

**Tink's Guide
zum Thema**

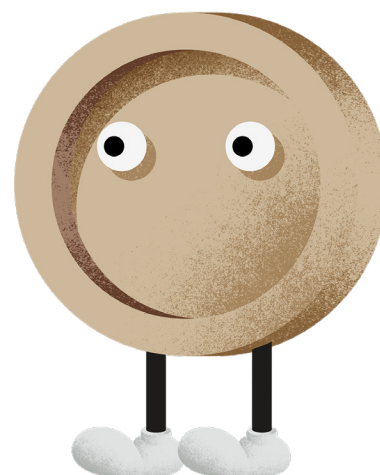
Digitales Banking verbessern durch personalisierte Einblicke

— Wie personalisierte Einblicke und Beratung dabei helfen,
Kunden zu aktivieren, zu inspirieren und zu konvertieren.

tink'

Was Sie in diesem Leitfaden erfahren

Die Finanzberatung ins digitale Zeitalter bringen	3
Personalisierte Einblicke: eine vertrauenswürdige digitale Beratung	5
3 Wege, wie personalisierte Einblicke Ihnen helfen, Ihre Kunden zu überzeugen	6
1. Kunden aktivieren	7
2. Kunden inspirieren	10
3. Kunden konvertieren	12
So wird es Wirklichkeit mit Tinks Money Manager	14
Wie es funktioniert:	
Die Technologie hinter der Beratung	15
Wie Sie das alles: verwalten können mit der Tink-Konsole	18
Einblicke in die Praxis	22
Wie CGD in sechs Monaten ein erstklassiges mobiles Erlebnis gestaltete	23
Sind Sie bereit, Ihr Angebot zu erweitern?	25



Die Finanzberatung ins digitale Zeitalter bringen

Die Beziehung zwischen einer Bank und ihren Kunden basiert nach wie vor auf Vertrauen. Doch die Zeiten, in denen die meisten Menschen eine persönliche Beziehung zu den Angestellten einer Bankfiliale haben, sind vorbei. Heutzutage findet das Bankgeschäft digital statt. Das bedeutet, dass Banken neue Wege finden müssen, um Vertrauen und Loyalität aufzubauen und den Kunden das Gefühl zu geben individuell geschätzt zu werden.

In der digitalen Welt spricht man dabei von Personalisierung.

Personalisierung ist nicht nur ein nettes Extra, sondern wird heutzutage von Kunden vorausgesetzt. Eine [Studie von Salesforce](#) zeigt, dass 64 % der Kunden ein maßgeschneidertes Angebot auf Grundlage ihrer früheren Aktivitäten erwarten, und 62 % davon ausgehen, dass sich Unternehmen an ihr bisheriges Verhalten anpassen. Je jünger die Generation, desto größer ist dieser Trend.

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen digitale Angebote über generische Empfehlungen hinausgehen. Ob bei Streaming-Diensten, Content-Plattformen oder beim Online-Shopping: Menschen sind es gewohnt, intelligente Tipps zu bekommen, die auf ihren Interessen und ihrer individuellen Situation basieren. Warum sollten sie sich also mit allgemeinen Finanztipps zufriedengeben?

Wenn es um digitales Banking geht, ist die Bereitstellung von Funktionen, die es Kunden erleichtern, ihre Finanzen zu verstehen und zu verwalten, ein wichtiger erster Schritt. Aber das ist nicht genug. Kunden möchten auch clevere Tipps und relevante Angebote erhalten. Hier kommen personalisierte Einblicke ins Spiel.



Durch personalisierte Einblicke können Sie die Rolle des vertrauenswürdigen Finanzberater ersetzen – und das zu viel geringeren Kosten. Anstelle von Beratungsterminen in der Filiale erreichen Sie Ihre Kunden über digitale Kanäle, die diese ohnehin nutzen. Dort können Sie ihnen intelligente, sinnvolle Ratschläge geben, die Kunden wirklich weiterhelfen.

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen, wie Sie das digitale Bankerlebnis transformieren und durch personalisierte Einblicke langfristige (und profitable) Beziehungen zu Ihren Kunden aufbauen können – und zwar innerhalb weniger Monate.

Personalisierte Einblicke: eine vertrauenswürdige digitale Beratung

Der einfachste und effektivste Weg, personalisierte Einblicke zu erzeugen, ist die Analyse der Transaktionsdaten von Kunden, um auf der Grundlage ihrer Transaktionen Handlungsempfehlungen zu geben.

Aber Sie müssen mehr tun, als lediglich Ausgaben zusammenzufassen und am Ende des Monats kluge Ratschläge zu geben. Um ein hochwertiges Erlebnis zu bieten, sollten Sie Echtzeitdaten nutzen und diese in vorausschauende und frühzeitige Handlungsempfehlungen umwandeln. Auf diese Weise können Sie Kunden relevante Impulse geben - genau zum richtigen Zeitpunkt.

Neben Hilfe und Beratung können Sie einen Schritt weiter gehen und relevante Angebote versenden, die den Kunden Zugang zu Produkten geben, die ihren finanziellen Bedürfnissen besser entsprechen.

Mit dieser Art der persönlichen, relevanten und frühzeitigen Beratung zeigen Sie Ihren Kunden, dass sie sich auf Sie verlassen können. Indem Sie ihnen helfen, Ausgaben klüger zu planen, finanzielle Ziele zu erreichen oder bessere Angebote zu finden, können Sie Vertrauen und Loyalität aufbauen - und so die Bindung an Ihre Marke vertiefen.

Wenn Sie das Leben der Menschen auf eine sinnvolle Weise vereinfachen, wird Ihr Service schnell zu etwas, das diese nicht mehr missen möchten. Derart umsorgte Kunden werden zu Ihnen zurückkommen, mehr Aufträge tätigen und vielleicht sogar ihre Freunde mitbringen.

Personalisierte Einblicke bieten eine menschliche Note in einer Welt, in der Dienstleistungen zunehmend automatisiert sind. Und das alles bei echtem Mehrwert für das Leben Ihrer Kunden - und den Gewinn Ihres Unternehmens.



3 Wege, wie personalisierte Einblicke Ihnen helfen, Ihre Kunden zu überzeugen



Die Automatisierung der Finanzberatung, um jedem Nutzer ein maßgeschneidertes Erlebnis zu bieten, ist nicht nur für Ihre Kunden großartig. Sie bringt auch erhebliche Vorteile für Ihr Unternehmen mit sich. Hier sind ein paar Beispiele.

