



TeamViewer
Engage



Was denken Kunden wirklich über ihre Bank? Sechs wichtige Erkenntnisse

Eine DACH-Studie mit 2.500 Bankkunden: Was ist ihnen wichtig? Wieso bleiben sie ihrer Bank treu?

BANKING VERÄNDERT SICH

– aber tun es die Kunden auch?

1977 wurde New York City von einem gewaltigen Schneesturm getroffen – die Stadt, in der die Citibank gerade Geldautomaten im Wert von 100 Millionen Dollar installiert hatte, obwohl die Leute ihnen gegenüber skeptisch waren und sich weigerten, sie zu nutzen.

Der Schneesturm zwang alle Banken zur Schließung und den Menschen blieb keine andere Wahl: Der Geldautomat hatte seinen großen Auftritt, und war ab diesem Zeitpunkt kaum mehr aus dem Alltag wegzudenken.



Was haben Banken daraus gelernt?

1

Egal wie einfach zu nutzen und
VORTEILHAFT
etwas ist – die
Gewohnheit siegt

2

Manchmal
braucht es eine
Naturkatastrophe
(oder eine
Pandemie), damit
Menschen etwas
NEUES
ausprobieren

3

Citibank hatte ihr
ASS GESPIELT
und am meisten
von dieser
Ausnahme-situation
profitiert

Wie Sie Ihre Kunden online genauso wie vor Ort begeistern können.

TeamViewer Engage hat 2.500 Bankkunden zum Kundenerlebnis befragt: Wie schlägt sich das Online-Erlebnis im Vergleich zur physischen Filiale? Das Ergebnis zeigt eine große Kluft zwischen dem, was Kunden bereit sind online zu tun, und dem, was sie nach wie vor in der Bankfiliale tun möchten. Banken stehen nun vor der schweren Aufgabe, ihre Filialschließungsziele zu erreichen, und gleichzeitig auch weiterhin ein exzellentes Kundenerlebnis zu bieten. Dank dem Einsatz von Technologien ist es nun möglich das Erlebnis aus der Bankfiliale online zu rekreieren und so den Wünschen der Kunden gerecht zu werden.

Die wichtigsten **ERKENNTNISSE**

1

Unglaublich, aber wahr: Entgegen aller Erwartungen bevorzugt die Generation Z die Bankfiliale vor Ort. Die einzige Online-Banking-Tätigkeit, auf die sie vertrauen, ist die P2P-Zahlung.

2

Online Banking wird meistens dafür verwendet, den Kontostand abzufragen oder Geld zu überweisen. Alles andere passiert nach wie vor in der geliebten Filiale.

3

Kunden sind NICHT dazu bereit irgendeine Form des digitalen Bankings für eine Hypothek zu nutzen – das gilt für alle Altersgruppen von 16 bis 55+.

4

Etwa jeder 4. Kunde der DACH-Region hatte das Gefühl, dass seine Bank während der Covid-19-Pandemie nicht genug getan hat.

5

Das Gefühl ihrer Bank vollends vertrauen zu können, war für Kunden DAS Kriterium – gefolgt von gutem Service und Support.

6

Warum verlassen die meisten Kunden der DACH-Region (unabhängig vom Alter, wohlgemerkt) ihre Bank? Die Antwort lautet zweifelsohne: schlechter Kundenservice.



Erkenntnis Nummer 1

Generation Z oder Babyboomer?

Entgegen aller Erwartungen bevorzugt die Generation Z die Bankfiliale – abgesehen von den Babyboomern sind sie die einzige Generation, die diese Angabe gemacht hat.



2 von 4

Mitgliedern der Gen Z gehen lieber in die Bankfiliale und verlassen sich nur ungern auf Online Banking.

Die Studie ergab, dass 77% der Gen Z dazu bereit sind ihr Online-Banking-Portal oder Mobile Banking für Zahlungen an Freunde oder Familie zu nutzen. Weniger begeistert sind sie jedoch von anderen alltäglichen Bankgeschäften, wie der Beantragung einer Kreditkarte (53% gaben an, dass sie das in einer Bankfiliale tun würden), der Eröffnung eines eigenen Sparkontos (49% würden sich für die Unterstützung vor Ort entscheiden) und der finanziellen Beratung (64% gaben an, dass sie dafür eine Bankfiliale aufsuchen würden). Die Mitglieder der Generation Z antworteten folgendermaßen:

54%

würden ein neues Bankkonto in einer Filiale eröffnen, aber nicht online

53%

würden die Bankfiliale aufsuchen, um eine Kreditkarte zu beantragen

69%

würden keine Hypothek online beantragen

50%

würden sich nicht einmal bei Online-Zahlungen aufs Online Banking verlassen, sondern lieber in eine Filiale gehen



50-80%

Da Kunden weltweit und generationsübergreifend noch immer die Bankfiliale nutzen, um neue Produkte zu kaufen und Konten zu eröffnen, müssen sich Banken schnell anpassen. Einerseits ist die Kundenfrequenz stark gesunken, da Kunden alltägliche Bankgeschäfte selbst erledigen, andererseits werden die meisten Bankprodukte, wie Hypotheken, neue Bankkonten und Kredite noch immer in der Filiale erworben.

