



Event-Management-Portal für die NORD/LB

Kollaborativ, bequem und nutzerfreundlich. Mit dem neuen Eventportal betritt die NORD/LB eine neue Dimension in der Kundenkommunikation.

Events gehören zu den wichtigsten Kundenbindungsinstrumenten der NORD/LB. Dabei sind alle Fachabteilungen der Bank in das Eventmanagement involviert. Das von CGI entwickelte Event-Management-Portal sorgt dafür, dass die Mitarbeiter optimal durch den Eventorganisationsprozess geleitet werden. Sie können sich auf das konzentrieren, was zählt: ihre Kunden.

Ausgangslage

Die NORD/LB ist eine regional verwurzelte Universalbank im Herzen Norddeutschlands. Als langjähriger Kunde von CGI nutzt die Bank das Eventmarketing als Differenzierungs- und Kundenbindungsinstrument. Um die Landesbank als Kompetenzpartner zu positionieren, werden unterschiedliche Eventformate entwickelt, um Kunden und Stakeholder zu vernetzen und über Innovationen und Entwicklungen im Finanzsektor auf dem Laufenden zu halten.

Die einzelnen Fachbereiche der Bank organisieren Events für ihre Kundensegmente, die in Teilnehmeranzahl und Ansprache stark variieren. Auch bei wiederkehrenden Events ändern sich ständig die Rahmenbedingungen, da sich beispielsweise der Adressatenkreis neu zusammensetzt. Gleichzeitig wächst der Bedarf, personalisierte Kundenformate anzubieten, um optimal auf die Bedürfnisse von Key Accounts einzugehen und diese langfristig an die Bank zu binden.

Da die ausrichtenden Fachbereiche stark in den Organisationsprozess eingebunden sind, um beispielsweise Kaminabende, Fachkonferenzen oder Großveranstaltungen zu steuern, ist es wichtig, sich eng mit dem internen Veranstaltungsmanagement abzustimmen. Regelmäßige Status-Updates und Freigabeprozesse sind zeitaufwändig und die vielen Schnittstellen führen häufig zu Informationsverlusten.

NORD/LB Event-Management-Portal

Die kollaborative Plattform stellt die User Journey in den Mittelpunkt. Nutzer werden intuitiv und sicher durch den Eventmanagementprozess geführt.

Das Besondere:

- **Event-Journey:** Das Portal orientiert sich entlang der Veranstaltungsphasen.
- **Kollaboration:** Die interne Kommunikation und Workflows werden abgebildet.
- **Differenzierung:** Module können flexibel an das jeweilige Veranstaltungsformat angepasst werden.
- **Prozessoptimierung:** Wiederkehrende Eventformate werden persistiert.



de.cgi.com

Unsere Lösung

Um die Zusammenarbeit zwischen Veranstaltungsmanagement und den Fachbereichen flüssiger zu gestalten, hat CGI eine onlinebasierte, kollaborative Plattform entwickelt, die einer zentralisierten Event-Journey folgt. Das Portal führt die User durch die einzelnen Eventphasen und sorgt so dafür, dass alle Fachabteilungen zu jedem Zeitpunkt den Überblick behalten.

Die Mitarbeiter steuern mit dem Portal organisatorische Prozesse, managen Teilnehmerlisten, erstellen redaktionelle Inhalte für die Einladungen und verfolgen den Rücklauf der Kunden. Die Event-Journey gibt dabei vor, in welcher Phase einer Veranstaltung welches Set an Daten gepflegt wird und welches Kommunikationsformat an die Teilnehmer versendet wird. So werden die Nutzer vom Save-the-Date bis zur Nachbereitung entlang der Event-Journey geleitet und begleitet.

Um die verschiedenen Bedürfnisse der Nutzer zu berücksichtigen, wurde das Portal als Baukastensystem entwickelt. Die auf dem Dashboard angezeigten Organisationsschritte der Event-Journey lassen sich an das Format der jeweiligen Veranstaltung in alle Richtungen bequem anpassen.