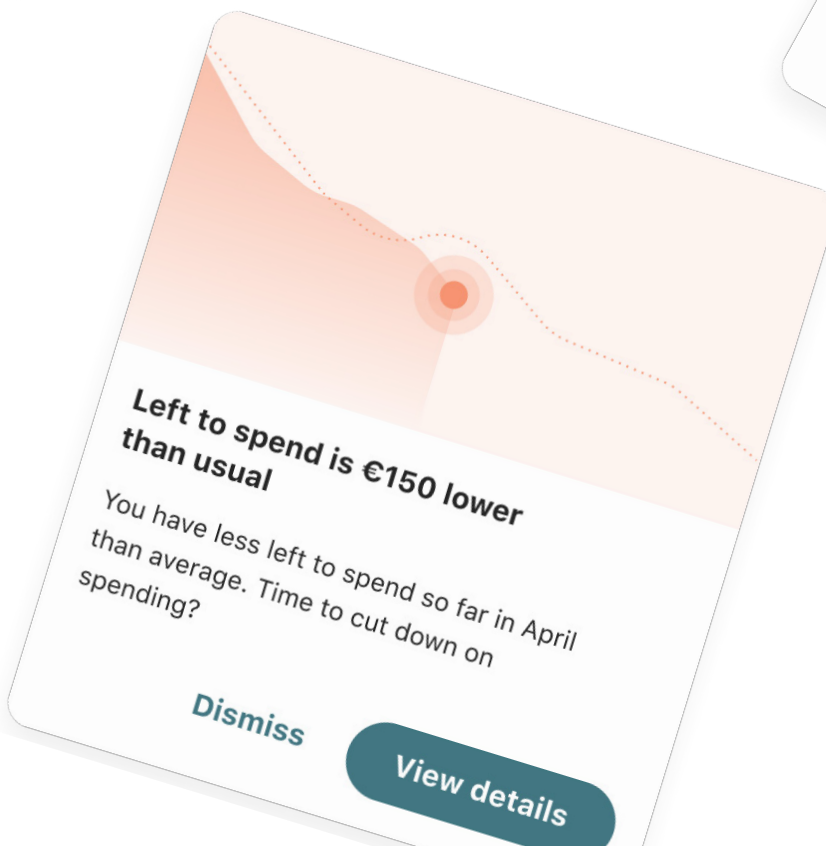
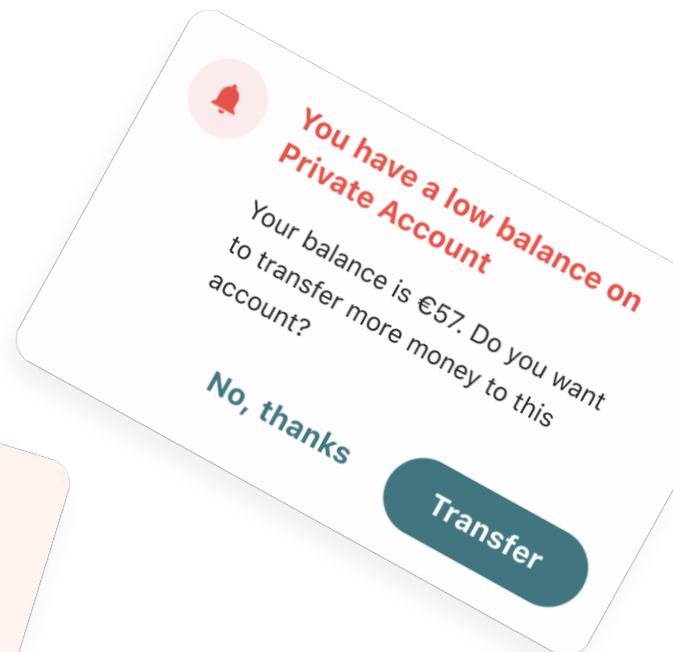
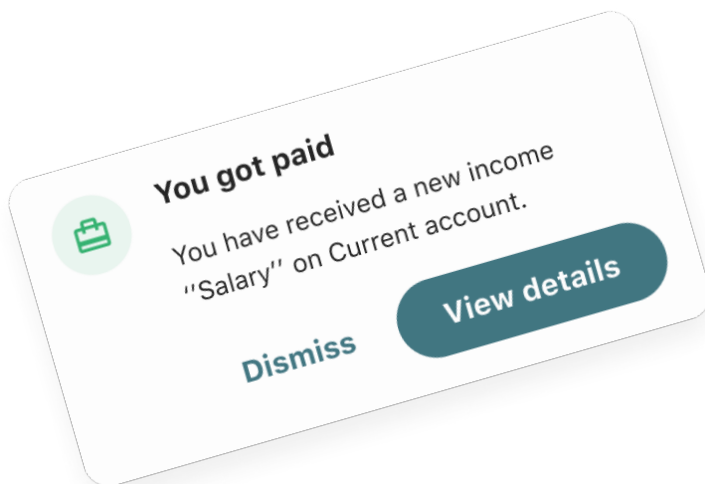
Kunden aktivieren



Wenn Sie ein Angebot schaffen, das Ihren Kunden echten Mehrwert bietet und im Alltag hilft, ist es wahrscheinlicher, dass Kunden wiederkommen und Ihren Service regelmäßig nutzen.

Ein erster Schritt zu einem ansprechenden digitalen Bankerlebnis ist, dass Kunden alle ihre Konten an einem Ort sehen und verwalten können (mit dem sogenannten Multi-Banking). Dadurch erhalten Nutzer eine einzige App für all ihre Finanzen. Anstatt mehrere Banking-Apps zu verwenden, um verschiedene Konten zu überprüfen, können sie einfach zu Ihrer App zurückkehren.

Kunden werden sich auch mehr mit Ihrem Service beschäftigen, wenn Sie ihnen wertvolle, personalisierte Einblicke geben - was Sie tun können, indem Sie Kundendaten clever nutzen. Mit repräsentativen Daten können Sie Benutzer proaktiv ansprechen und ihnen relevante und frühzeitige Einblicke und Hinweise geben.



In einer Kundenumfrage stellte ABN AMRO fest, dass sich 50 % der Menschen ein besseres Verständnis ihrer Finanzen wünschen. Um dies zu ermöglichen, müssen Sie zunächst die Daten auf individueller Ebene verständlich und repräsentativ aufbereiten und Ausgabenübersichten erstellen, die Kunden zeigen, wohin Geld fließt.

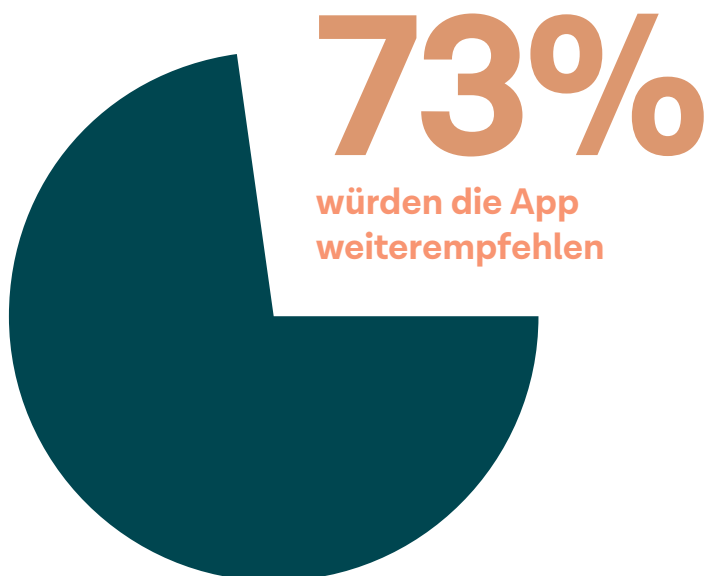
Eine einfache und praktische Möglichkeit, Kunden mehr Einblick in ihr Ausgabenverhalten zu geben, ist die automatische Kategorisierung ihrer Ausgaben (solange die Kategorisierung präzise ist). Sie können

Kunden auch mehr Kontrolle geben, indem Sie sie benutzerdefinierte Tags erstellen lassen, damit Nutzer ihre Ausgaben so sortieren, wie es ihnen passt.

Je mehr Kunden diese individuelle Funktion nutzen, desto besser wird der Service auf lange Sicht für alle werden. Denn es erlaubt Ihnen von den Kundenentscheidungen zu lernen und Ihren Service intelligenter zu machen.