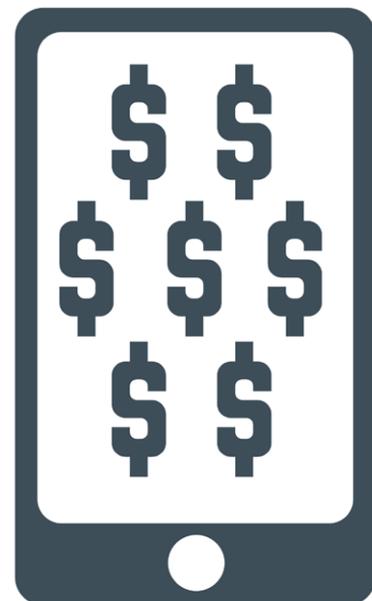
Das Rätsel der Bankfiliale

Banken müssen eine ausgewogene und anpassbare Lösung finden, um ein Bankerlebnis zu schaffen, das ihre Kunden mit digitaler Flexibilität ausstattet und bei Bedarf ausreichend unterstützt.

Die Kluft zwischen Kundenanforderungen und Bankschließungszielen kann nun überbrückt werden.

83%

der Gen Z hat Interesse an der Online-Bankfiliale



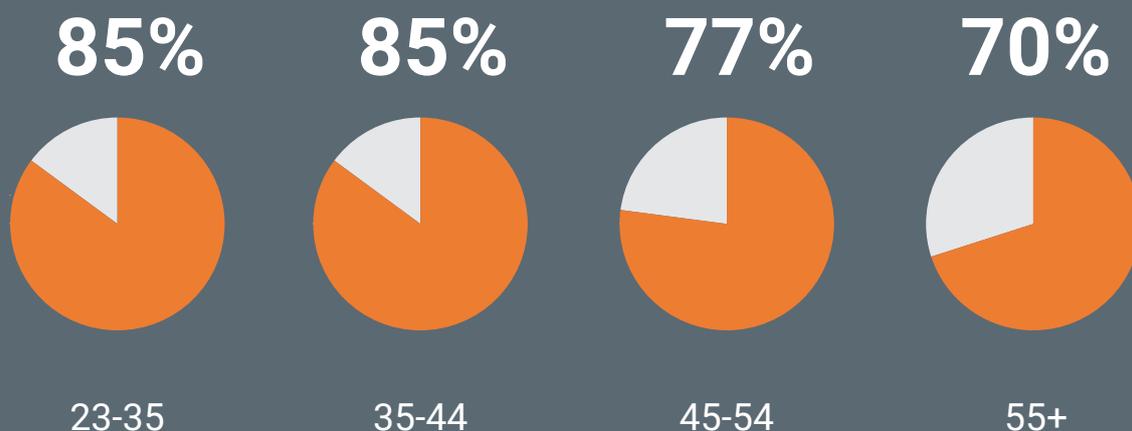
Was ist die **ONLINE-BANKFILIALE?**

Durch die Schließung von Bankfilialen kann es für Kunden schwieriger und zeitaufwändiger werden eine Filiale zu erreichen. Außerdem war es während der Covid-19-Pandemie 2020 für viele unmöglich, den Service vor Ort in Anspruch zu nehmen.

Was tun? TeamViewer Engage hat das Projekt der „Online-Bankfiliale“, einer neue Technologieplattform, ins Leben gerufen. Dadurch kann das Erlebnis vor Ort Zuhause so originalgetreu wie möglich imitiert werden.

Per Video-Call können Sie mit Ihrem bevorzugten Berater sprechen und Schecks oder auch Rechnungen, die sofort vom Agenten gesehen werden müssen, hochladen. Zeichnen Sie auf den Dokumenten oder teilen Sie Ihren Bildschirm mit dem Agenten. Agenten und Kunden sind in der Lage nahtlos in Verbindung zu treten und gemeinsam zu arbeiten – genauso wie vor Ort.

Wie steht es um die Bereitschaft der Generationen, dieser neuen Filialvariante eine Chance zu geben?





Erkenntnis Nummer 2

Die geliebte Filiale

Online Banking wird meistens dafür verwendet, den Kontostand abzufragen oder Geld zu überweisen. Alles andere passiert nach wie vor in der geliebten Filiale.

Online Banking in der DACH-Region

– werden wir den Erwartungen gerecht?

Wir haben Bankkunden der DACH-Region folgende Frage gestellt:
Vertrauen Sie Online Banking genauso sehr wie dem Service in Ihrer Bankfiliale?