„Mit dem Tool unterstützen wir nicht nur unsere Eventprozesse, es führt uns auch durch das Tagesgeschäft.“

NORD / LB

Das Portal bietet der NORD/LB entscheidende Vorteile

- Lückenloser Informationsfluss: Das Portal zeigt an, in welcher Phase sich die Planung eines Events befindet. Auch neue Mitarbeiter wissen sofort, welche Schritte noch ausstehen.
- Zentrale Datenpflege: Alle Fachabteilungen können Daten über das Portal pflegen, teilen und zur Veröffentlichung freigeben.
- Gezielte Prozesssteuerung: Es können verschiedene Rollen und Rechte vergeben werden. Dadurch werden Kommunikations- und Freigabewege klar abgebildet.
- Differenzierung: Durch den modularen Aufbau können Features auf den jeweiligen Eventtyp zugeschnitten werden.
- Standardisierung von Abläufen: Eventvorlagen lassen sich speichern. Wiederkehrende Events lassen sich mit deutlich reduziertem Aufwand abbilden.

Herangehensweise

Um eine passgenaue Lösung für die Bank zu entwickeln, hat ein interdisziplinäres SCRUM-Team sein Know-how aus den Bereichen Customer Experience, Service Design, agile Softwareentwicklung und Organisationsentwicklung gebündelt. Zudem wurden klassische Business- und Prozessanalyse mit digitaler Konzeption und agiler Softwareentwicklung verzahnt. In einem ersten Schritt hat das Customer Experience Team in Zusammenarbeit mit dem Kunden die zukünftigen Nutzergruppen der digitalen Plattform festgelegt.

User Research Experten führten Interviews und Workshops mit den Nutzergruppen durch, um die verschiedenen Bedürfnisse zu filtern und ein genaues Verständnis der einzelnen Organisationsschritte zu erhalten.

Folgende Fragen waren dabei besonders interessant:

- Welche Mitarbeiter und Fachabteilungen sind am Eventmanagement beteiligt?
- Welche Aufgaben erfüllen sie dabei?
- Wie sind die Abstimmungswege?
- Und welche Anforderungen ergeben sich hieraus?

Als Ergebnis der Research-Phase entstanden eine Visualisierung der Organisationsprozesse, die Ableitung einer User Journey und die Erstellung sogenannter Personas. Mit Personas werden die Anforderungen der einzelnen Nutzergruppen abgebildet. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wurde dann innerhalb des SCRUM-Teams die funktionale Architektur abgeleitet und im Rahmen der agilen Softwareentwicklung umgesetzt.

Die Methoden, die CGI eingesetzt hat

Research-Phase

1. Nutzerinterviews: Durchführung von Einzelinterviews mit Extremnutzern aus unterschiedlichen Fachabteilungen. Ziel: Verständnis des Organisationsablaufs und der Bedürfnisse der unterschiedlichen Nutzergruppen.
2. Prozessabbildung: Visualisierung der Organisationsprozesse als Swimlane-Diagramm und Identifizierung von Schwachstellen und Chancen.
3. Personas: Erstellung von Personas, um Empathie für die Anforderungen der Nutzergruppen zu fördern.

Konzeptionsphase

1. User Journey: Entwicklung eines optimierten Organisationsablaufs jeweils aus der Perspektive der unterschiedlichen Personas.
2. Konzeptentwicklung: Zusammenführung der Ergebnisse aus Prozessabbildung und Persona-Erstellung. Ziel: Priorisierung der Anforderungen und Definition eines Minimal Viable Products.
3. Digitale Artefakte: Erstellung eines Prototyps in Form von Wireframes und Klick-Dummies.
4. UX-Testing: Erhebung des Feedbacks der Extremnutzer anhand von Test-szenarien.
5. Weiterführende Iteration: Schärfung des Prototyps inkl. UX-Testing, Finalisierung und Übergabe an die Implementierung.

Über CGI

CGI ist ein globaler Dienstleister für IT- und Geschäftsprozesse mit 77.500 Mitarbeitern, der 1976 gegründet wurde und seinen Kunden strategische IT und Business Beratung, Systemintegration, Managed IT, Business Process Services und Intellectual Property auf Top-Niveau bietet. Unsere Teams richten sich konsequent an den Geschäftsstrategien der Kunden aus – dadurch finden wir die optimalen Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und werden im Hinblick auf Zeit- und Budgettreue regelmäßig mit Bestnoten bewertet.

Für mehr Informationen über CGI besuchen Sie uns unter de.cgi.com, oder schreiben Sie uns an info.de@cgi.com.



de.cgi.com