

angesprochen werden. Diese Push-Phase soll den Kunden entweder direkt informieren oder signalisieren, dass eine Kontaktaufnahme oder ein Feedback seinerseits erwünscht ist. Da Kunde und Bank bereits vertraglich gebunden sind, ist diese Kontaktaufnahme auch aus wettbewerbsrechtlicher Sicht i.a. unproblematisch []. Ob Kunden tatsächlich an solchen Kontaktaufnahmen interessiert sind, kann per Selbstpflege im Profil spezifiziert werden. Wenn ein Kunde dann schließlich auf einem Kanal reagiert, wird auf diesem Kanal die Kommunikation fortgesetzt und in einen Dialog überführt. Dieser Dialog endet - soweit möglich – fallabschließend oder mündet in einen Kanalwechsel, der zeitgleich oder zeitlich versetzt erfolgen kann. Mit diesem Kanalwechsel kann ein gegebenenfalls erforderlicher Fallabschluss in einem abgesicherten Kanal (target channel) erfolgen, so dass die Kanalvielfalt zu Beginn des Prozesses nicht nur abgesicherte Kanäle umfassen muss, sondern alle Kanäle umfassen kann.

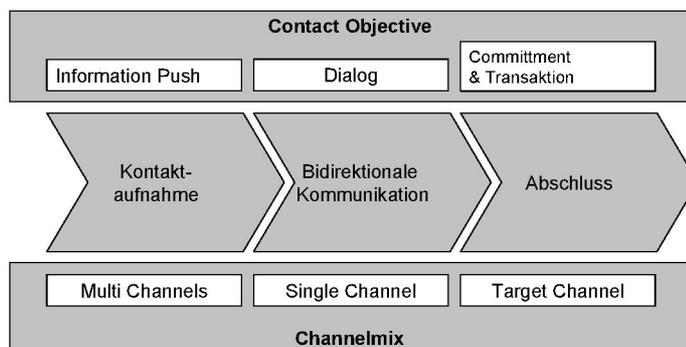


Abb. 5. Prozessphasen im RMA

Der Status über den Dialog mit dem Kunden bleibt über die Prozessphasen hinweg erhalten. Damit sind Prozessphasen nicht erneut zu durchlaufen, auch wenn eine vorige Prozessphase im Dialog nicht vollständig abgeschlossen werden konnte. Kunden können auf diese Weise von einem Kanal übergreifenden und sich inhaltlich fortsetzenden Dialog profitieren.