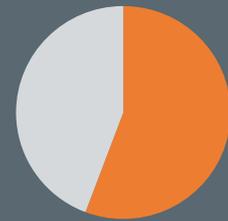
2%

Ich vertraue Online Banking überhaupt nicht



36%

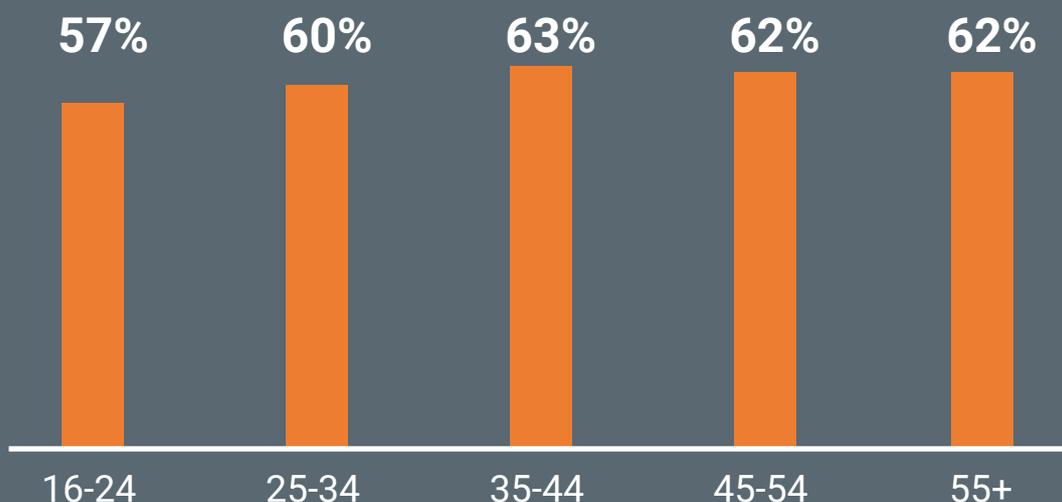
Ich vertraue Online Banking nur bei kleineren Transaktionen



62%

Ich vertraue Online Banking in allen Belangen

Wie sehr vertrauen die einzelnen Generationen dem Online Banking*



*vertrauen auf Online Banking für alles



Erkenntnis Nummer 3

Das Rätsel der Hypotheken

67%

Kunden sind NICHT dazu bereit irgendeine Form des digitalen Bankings für eine Hypothek zu nutzen – das gilt für alle Altersgruppen von 16 bis 55+.

Wenn es um Online Banking geht, sind Kunden bei den folgenden Tätigkeiten am unabhängigsten:



Wenn es darum geht, Hypotheken online zu beantragen, ist das Urteil eindeutig



in der DACH-Region würden KEINE Hypothek online beantragen

Wie eine **digitale Engagement** Plattform dabei helfen kann, mehr Hypotheken online zu verkaufen

8 von 100

Die einzigen in der DACH-Region, die eine Hypothek online beantragt haben.



Der Verkauf von Hypotheken stellt im Bereich des Retail Bankings oft das Hauptgeschäft dar – es bietet mehr Sicherheit als die Bewilligung von Krediten oder Beantragung von Kreditkarten zusammen. Der Wechsel zur digitalen Welt scheint in diesem Bereich komplizierter zu sein, als es für das alltägliche Banking der Fall war.

Die Engagement Plattform

Die Engagement Plattform ermöglicht es Banken, das persönliche Erlebnis online widerzuspiegeln. Bankkunden sparen sich die Fahrt zur Filiale: Termine mit Finanzierungsexperten können jetzt einfach in einem Online-Raum wahrgenommen werden.

Digitalisieren Sie das persönliche Erlebnis: Führen Sie sichere und zuverlässige Videokonferenzen durch, nutzen Sie Whiteboards, laden Sie Dokumenten hoch, verwenden Sie Co-Browsing Screen Drawing und Dokumentenkollaboration (bearbeiten Sie PDF-Formulare gemeinsam mit Kunden) – Banken können das Erlebnis eines Hypothekenantrags online rekreieren.

Unsere Analyse und Erkenntnisse

Man geht davon aus, dass jede vierte Bankfiliale bis 2023 geschlossen wird. Banken müssen ihre Kunden nun bei Tätigkeiten unterstützen, die sie nicht online erledigen möchten. 90% der Kunden benötigen beispielsweise noch immer Hilfe bei Hypothekenanträgen und -abläufen. Die Lücke, die durch Filialschließungen und die Zunahme von Online-Self-Service entsteht, muss geschlossen werden.

Was können Sie tun? Unterstützen Sie Ihre Hypothekenexperten und internen Teams mit den richtigen Technologieplattformen.