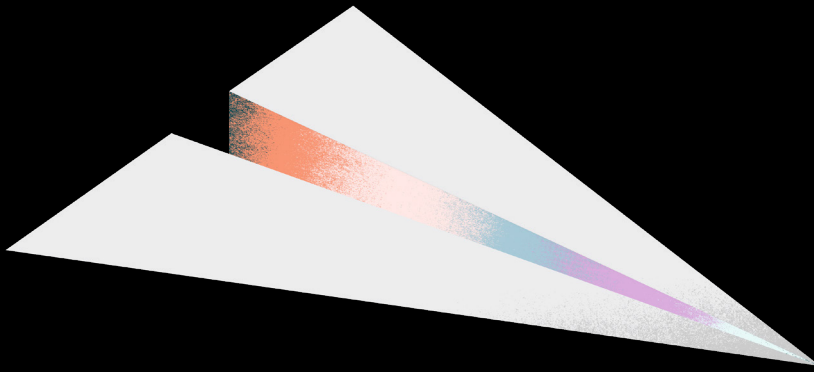
Letztendlich kann Ihr Service so aufschlussreich sein, dass er unverzichtbar wird.

ABN AMRO hat die Grip-App mit diesem Service ausgestattet. Wie haben die Kunden darauf reagiert?



50%
sagten, dass sich ihre
Wahrnehmung der
Marke verbessert hat





***Warum eine präzise Kategorisierung der Schlüssel zum Erfolg ist – und wie man sie erreichen kann**

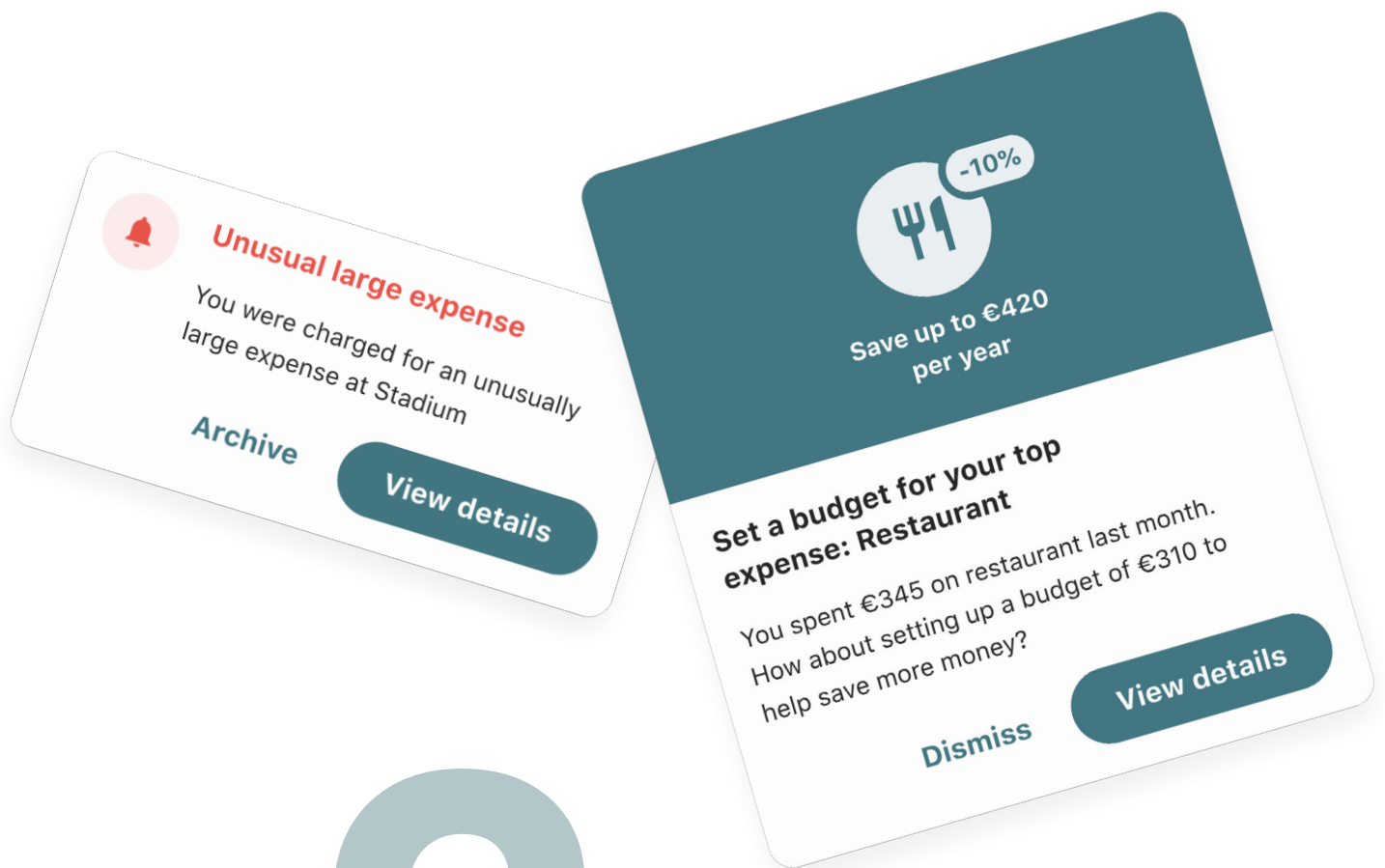
Die Kategorisierung kann einen großen Beitrag dazu leisten, dass Kunden ihre Finanzen verstehen – aber sie ist nur dann nützlich, wenn sie präzise ist. Wenn Nutzer jede zweite Zahlung manuell in die richtige Kategorie umändern müssen, führt das nur zu Frustration. Das will niemand.

Eine gute Kategorisierung ist eine Frage der Skalierung und kann nur dann wirklich funktionieren, wenn sie auf maschinellem Lernen basiert. Durch die Nutzung globaler Daten und Textverarbeitungsalgorithmen kann so eine Transaktion klassifiziert werden, die beim Kunden zuvor noch nie getätigt wurde.

Es sollten auch individuelle Vorlieben berücksichtigt werden, um die Genauigkeit zu erhöhen – und das für jeden einzelnen Kunden.

Damit ein maschineller Lernalgorithmus gut funktioniert, braucht er Daten, aus denen er lernen kann. Unserer Erfahrung nach besteht ein guter Trainingsdatensatz aus zehn- bis hunderttausenden kategorisierten Transaktionen. Aber je größer Ihr Datensatz ist, desto besser.

Wenn Ihre Algorithmen Zugang zu mehr Daten haben – und mehr Transaktionen klassifizieren – lernen sie schneller und erreichen eine genauere Kategorisierung.

