



yomo

Das neue Smartphone-Girokonto der Sparkassen

Themenbereich: Innovation

Messe-Stand: IN01

Fragen beantwortet
Ihnen Ihre zuständige
Kundenberatung

Neue Kundenbedürfnisse und neue Herausforderungen

In einer Gesellschaft, die immer digitalisierter wird und wo das Smartphone schon lange nicht mehr nur ein Handy, sondern ein mobiles Kommunikations- und Organisations-Tool ist, werden auch die Kundenerwartungen vielfältiger und individueller. Es geht um schnelle und einfache Bedienung bei der Nutzung von Angeboten und Services über das Smartphone. Und genau das schafft yomo!

Die Antwort – your money

Die Bezeichnung »yomo« wird abgeleitet aus dem englischen »your money« (dein Geld). yomo ist ein bundesweit einheitliches, schlankes Kontomodell mit wesentlichen Funktionen, die ausschließlich mobil als App angeboten werden. yomo richtet sich primär an Neukunden und die zurzeit noch relativ kleine Gruppe der besonders online-affinen Kunden, die mit dem klassischen Sparkassen-Produktportfolio nicht erreicht werden. Das Girokonto ist fest mit dem Smartphone verknüpft und wird im Bestand Ihrer Sparkasse geführt. Eine Kreditkarte, die deutlichen Mehrwert bietet, rundet das Portfolio ab.

Stärken der Sparkassen-Finanzgruppe

Neukundengewinnung ohne Beratungseinsatz, höchste Standardisierung und Konkurrenzfähigkeit auf dem stark wachsenden Markt der digitalen Banken stehen im Fokus von yomo. Dabei soll yomo ganz bewusst als unabhängige Zweitmarke außerhalb der bisherigen Produktpalette der Sparkasse positioniert werden. Mit eigenen Kommunikationsmaßnahmen wie Suchmaschinen- oder Influencer-Marketing, eigenen Social-Media-Aktivitäten oder einem individuellen Webcontent soll sich der Nutzer durch die Einfachheit von yomo begeistern lassen.

Bitte umdrehen >>



Seite 02

Das yomo-Geschäftsmodell auf einen Blick

- Reduktion des Bankings auf das Wesentliche
- Fokussierung auf neue Kundenbedürfnisse durch ein mobiles und einfaches Banking
- Beachtung und Einhaltung der Standards (Produktmerkmale, Prozesse, Kommunikation)
- Zentraler Markenaufbau für die Sparkassen, um ein kostenoptimiertes Angebot zu ermöglichen
- Aufwandsreduzierung für die Sparkassen durch die Nutzung zentraler Dienstleistungen im Verbund
- Sicherstellung der künftigen yomo-Weiterentwicklung durch die beteiligten Partner

yomo ist die richtige Antwort auf den Wettbewerb und bietet Mehrwert für Sparkassen.

Fragen beantwortet
Ihnen Ihre zuständige
Kundenberatung.