„Sie werden feststellen, dass die meisten Kunden sehr wohl dazu bereit sind, einen Online-Antrag zu stellen – die Technologie selbst ist also nicht das Abschreckende. Was die Kunden aber brauchen, ist eine persönliche Beratung, also die Möglichkeit einem Experten Fragen zu stellen. Hypotheken sind eine ernste Angelegenheit und stellen oft den größten Erwerb in unserem Leben dar. Self-Service mit Online Banking allein reicht einfach nicht aus.“

Horst Fuchs,
Director, Solution Sales
Engage

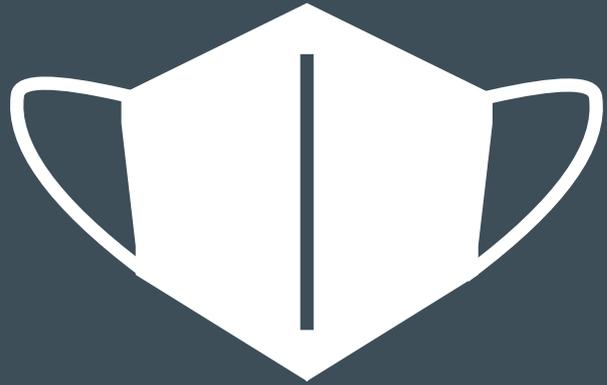


Erkenntnis Nummer 4

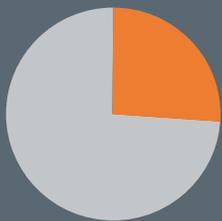
Der Covid-19- Kundenimperativ

Etwa jeder 4. Kunde der DACH-Region war während des Lockdowns der Covid-19-Pandemie enttäuscht vom Kunden-Engagement seiner Bank.

Jeder 4.



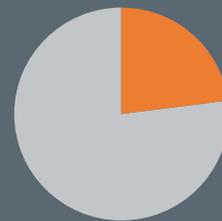
Kunde der DACH-Region hatte das Gefühl, dass seine Bank während der Covid-19-Pandemie nicht genug getan hat.



26%
Österreicher



30%
Deutsche



23%
Schweizer

fühlten sich im Stich gelassen

43%



„Meine Bank hat mich nicht kontaktiert“

30%



„Meine Bank behandelt mich sowieso nur wie eine Nummer“

12%



„Ich hatte finanzielle Schwierigkeiten und fand es schwierig die Unterstützung zu bekommen, die ich gebraucht hätte“

8%



„Online Banking entspricht nicht meinen Bedürfnissen“

5%



„Ich habe kein Online Banking, und zu einer Filiale zu gelangen war schwierig“

Welche konkreten **Gründe** wurden angegeben?

„Ich musste während Covid-19 aktiv auf mein Bank zugehen und um Hilfe bitten; sie erkundigten sich nicht nach mir.“

„Die Schlangen für die Geldautomaten waren viel zu lang.“

„Ich wünschte, meine Bank hätte sich während der Pandemie aktiv um mich gekümmert.“

„Es kam zu wenig Information und Kommunikation seitens meiner Bank.“

„Meine Bankfiliale war viel zu lange geschlossen.“

„Das einzige Mal, dass meine Bank mich zur Zeit der Corona-Pandemie kontaktierte war nicht, um sich nach mir zu erkundigen oder mich auf den neusten Stand zu bringen, sondern um zu versuchen mir etwas zu verkaufen.“



Erkenntnis Nummer 5

Was ist für Ihre Kunden wirklich das Wichtigste?

Das Gefühl ihrer Bank vollends vertrauen zu können, war für Kunden DAS Kriterium – gefolgt von gutem Service und Support.

Was wichtig ist und was nicht



Zuverlässige Bank **71%**

Guter Kundenservice **61%**

Eine Filiale in der Nähe haben **42%**

Eine gute Produktauswahl **32%**

Zugang zu finanziellem Fachwissen **16%**

Andere **4%**

Nichts **3%**

2.507

Kunden der gesamten DACH-Region gaben an, dass die Sicherheit ihrer Bank für sie am wichtigsten ist. Service und Support folgen direkt im Anschluss.

Eine gute Auswahl einfach zu erwerbender Produkte (beispielsweise Versicherungen) scheint für DACH-Kunden nicht wirklich von Belangen. Deutschland wies hierbei den niedrigsten Wert auf, und auch die Schweiz verzeichnete nur 39%.

Auch der Zugang zu finanziellem Fachwissen schien die Kunden nicht wirklich zu kümmern (16%). In Deutschland war der Wert mit 12% am niedrigsten, mit 21% in der Schweiz am höchsten.



Erkenntnis Nummer 6

Behandeln Sie mich schlecht, gehe ich

Warum verlassen die meisten Kunden der DACH-Region (unabhängig vom Alter, wohlgemerkt) ihre Bank? Die Antwort lautet zweifelsohne: schlechter Kundenservice.

Warum Kunden ihre Bank **verlassen** würden

„Ich würde wegen eines schlechten Online-Banking-Portals meine Bank verlassen.“

„Ich würde meine Bank verlassen, wenn ich gehackt werden würde.“

„Besseres Angebot einer anderen Bank.“

„Negativzins würde mich dazu bringen, meine Bank zu verlassen.“

„Während Corona nicht flexibel genug zu sein.“

„Jegliche Änderungen der Spesen würde mich dazu veranlassen, meine Bank zu verlassen.“

„Hohe Kontoführungsgebühren.“

54%

Schlechter Kundenservice

39%

Jegliche betrügerische Aktivität, die von der Bank unbemerkt bleibt

50%

Keine gute Möglichkeit, sie zu kontaktieren (lange Wartezeiten am Telefon oder bei Antwort des E-Mail-Supports)

30%

Bankfiliale ist zu weit entfernt

19%

Nichts würde mich dazu bringen, meine Bank zu verlassen

Wie kann Technologie dazu beitragen, Kunden den bestmöglichen Service zu bieten?

