durch die Kombination von akademischer Forschung und Praxiserfahrung aus und fließen nicht nur in die praxisnahe Ausbildung von Studenten im Fachgebiet Mobile Commerce ein, sondern auch durch Consulting-Projekte auf nationaler und internationaler Ebene wieder in die Industrie zurück. Dr. Key Pousttchi leitete u. a. das National Roundtable M-Payment der deutschen Mobilfunkanbieter und Banken und ist Mitglied des Expertengremiums M-Enterprise für das Bundeswirtschaftsministerium.

Laura Goeke ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und arbeitet seit 2005 in der Forschungsgruppe wi-mobile mit dem Schwerpunkt Akzeptanz mobiler Bezahlverfahren und mobilintegrierte Geschäftsprozesse. Sie wirkte an zahlreichen Studien in diesen Bereichen mit und leitete verschiedene Teilprojekte. Praktische Erfahrung sammelte sie in Industrieprojekten zur Analyse von Märkten für Mobile-Payment-Verfahren, Bewertung und Verbesserung existierender Lösungen sowie Analyse und Generalisierung von M-Enterprise-Lösungen. Sie ist Referentin bei Industrieveranstaltungen sowie wissenschaftlichen Konferenzen.

Termin und Veranstaltungsort

Wird rechtzeitig bekannt gegeben.

Weitere Seminare

- Mobile Marketing - Neukundengewinnung, Kundenbindung, Cross-Selling mit Handy & Co.
- Mobile Payment - Technik, Akzeptanz, Geschäftsmodelle
- Mobile Business Processes (in Vorbereitung)

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und per Fax zurücksenden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind, andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Forschungsgruppe wi-mobile

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Systems Engineering — Universität Augsburg
Universitätsstr. 16
D-86159 Augsburg

Ansprechpartner:

Laura Goeke

Direkt: +49 (162) 276 44 90

Telefon: +49 (821) 598-4431

Telefax: +49 (821) 598-4432

E-Mail: info@wi-mobile.de

URL: www.wi-mobile.de

Zielgruppe

Zielgruppe des Seminars sind Entscheider aus Banken und Sparkassen sowie Dienstleister für die Branche, die ein Interesse haben, die Potentiale und Restriktionen des mobilen Kanals konzeptionell, umfassend und aus einer neutralen Position heraus unter Einbezug aktueller Forschungsergebnisse praxisgerecht aufbereitet zu erhalten, um ihre eigenen Projekte und Strategien entwickeln oder überprüfen/verbessern zu können.

Anmeldung

Ich/wir nehme(n) teil:

Seminar M-Banking

Name 1

Position

Abteilung

Name 2

Position

Abteilung

Firma

Adresse

Tel.

Fax

E-Mail

Ort, Datum

Unterschrift

Teilnahmebedingungen: Die Teilnahmegebühr für das eintägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation 695 EUR (zzgl. der gesetzlichen MwSt.). Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung.

Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens teilnehmen, bieten wir ab dem zweiten Teilnehmer 20% Preisnachlass. Fragen Sie uns nach Sonderkonditionen bei gleichzeitiger Buchung verschiedener Seminare oder bei Inhouse-Seminaren unter info@wi-mobile.de.

Bis 5 Wochen vor der Veranstaltung können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist jederzeit kostenfrei möglich.