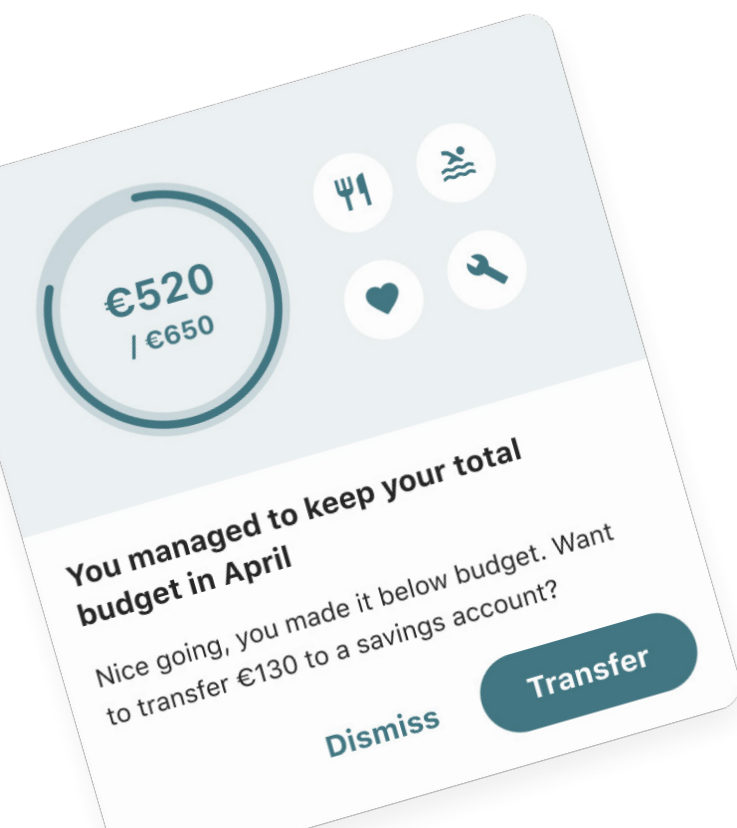


Kunden inspirieren

Sobald ihre Kunden aktiviert sind und wissen, dass sie sich auf Sie verlassen können, wenn es um Einblicke in ihre Ausgaben geht, können Sie die Beziehung vertiefen. Dies tun Sie indem Sie sie mit Tipps zur Verbesserung ihrer Situation und zum Erreichen ihrer Ziele ermutigen.

Ein erster Schritt könnte sein, Ihren Kunden dabei zu helfen, Budgets für verschiedene Ausgabenbereiche festzulegen. Anschließend können Sie sie dabei unterstützen, sich an diesen Budgetrahmen zu halten, indem Sie dazu motivieren, Ziele nicht aus dem Blick zu verlieren.

Zum Beispiel können Sie dazu ermutigen, sich einen Sparplan mit konkreten auf die eigene Situation zugeschnittenen Zielen anzulegen. Dann helfen Sie ihnen, diese Ziele zu erreichen, indem Sie ihnen zeigen, dass ein groß scheinendes Sparziel vielleicht bereits in einem Jahr erreicht ist, wenn zum Beispiel monatlich nur 10 % weniger für Restaurantbesuche ausgegeben wird. Ein einfacher, aber effektiver Weg, um Kunden zu helfen, ihre Finanzen zu verbessern.



Mit jedem Schritt können Sie eine Kettenreaktion relevanter Empfehlungen erzeugen, wobei jeder Tipp auf dem vorherigen aufbaut, um den Mehrwert der Beratung zu erhöhen.

Es ist wichtig, diese Empfehlungen auf die richtige Art und Weise zum richtigen Zeitpunkt zu geben, um zu Handlungen zu inspirieren, die einen echten Mehrwert bieten. Dies ist nur möglich, wenn Sie die Daten der Kunden effektiv analysieren und ihre Prioritäten und Bedürfnisse verstehen.

NatWest erreichte
mit personalisierten
Einblicken eine

22% -ige

Klickrate auf
Empfehlungen.

***im Vergleich zum Branchendurchschnitt von 3 %**

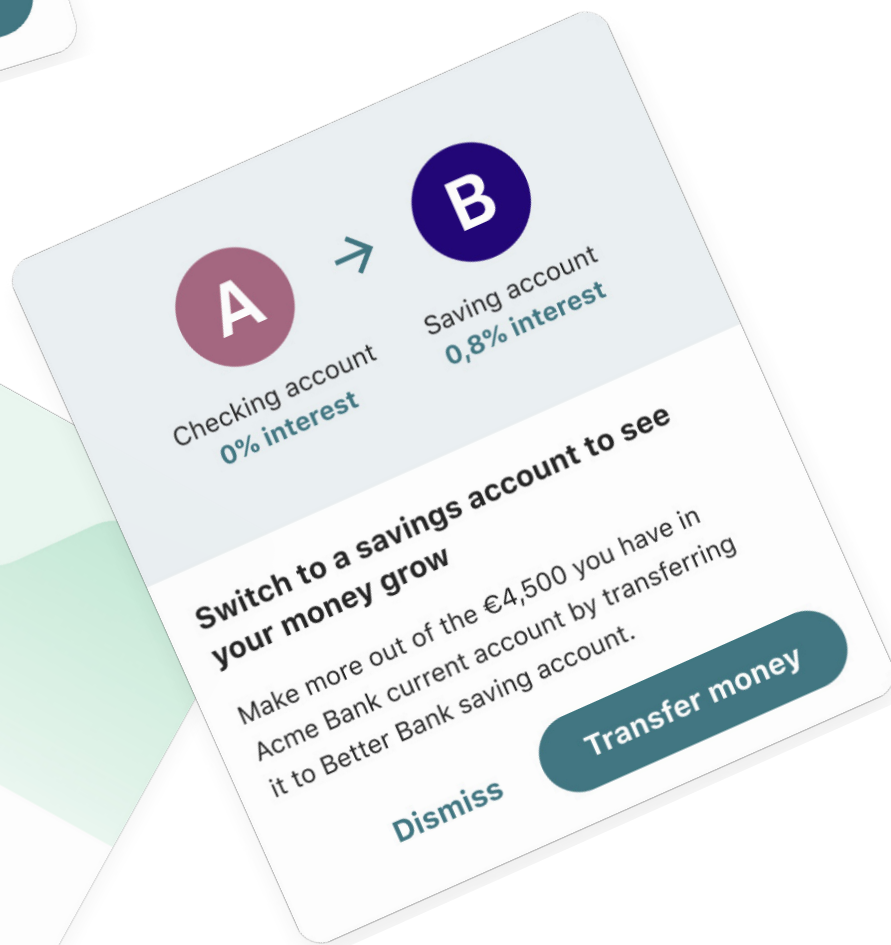
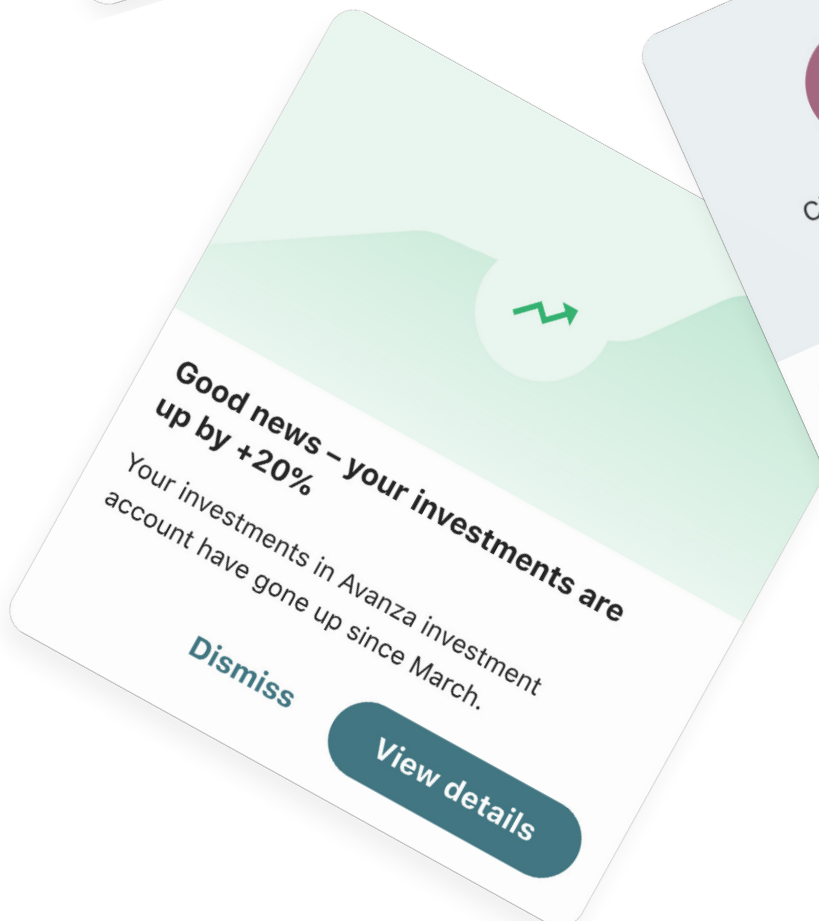
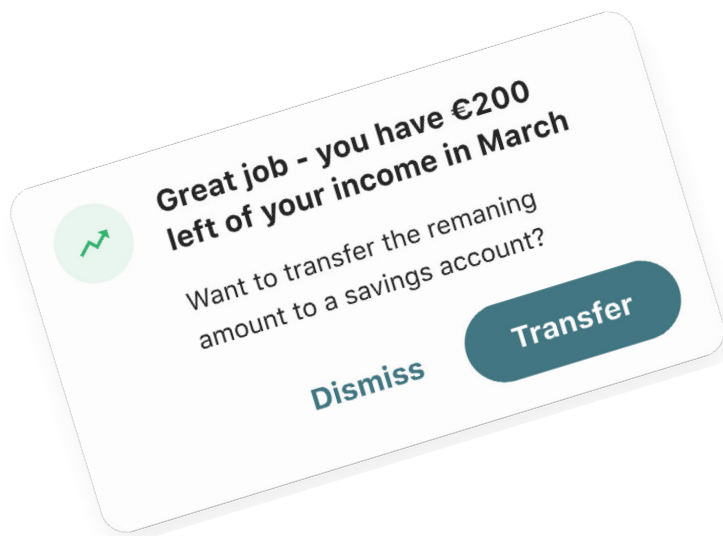