Es braucht mehr als nur E-Mail-Verkehr und Telefonservice, um Kunden das bestmögliche Erlebnis zu bieten. Mittlerweile sind sich viele Banken bewusst, dass ein makelloser Kundenservice für den Erfolg maßgeblich ist. Diesen digital möglich zu machen ist für die meisten komplettes Neuland. Covid-19 hat Banken innerhalb kürzester Zeit gezeigt, wie sehr der persönliche Kontakt mit Bankberatern immer noch gebraucht wird. Die Ergebnisse dieser Studie haben aufgezeigt, dass aus einer Gruppe von 100 Befragten nur 8 damit einverstanden wären, eine Hypothek mittels Self-Service online auf ihrer Banking-Plattform zu beantragen. Die Bankbranche befindet sich in einer kniffligen Situation: Ja, alltägliche Banking-Aktivitäten sind für viele dank Self-Service kein Problem, die Kundenfrequenz reduziert sich jedoch dadurch rasch. Auf der anderen Seite stehen Hypotheken, größere Kredite und die Eröffnung eines Kontos, die eine Haupteinnahmequelle für das Retail Banking darstellen. All das sind Dinge, für die Kunden immer noch persönliche Beratung brauchen.

Die Plattform von TeamViewer Engage schafft für Sie und Ihre Kunden eine reibungslos funktionierende Online-Welt. Verbessern Sie Ihre digitale Kommunikation mithilfe unkomplizierter und zuverlässiger Chats, Video und Co-Browsing. Unsere Klienten verlassen sich darauf, dass unsere Technologie gute Zusammenarbeit zwischen Beratern und Kunden ermöglicht, von der ersten Kontaktaufnahme bis hin zu Support und Beratung. Mit TeamViewer Engage können Großunternehmen und KMUs online nahtlos mit Ihren Kunden in Verbindung treten – genauso wie vor Ort.

Wozu das Ganze? Mithilfe der Engagement-Technologie können Kundenanfragen bis zu 40% schneller beantwortet werden, eine First-Time-Resolution-Rate von 95% erlangen und Online-Produktverkäufe jährlich um 9-16% wachsen. Kurz zusammengefasst: Banken können die Spannungen, die durch digitalen und online Self-Service entstehen, reduzieren, und dabei dennoch den unumgänglichen persönlichen Kontakt sicherstellen.



Case Study

Erste Bank s ServiceCenter

„Die Ergebnisse waren so überzeugend, dass wir uns dazu entschieden haben, TeamViewer Engage Co-Browsing langfristig zu verwenden und unsere Zusammenarbeit weiter auszubauen.“

Das s ServiceCenter bezeichnet die Kundenservicecenter für die Erste Bank und Sparkasse und stellt das Support-Zentrum aller 3,8 Mio. Bankkunden dar. Ob per Telefon, E-Mail oder Chat, das s ServiceCenter bietet einen 24-stündigen Service mit qualifiziertem Helpdesk-Support an.

Die Herausforderung

Zur weiteren Verbesserung der Servicequalität war das s ServiceCenter auf der Suche nach einer Co-Browsing-Lösung. Vor allem Anfragen von Firmenkunden zeigten, dass diese nicht über die nötigen Admin-Rechte ihres Firmencomputers verfügten, um die Remote-Maintenance-Lösung zu installieren, die bis dato verwendet wurde. Es kam zu langen, ermüdenden Telefongesprächen, bei denen Support-Agenten dem Problem der Kunden oft blind gegenüberstanden.

Die Lösung

Die Co-Browsing-Lösung von TeamViewer Engage konnte genau hier einhaken. Da die TeamViewer Engage-Technologie durch die Integration von JavaScript in das E-Banking-Portal funktioniert und nahtlos Teil der Website wird, kann Co-Browsing ohne Downloads oder Installationen gestartet werden.

Die Einrichtung

TeamViewer Engage und das s Service Center arbeiteten zusammen, um die Co-Browsing-Lösung in der On-Premise-Variante einzurichten. Man entschied sich für die On-Premise-Lösung, da das Co-Browsing im Bereich des Firmen-E-Bankings eingesetzt wird, und dadurch mit sensiblen Kundendaten in Verbindung kommt. Es musste sichergestellt werden, dass die Datenschutzbestimmungen der Erste Bank nicht verletzt wurden. Die On-Premise-Lösung wurde innerhalb von zwei Tagen eingerichtet. Inklusiv Koordination und internen Anpassungen wurden insgesamt vier bis sechs Wochen benötigt.

