

ein genaues Bild der Prozessstati der ihm zugeordneten Kunden und kann bei Bedarf in Einzelprozesse oder die RM-Prozessdefinitionen eingreifen.

8 Kampagnendesign und Kundenansprache in der Praxis

Die Modellierung von RM-Prozessen folgt den jeweiligen Kundenbindungsstrategien. So ist in der RME festzulegen, für welche Vertriebsimpulse wie zu reagieren ist, d.h. welche RM-Prozesse auf Vertriebsimpulse anzuwenden sind. Eine solche Prozessdefinition kann mehrere Aktivitäten - nacheinander oder parallelisiert - umfassen, auf Vertriebskanäle Bezug nehmen, dynamische Dialoge generieren oder entsprechende Alerts oder Berichtselemente definieren. Ein Alert ist eine Rückmeldung aus einem Dialog, über den der entsprechende Kundenberater unverzüglich zu informieren ist.

Nachfolgend werden einige Beispiele für Vertriebsimpulse aufgeführt:

- Überschreitung von vereinbarten Schwellwerten
- Ablauf von Termingeldern / Prolongationen
- Zahlungseingang von Großbeträgen auf Konten
- Kundengeburtstag / Firmenjubiläum
- Abbuchungsankündigung für Darlehensraten