Kunden konvertieren



Wenn Kunden erst einmal inspiriert sind und eine persönliche Verbindung zu Ihrem Service und Ihrer Marke haben, werden sie Ihren Angeboten gegenüber aufgeschlossener sein.

Der Zugriff auf Finanzdaten kann Ihrem Unternehmen helfen, Kunden intelligenter anzusprechen, da Sie bereits wissen, welche Dienste ihre Kunden nutzen, wie viel sie dafür bezahlen und wo die Defizite in ihren Finanzen sind. Dazu kommt ein gutes Verständnis der kundenspezifischen Einnahmen und Ausgaben. Unternehmen können damit viel effektiver Cross-Selling betreiben, mit hochrelevanten und personalisierten Angeboten, die von Kunden tatsächlich geschätzt werden.



Wenn Sie zum Beispiel wissen, dass ein Kunde auf ein bestimmtes Ziel hin spart, können Sie ihm helfen, Kosten zu senken, indem Sie ihm bessere Angebote für ein Produkt machen, das er bereits nutzt - und für das er zu viel bezahlt. Sie haben damit eine gute Gelegenheit, ihn mit relevanten Angeboten zu erreichen, und zwar genau zum richtigen Zeitpunkt.

Wenn Kunden kurz davor sind, ein Sparziel für eine Reise zu erreichen, können Sie ihnen vorschlagen, eine Kreditkarte zu beantragen, die keine Gebühren für Ausgaben im Ausland erhebt. Wenn Kunden für den Kauf einer Wohnung sparen, können Sie ihnen proaktiv einen günstigen Zinssatz für eine Hypothek anbieten, bevor sie mit der Suche auf dem Markt beginnen.

Anschließend gilt es dann es dem Kunden so einfach wie möglich zu machen, zu konvertieren. Der Schlüssel zum Erfolg ist eine reibungslose Erfahrung, die es Kunden ermöglicht, Ihr Angebot direkt anzunehmen oder mit ein paar Klicks zu einem neuen Anbieter zu wechseln.

Laut einer Epsilon-Studie,
gibt es eine

80%

**höhere
Kaufwahrscheinlichkeit
durch personalisierte
Angebote von Marken**



Eine McKinsey-Studie
belegt:

5x-8x

**höherer ROI von Marketingausgaben
durch Personalisierung –
und mehr als 10 % mehr Umsatz**

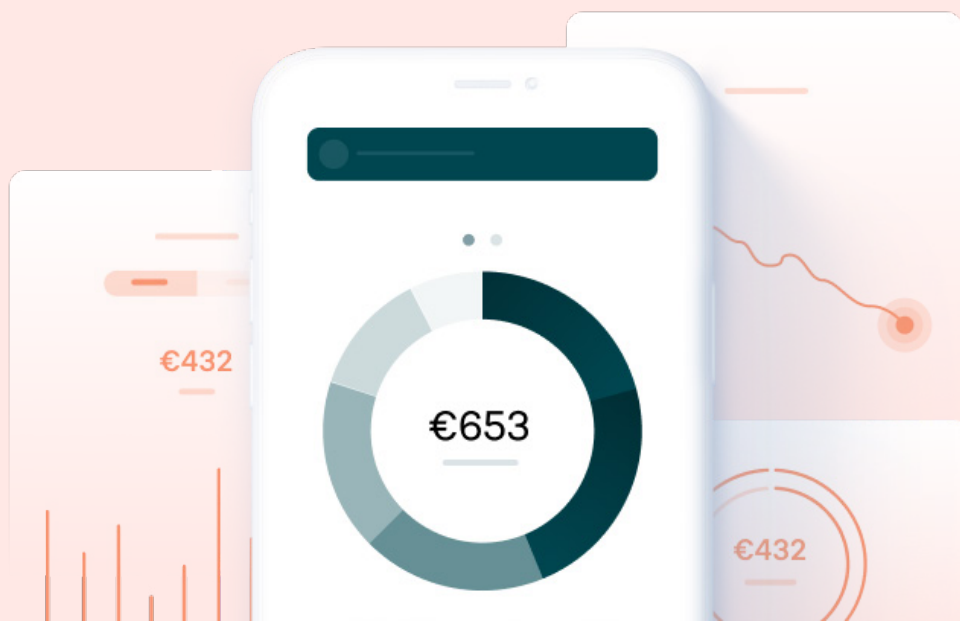
So wird es Wirklichkeit mit Tinks Money Manager

Die Bereitstellung von personalisierten Einblicken kann für jede digitale Bank- oder Finanzmanagement-App zum Erfolgsfaktor werden. Die gute Nachricht: Es lässt sich ganz einfach umsetzen. Und das in wenigen Monaten.

Mit Tinks Money Manager können Sie Finanzberatung und -empfehlungen in großem Umfang automatisieren und jedem Kunden einen hoch relevanten Service bieten, der vollständig auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist - und im Einklang mit Ihrer Marke steht.

Wir bringen die Open-Banking-Technologie, ein tiefes Verständnis dafür, wie Daten sinnvoll genutzt werden können und jahrelange Erfahrung in der Entwicklung von ansprechenden und aufschlussreichen Finanzmanagement-Erlebnissen mit. Sie steuern Ihre Vision und das Know-how über Ihre Marke und Ihre Kunden zu.

Hier erfahren Sie, wie Tinks Technik für Sie neue Möglichkeiten schafft.



Wie es funktioniert Die Technologie hinter der Beratung

Die Technologie von Tink macht es Banken möglich, hyperrelevante und zielgerichtete digitale Beratung anzubieten. Aber wie genau geht das? Was passiert wirklich hinter den Kulissen, damit alles reibungslos funktioniert?