„ Die Ergebnisse führten zu solch einem Erfolg, dass wir uns dazu entschlossen haben, die Co-Browsing-Lösung von TeamViewer Engage langfristig einzusetzen und die Zusammenarbeit weiter auszubauen.“

Michael Havas,
Managing Director des s ServiceCenter

Wählen Sie den richtigen Weg für Ihre immersive Banking-Reise

Converged Banking

- Verringern Sie die Anzahl an Support- und Vertriebs-Lösungen
- Genießen Sie hohe Skalierbarkeit und automatische Upgrades mit der von TeamViewer Engage verwalteten Infrastruktur
- Verringern Sie Ihre Support- und Vertriebskosten
- Geben Sie Ihrem IT-Team Raum sich auf strategische Initiativen zu konzentrieren, die einen Mehrwert schaffen

So einfach geht's

- Bieten Sie Ihren Kunden ein qualitatives, konsistentes Online-Erlebnis
- Nutzen Sie eine skalierbare Enterprise-Lösung für alle Bankprodukte
- Schon nach nur kurzer Zeit rentiert sich die Lösung

Digitale Transformation

- Modernisieren Sie Ihre Bank mit der erstklassigen Finanzsoftware für Enterprises und einem Benutzererlebnis der nächsten Generation
- Profitieren Sie von den Vorteilen einer Software, die Ihren Kunden ein immersives Bankerlebnis ermöglicht
- Entwickeln Sie eine Lösung, die Ihnen einen langfristigen Wettbewerbsvorteil verschafft, indem Sie die Nachfrage steigern und die Kundenbindung stärken

Online Lösungen, die unsere Kunden lieben

- Bieten Sie Lösungen an, die Ihre Kunden für ein umfassendes Bankerlebnis benötigen, inklusive Produktkäufe und Support
- Überwinden Sie die Schwierigkeiten, die digitales Banking oft mit sich bringen: Sehen Sie genau das, was Ihre Kunden sehen
- Nutzen Sie moderne Ansätze für die Einrichtung von Konten und das Onboarding von Klienten
- Optimieren Sie jede Phase der Customer-Journey

Wie TeamViewer Engage Banken bei der **Erreichung von Zielen** für Netto-Neuverkäufe, Up-Selling und Cross-Selling unterstützen kann

Der Vertrieb im Bankwesen war noch nie so wettbewerbsintensiv wie heute. Da Banken ein ständig wachsendes Produktportfolio unterstützen und immer strengere KYC- und AML-Vorschriften gelten, ist eine digitale Vertriebsplattform von entscheidender Bedeutung.

Zahlreiche Probleme, wie die Schließung von Bankfilialen (60-80% der Kunden kaufen neue Produkte immer noch in der Filiale) und die Covid-19-Krise, haben es für Kunden erschwert, eine Filiale zu erreichen. Der Gewinn neuer Kunden, der Verkauf neuer Produkte und das Up- und Cross-Selling waren so mühsam wie noch nie zuvor.

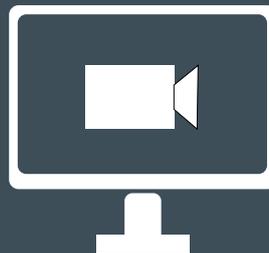
Die Vertriebs-Features von TeamViewer Engage wurden entwickelt, um das Vertriebs-Team einer Bank bei der Erreichung ihrer Ziele und KPIs so effektiv zu unterstützen, dass der Verkaufszyklus um 8 % verkürzt und der Umsatz um bis zu 16 % gesteigert wird.

Features

Unterstützen Sie Ihr Team bei Produktverkaufszielen mit einer Plattform, die sie mit Ihren Kunden verbindet. Rekreieren Sie das Erlebnis der Bankfiliale online und verbessern Sie die Conversions im Produktverkauf.



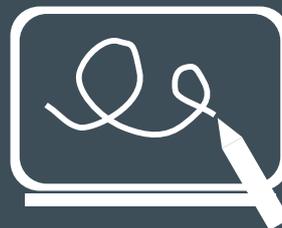
**Termin-
vereinbarung**



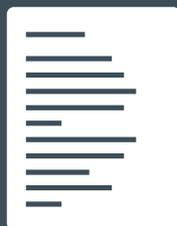
**Video-
Beratung**



Co-Browsing



Whiteboard



**Dokumenten-
kollaboration**



**eSignatur-
Integration**

Appointment Booker

August 2020



Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Choose your type of consultation

