

Thema

Customer Centricity im Girokonto – Wie erreicht eine Sparkasse mehr Identifikation der Kunden mit dem Girokonto

Abteilung: Kompetenzcenter Payment & Beyond Banking

- Fokus: Neobanken sprechen „scharfe“ Zielgruppen an, bei denen das Girokonto zum eigenen Lifestyle passt. Welche Antworten hat die Sparkasse hier?
- Methode: Kundenbefragung + Faktor-/Clusteranalyse
- Theoriebezug: Relationship Marketing, Customer Experience Management (CEM)

Umfang: Bachelor- oder Masterarbeit (ca. 40-60 Seiten und 3-4 Monate Bearbeitungszeit)



Ansprechpartner:in

Artur Wöller

artur.woeller@sparkasse-
wuppertal.de
0202-4883781