Um wertvolle, personalisierte Einblicke zu liefern, müssen Sie ein detailliertes Bild der finanziellen Situation Ihrer Kunden haben. Das bedeutet, dass der Zugang zu hochwertigen Daten das Herzstück jeder Lösung ist.

Diese Gewinnung hochwertiger Daten beginnt mit der Technologie zur Datenanreicherung.



BIG DATA

Anreicherung von Rohdaten

Die Datenanreicherung ist ein Prozess, der Rohdaten aus dem Konto eines Kunden gewinnt und diese bereinigt und verfeinert, um sie verständlich zu machen. Dadurch wird es möglich, herauszufinden, worauf sich jede Transaktion bezieht, so dass Sie schließlich das finanzielle Gesamtbild eines Kunden überblicken.

Original

visa/dankort Itunes

VISA UBER TRIP PFZ00 HELP.U

PP.1234.PP . SPOTIFY, Ihr Einkauf bei SPOTIFY

Categorized



iTunes
Today

- €9.99



Uber
Yesterday

- €16.00



Spotify
Yesterday

- €10.99

Nachdem die Daten bereinigt wurden (Entfernen von Duplikaten, leichtere Verständlichkeit der Texte), werden die Transaktionen kategorisiert. So können Sie feststellen, wofür die Kunden ihr Geld ausgeben und wie viel in die einzelnen Kategorien (wie "Rechnungen" oder "Lebensmittel") fließt.

Dank jahrelangem (maschinell) Lernen, das auf Milliarden von Transaktionen basiert, kann Tink Kontodaten im Handumdrehen genau klassifizieren und bereinigen. Jeder neu eingefügte Datenpunkt macht den Algorithmus schlauer und genauer darin, die finanzielle Geschichte Ihrer Kunden zu erzählen.

Erkenntnisse generieren

Sobald die Daten angereichert sind, setzt unsere Money Manager-Technologie ein, um die gesammelten Informationen in Erkenntnisse umzuwandeln, mit denen Sie Ihren Kunden zu besseren Finanzentscheidungen verhelfen.

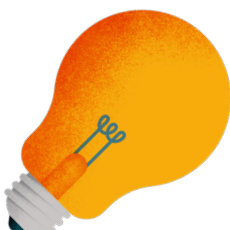
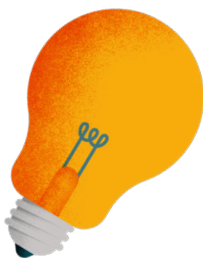
Diese Erkenntnisse zielen darauf ab, das Kundeninteresse zu erhöhen, indem diese Ratschläge und Angebote erhalten, auf die sie sofort reagieren können. Solche Hinweise werden auf Grundlage der Echtzeitdaten jedes einzelnen Kunden generiert. Dies ist ein wichtiger Teil der Lösung, weil er sicherstellt, dass die Empfehlungen hochrelevant, aber auch einzigartig für jede Person sind.

Das könnte bedeuten, dass Sie Kunden helfen ein Budget zu erstellen und einzuhalten, Erinnerungen zu senden, um sicherzustellen, dass sie ihre Rechnungen pünktlich bezahlen, und sie auf bessere Angebote basierend auf den Produkten und Dienstleistungen, die sie nutzen, aufmerksam machen.

Das System kann regelmäßige Aktivitäten und Verhaltensweisen erkennen, diese analysieren und dem Kunden eine gute Handlungsempfehlung geben.

Jede Information ist für eine begrenzte Zeit aktiv, je nachdem, wie lange sie relevant sein könnte. Danach wird sie gelöscht oder neu generiert, wenn keine Maßnahmen ergriffen werden.

Dies vermeidet, dass Kunden veraltete Einblicke erhalten, und konzentriert sich stattdessen auf zeitnahe Aktivitäten, die das Interesse fördern und es ihnen ermöglichen, sofort und mit ein paar Klicks zu handeln.





Wie Sie das alles verwalten können mit der Tink-Konsole

Die Tink-Konsole ist Ihr Portal für alles rund um Tink. Im Wesentlichen fungiert sie als Kommandozone, in der Entwickler die API von Tink anzapfen können, um datengesteuerte Finanzdienste zu erstellen und zu starten.

Sie vereint alles an einem Ort: von der Aggregationstechnologie, mit der Sie auf die Finanzdaten Ihrer Kunden zugreifen (natürlich nur mit deren Zustimmung) und ihnen einen umfassenden Überblick über ihre Finanzen geben, bis hin zu den Money Manager-Funktionen, die dabei helfen, diese Daten in wertvolle Erkenntnisse umzuwandeln - und letztlich in einen ansprechenden Service.

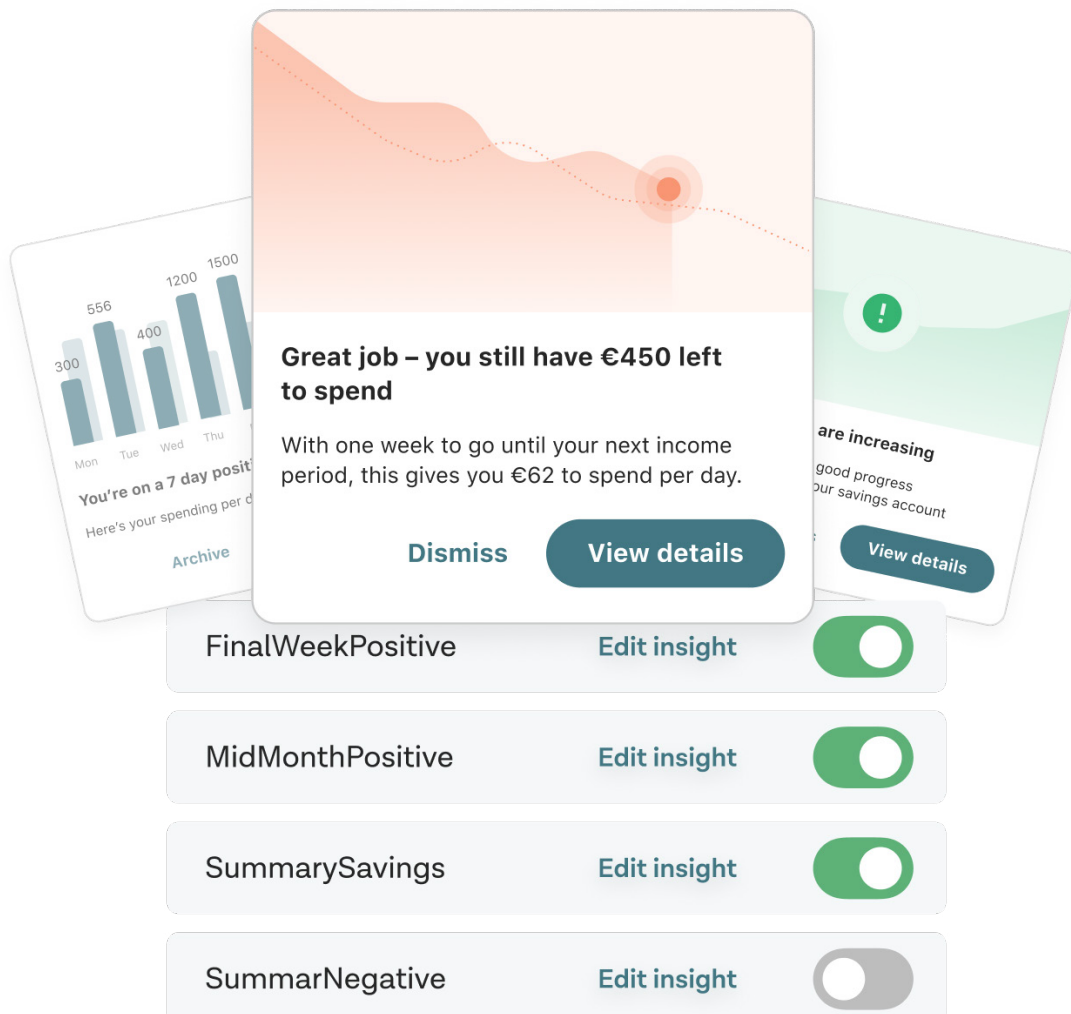
Mit dem Toolkit der Tink-Konsole können Sie auf alle unsere Money Manager-Funktionen (einschließlich Einblicke) zugreifen - und sie an Ihre Bedürfnisse anpassen.