Initial Consult
1 hour



Have meeting with

Anyone



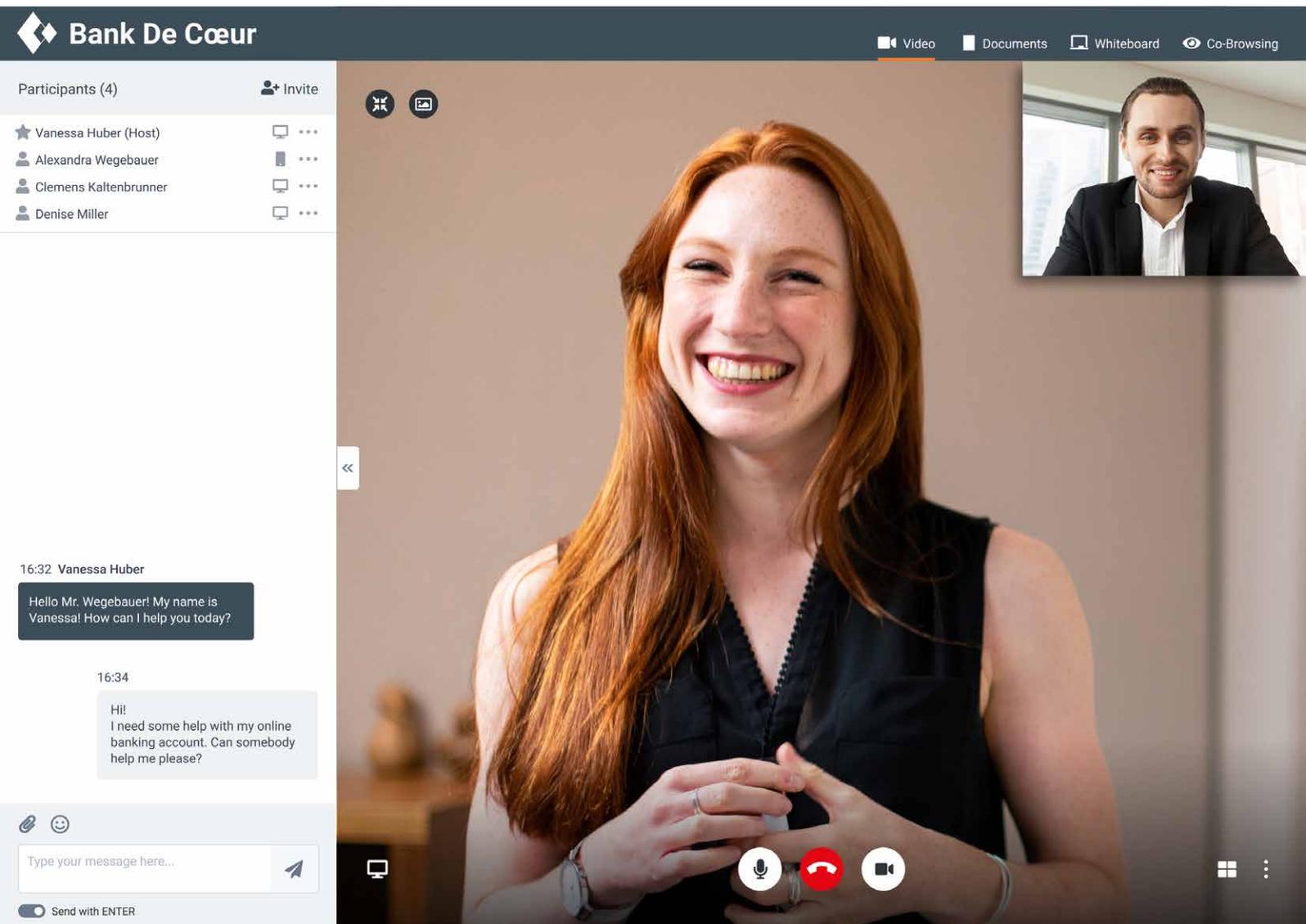
2:30 PM

03:00 PM

03:30 PM

Terminvereinbarung

Ist Ihr Kunde vor Ort nicht für eine Videoberatung verfügbar, können Sie ihm einen Link zu Ihrem Kalender und den verfügbaren Slots schicken. Sobald der Kunde einen Termin bucht, erhalten beide eine Kalendereinladung an Ihren bevorzugten E-Mail-Provider sowie eine Erinnerung am Tag des Meetings.



Video-Beratung

Kunden müssen nach wie vor beraten werden, vor allem wenn es um größere Erwerbe wie Hypotheken, Darlehen und komplexere Versicherungsprämien geht. Die Video-Beratung ermöglicht ein genauso persönliches Erlebnis, wie es Kunden aus der Filiale gewohnt sind. Während der Beratung kann der Bildschirm geteilt werden und der Kunde kann Dokumente, wie Wohnsitz- oder Identitätsnachweis, hochladen.

Co-Browsing

Benötigt ein Kunde ein Angebot für eine Hypothek oder weitere Informationen zu den verfügbaren Produkten, kann der Berater ganz einfach Co-Browsing aktivieren. Der Kunde kann so zu der benötigten Information weitergeleitet werden (Auswahl an Hypotheken, die ihm zur Verfügung stehen), Hilfe beim Ausfüllen des Hypotheken- oder Darlehen-Rechner erhalten und zum besseren Verständnis auf dem Bildschirm zeichnen.

The screenshot displays a TeamViewer meeting interface. On the left, there are video thumbnails for participants: Vanessa Huber (Host) and Johannes Wegebauer. Below them is a chat window with messages from Vanessa Huber and Johannes Wegebauer. The main area is a whiteboard containing a line chart with a grid. The x-axis is labeled with months from Jan to Sep, and the y-axis shows values from 300.00 to 500.00. A line graph fluctuates across the months. Two points are highlighted with orange circles and arrows: one in February labeled 'Customer' and one in July labeled 'Agent'. The chart ends at 474.82 in September. A toolbar at the top of the whiteboard includes various drawing and navigation tools.

Participants: Invite

- Vanessa Huber (Host)
- Johannes Wegebauer

16:32 Vanessa Huber
Hello Mr. Wegebauer! My name is Vanessa! How can I help you today?

16:34
Hi!
I need some help with my online banking account. Can somebody help me please?

Type your message here...

Send with ENTER

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep

300.00 350.00 400.00 450.00 500.00

474.82

Customer Agent

Whiteboard

Mit Hilfe des Whiteboards können Sie mit Ihren potenziellen Kunden und Leads zeichnen, entwerfen, präsentieren und zusammenarbeiten. Halten Sie Online-Meetings genauso ab, wie Sie es auch in der Bankfiliale tun würden. Benötigt ein Kunde Hilfe dabei, Zinszahlungen zu verstehen, die er über einen gewissen Zeitraum mit einer Festzinshypothek leisten muss, können Sie dank dem Whiteboard Unklarheiten aus dem Weg räumen.



- Participants Invite
- ★ Vanessa Huber (Host)
 - 👤 Johannes Wegebauer

16:32 Vanessa Huber
Hello Mr. Wegebauer! My name is Vanessa! How can I help you today?

16:34
Hi!
I need some help with my online banking account. Can somebody help me please?

Type your message here... Send with ENTER

Navigation toolbar: Back, Download, Save, Pointer, Eraser, Lasso, Highlighter, Text, Undo, Redo, Close



MORTGAGE APPLICATION Referral:

Applicant Information

Full Name	S.I.N.	Date of Birth	Dependants	Marital Status
Diana Prince	1234	05-22-1976		
Present Address	Postal Code	Rent/Owns	No. Of Years	
Baker Street	221b	S		
Previous Address: (if less than 8 years at current)			Rent/Owns	No. Of Years
			S	
Home Phone:	Home Fax:	Cellular:		
Bus Phone:	Bus Fax:	Email:		
Current Employer	Years	Gross Annual Income	Occupation	
Previous Employer: (if less than 8 years at current)	Years	Gross Annual Income	Occupation	
1			Customer	
2				
Other Income: Source	Years	Income	Occupation	
Smoker? <input type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No		First Time Buyer? <input type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No		

Co-Applicant Information

Full Name	S.I.N.	Date of Birth	Dependants	Marital Status
Present Address	Postal Code	Rent/Owns	No. Of Years	
		S		
Previous Address: (if less than 8 years at current)			Rent/Owns	No. Of Years
			S	
Home Phone:	Home Fax:	Cellular:		
Bus Phone:	Bus Fax:	Email:		
Current Employer	Years	Gross Annual Income	Occupation	
Previous Employer: (if less than 8 years at current)	Years			
1				
2				
Other Income: Source	Years			
Smoker? <input type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No				

Assets

Bank:	Location:
Bank:	Location:



Dokumentenkollaboration

Bei der Beantragung von Hypotheken können Sie den Kunden beim Ausfüllen der Unterlagen genauso unterstützen als wären Sie in der Bankfiliale. Das gemeinsame Ausfüllen des Hypothekenantrags wird die Zeit bis zur Antragstellung verkürzen und sicherstellen, dass die Informationen schon beim ersten Mal richtig sind.

The screenshot shows a TeamViewer interface with a video call on the left, a chat window, and a document viewer on the right. The document is a form with various fields for personal and financial information. An orange callout box highlights three options for eSignature integration: 'Insert Signature', 'Insert Text', and 'Insert Today's Date'. A mouse cursor is also visible over the 'Customer' field in the form.

Present Address	Postal Code	Rent/Owns S	No. Of Years
Previous Address: (if less than 3 years at current)		Rent/Owns S	No. Of Years
Home Phone:	Home Fax:	Cellular:	
Bus Phone:	Bus Fax:	Email:	
Current Employer	Years	Gross Annual Income	Occupation
Previous Employer: (if less than 3 years at current)	Years	Gross Annual Income	Occupation
1			
2			
Other Income: Source	Years	Income	Occupation
Smoker? <input type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No	First Time		
Assets			
Bank:	Location:	Ty	
Bank:	Location:	Ty	
Stocks/Bonds/GIC:			
Automobile:			
Other Assets:			
Other Assets:			
Other Assets:			
Household Goods:		Value:	
		Value:	
Keeper's Signature: <i>Erin King</i>		Date:	

eSignatur-Integration

Nutzen Sie die rechtskräftige eSignatur, um Antragsformulare, Dokumente oder Verträge direkt in der Beratungs-Plattform zu unterschreiben.



Bahnhofplatz 2, 73033
Göppingen, Germany
TeamViewer Germany GmbH