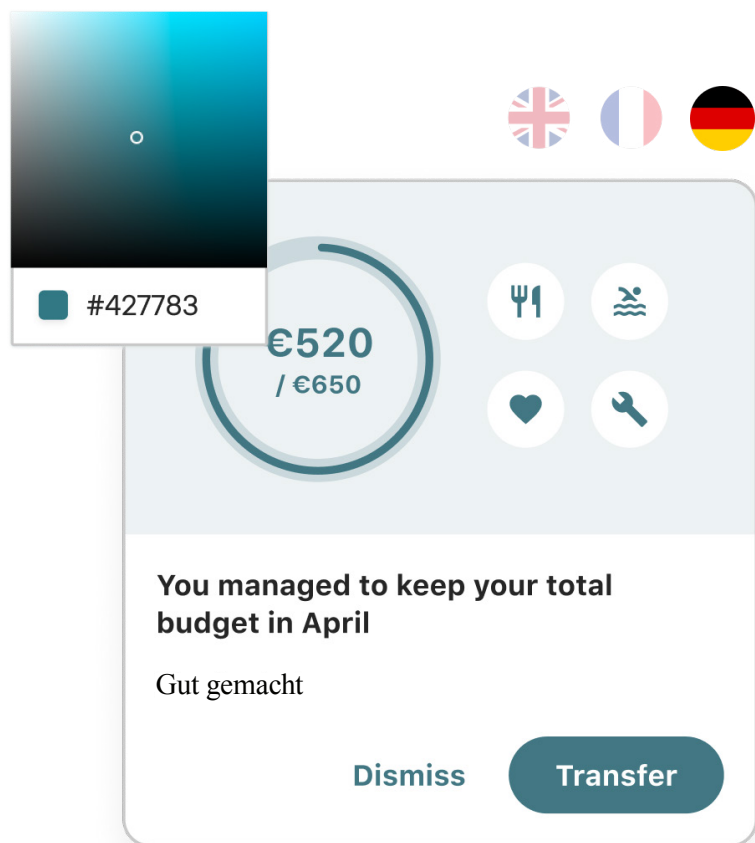
Wählen Sie Insights aus, die Mehrwert schaffen

Die Tink-Konsole macht es einfach, Ihr Money Manager-Angebot zu konfigurieren und anzupassen. Sie können auswählen, welche Funktionalitäten Sie einbinden möchten, so dass Sie ein einzigartiges Money Manager-Erlebnis schaffen, das sich für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden 100 %ig relevant anfühlt.

Wenn es um Einblicke geht, können Sie auswählen, welche Arten von Impulsen und Benachrichtigungen Sie bereitstellen möchten, indem Sie sie einfach ein- oder ausschalten.

Wenn Sie also einen Money Manager-Dienst mit einem durchweg positiveren Ausblick aufbauen möchten (anstatt der Überbringer von schlechten Nachrichten zu sein), können Sie zum Beispiel die Benachrichtigungen vom Typ "Ihr Kontostand ist niedrig" einfach weglassen.





Erlebnisse anpassen

Über die Tink Console können Sie auch ganz einfach UX-Elemente anpassen, um das Aussehen Ihrer App zu optimieren.

Sie können ein einzigartiges Design für Ihre App erstellen, indem Sie die zu verwendenden Schriftarten und Farben so auswählen, dass sie mit Ihrer Marke übereinstimmen.

Ebenfalls können Sie den Text für die Einblicke ändern, damit dieser besser zu Ihrem einzigartigen Ton und Stil passt. (Dies erleichtert es auch Texte für verschiedene Märkte zu lokalisieren).

Dabei gibt es keine Einheitsgröße, sondern die völlige Freiheit, Ihr Angebot zu personalisieren.





You got paid

You have received a new income "Salary" on Current account.

[Dismiss](#)[View details](#)

Insight	Salary
Created	75,349
Shown	68,058
Actions	54,539

INSIGHT	CREATED	SHOWN TO THE USER	USER ACTIONS TAKEN
New income transaction	74,329	58,499	39,439
Weekly summary expenses by day	72,493	67,349	38,985
Single uncategorized transaction	71,943	65,349	48,538
Budget close positive	68,348	61,132	42,828
Weekly summary expense transactions	66,349	59,349	39,948
Weekly summary expenses by category	63,489	55,359	35,348
Budget success	61,989	52,539	36,919
Account balance low	59,143	50,211	35,917
Weekly uncategorized transactions	58,342	48,349	34,958
Spending by category increased	55,394	46,234	33,238
Double charge	52,349	42,438	31,349
Left to spend negative	50,978	39,439	32,348
Large expense	49,958	39,857	27,499
Budget close negative	48,583	38,439	25,349

Ergebnisse mit Nutzungsberichten sehen

Über die Tink-Konsole haben Sie außerdem Zugriff auf Statistiken und Daten zum Kundenengagement, so dass Sie das Nutzerverhalten verstehen und analysieren können, ohne dass Sie Tracking-Tools von Drittanbietern benötigen.

Die Nutzungsberichte geben Ihnen einen Überblick darüber, wie Kunden Ihren Service nutzen, inklusive einer detaillierten Aufschlüsselung, wie gut verschiedene Einblicke aufgenommen werden.

Dies hilft Ihnen zu verstehen, was gut funktioniert und welche Bereiche verbessert werden könnten, sodass Sie Ihr Angebot optimieren können, um Ihren Kunden das beste und relevanteste Erlebnis zu bieten.

Einblicke in die Praxis



Wie CGD in sechs Monaten ein erstklassiges mobiles Erlebnis gestaltete

Portugals führende Bank, Caixa Geral de Depósitos (CGD), suchte nach einer Möglichkeit, auf die sich entwickelnden Bedürfnisse ihrer Kunden zu reagieren und ein erstklassiges Kundenerlebnis zu schaffen. Sie wollte ihr digitales Angebot verbessern, um auf dem zunehmend bargeldlosen portugiesischen Markt relevant zu bleiben. CGD wollte aber auch über ihre 4 Millionen Kunden hinauswachsen und allen Portugiesen Tools zur Verfügung stellen, die ihnen helfen, ihre finanzielle Situation zu verstehen und mühelos zu verwalten.

Um die Interaktion mit den Kunden zu verändern, ging CGD eine Partnerschaft mit Tink ein. Sechs Monate später brachten sie DABOX auf den Markt, eine Finanzmanagement-App, die Millionen von Verbrauchern einen noch nie dagewesenen Einblick in ihre Finanzen ermöglicht.

DABOX war die erste Open-Banking-Lösung ihrer Art in Portugal – und jeder kann sie nutzen. Sie funktioniert wie ein Finanz-Coach, mit dem sich Benutzer:



einen Überblick über die Ausgaben von jeder Bank (nicht nur CGD) verschaffen



Ausgaben nach Kategorien anzeigen lassen und Budgets sowie Sparziele erstellen



personalisierte Einblicke verschaffen, um ihr Geld besser verwalten zu können

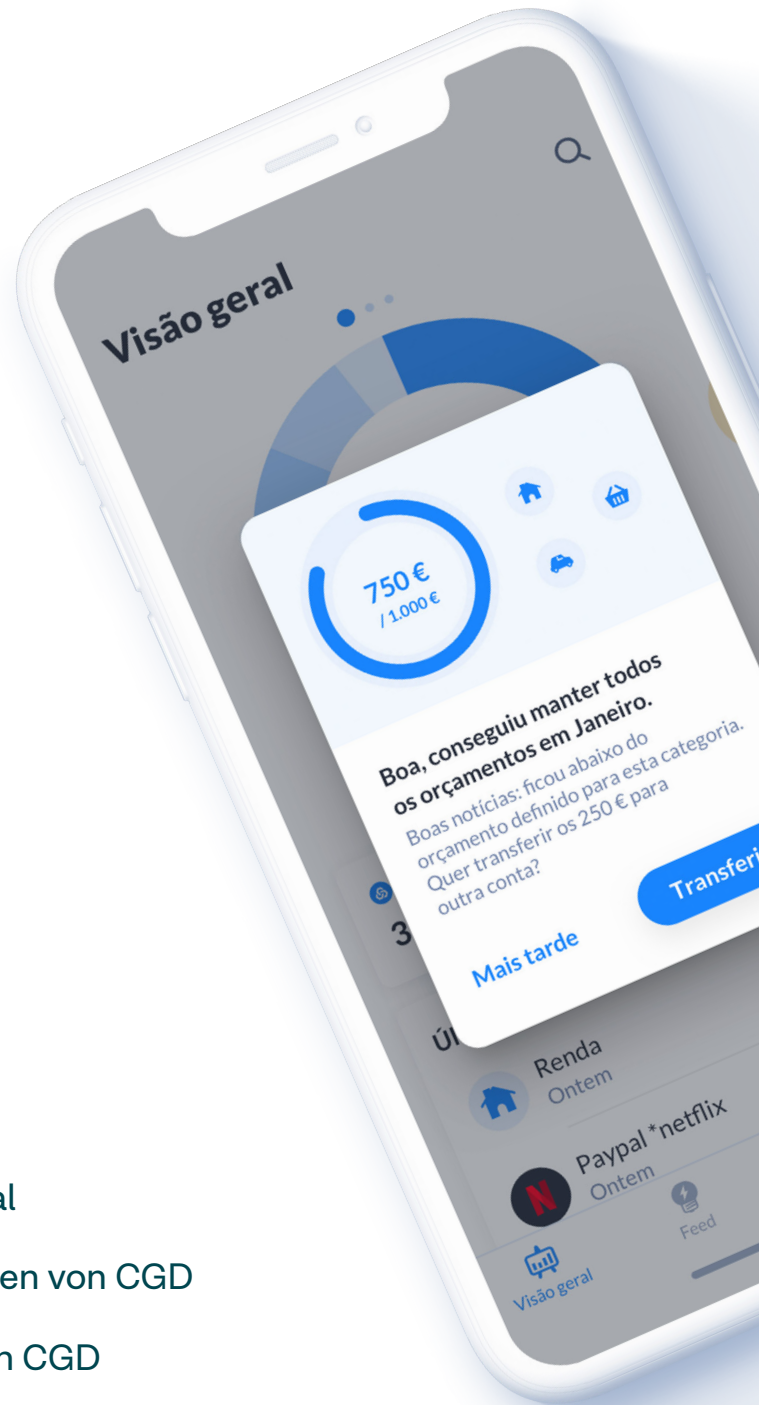
Die Ergebnisse

DABOX wurde ein großer Erfolg – und gewann Auszeichnungen in Europa und Portugal. Verbraucher in ganz Portugal können nun ihr Geld einfacher verwalten und erhalten eine intelligentere Anleitung für ein besseres finanzielles Wohlergehen.

Indem CGD mehr über die Ausgabengewohnheiten seiner Nutzer erfährt, können den Menschen wertvollere, personalisierte Einblicke in ihre Finanzen geben werden – und so die Kundenbindung und -zufriedenheit erhöht werden.

Zudem sind 33 % der DABOX-Nutzer Neukunden, die vorher nicht bei CGD waren – was ein großes Potenzial für neue Geschäftsmöglichkeiten bietet.

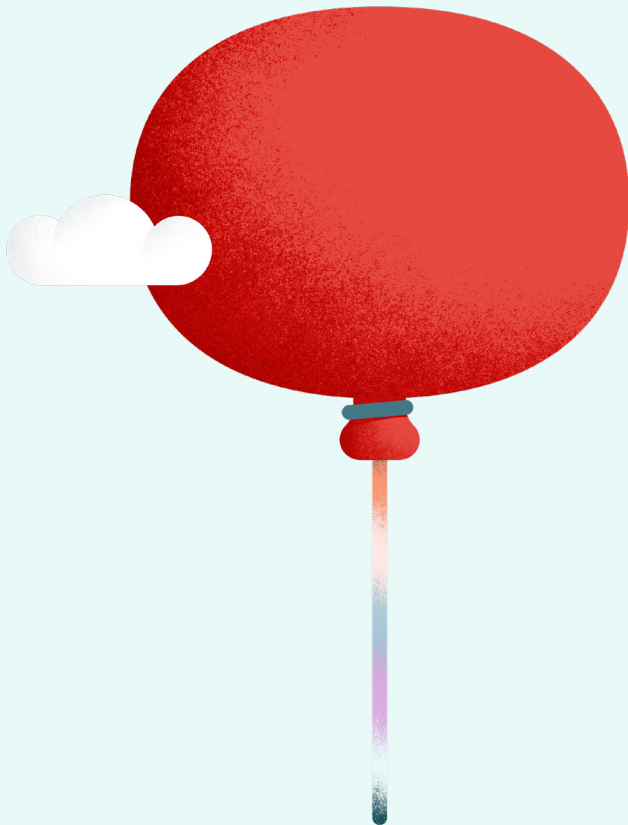
- ☆ SAPO Awards 2020
- ☆ European Excellence Awards 2019
- ☆ Portugal Digital Awards 2019
- ☆ Digital Awards 2019
- 🕒 Live in 6 Monaten
- 📈 Erste Open Banking Lösung in Portugal
- 👤 33% der neuen Nutzer sind nicht Kunden von CGD
- 🏠 49% aller Aggregationen sind nicht von CGD



Sind Sie bereit, Ihr Angebot zu erweitern?

Personalisierte Einblicke demokratisieren die Finanzberatung, indem sie ihnen einen persönlichen Finanzcoach im Taschenformat in die Hand geben - ganz ohne Zeitverlust und hohe Kunden, die mit traditioneller Finanzberatung einhergehen.

Die Technologie hat das Potenzial das Finanzverhalten vieler Menschen nachhaltig zu verbessern - und sie war noch nie so zugänglich, sowohl für Unternehmen als auch für ihre Kunden.





In Kontakt treten

Setzen Sie sich mit unserem Team in Verbindung, wenn Sie mehr über unsere personalisierten Einblicke erfahren und herausfinden möchten, wie Ihr Unternehmen von Money Manager profitieren kann. Unsere Experten beantworten gerne Ihre Fragen oder zeigen Ihnen eine Demo - sprechen Sie uns einfach an:

kalateh@tink.com