

# Case Call @ RWTH Aachen



Career Day #2 des WiWi Network  
Düsseldorf | 24.03.2021

# Ablauf des Events

## Agenda



24.03.2021 18.00 – 20.00

### AGENDAPUNKT

### SPRECHER

### ZEIT

Begrüßung	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kurzvorstellung des Beraterteams</li><li>▪ Unternehmensvorstellung ADVYCE</li><li>▪ Einstiegsmöglichkeiten und Karrierepfad</li></ul>	Burkhard Wagner (Senior Partner und Geschäftsführer)	18.00 bis 18.30
Fallstudie	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Einführung in den Case und Case Interviews bei ADVYCE</li><li>▪ Gemeinsame Erarbeitung einer Fallstudie<ul style="list-style-type: none"><li>– Entwicklung des Frameworks</li><li>– Ausarbeitung der Lösung im Rahmen einer offenen Diskussionsrunde</li></ul></li><li>▪ Best Practices zur Herangehensweise an einen Case</li><li>▪ Klärung von Fragen zum Lösen von Cases</li></ul>	Katrin Engels (Consultant) Jenny Giang (Consultant)	18.30 bis 19.30
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gemeinsamer Abschluss</li><li>▪ Q &amp; A Session</li></ul>	Ulrike Lackermeier (Head of People)	19.30 bis 20.00

Quelle: ADVYCE

# Agenda

---

1	Begrüßung	18:00 – 18:30
2	Fallstudie	18:30 – 19:30
3	Abschluss	19:30 – 20:00

## Wer sind wir?

### Kurzvorstellung

#### BURKHARD WAGNER

---



Dipl. Wirtschaftsingenieur  
TU Karlsruhe und Pretoria

ADVYCE Senior Partner und  
Geschäftsführer

#### DR. ULRIKE LACKERMEIER

---



Dr.-Ing. Chemieingenieurwesen  
Technische Universität Hamburg

ADVYCE Head of People

#### KATRIN ENGELS

---



Master in Management  
EDHEC Business School

ADVYCE Consultant

#### JENNY GIANG

---



M.Sc. Business Administration  
RWTH Aachen

ADVYCE Consultant

# Wir sind eine junge Beratung aus Düsseldorf und München mit einem schnell wachsenden Team – Unsere Beratungsprojekte umfassen verschiedene Themenbereiche und sind bei Kunden aus unterschiedlichsten Branchen

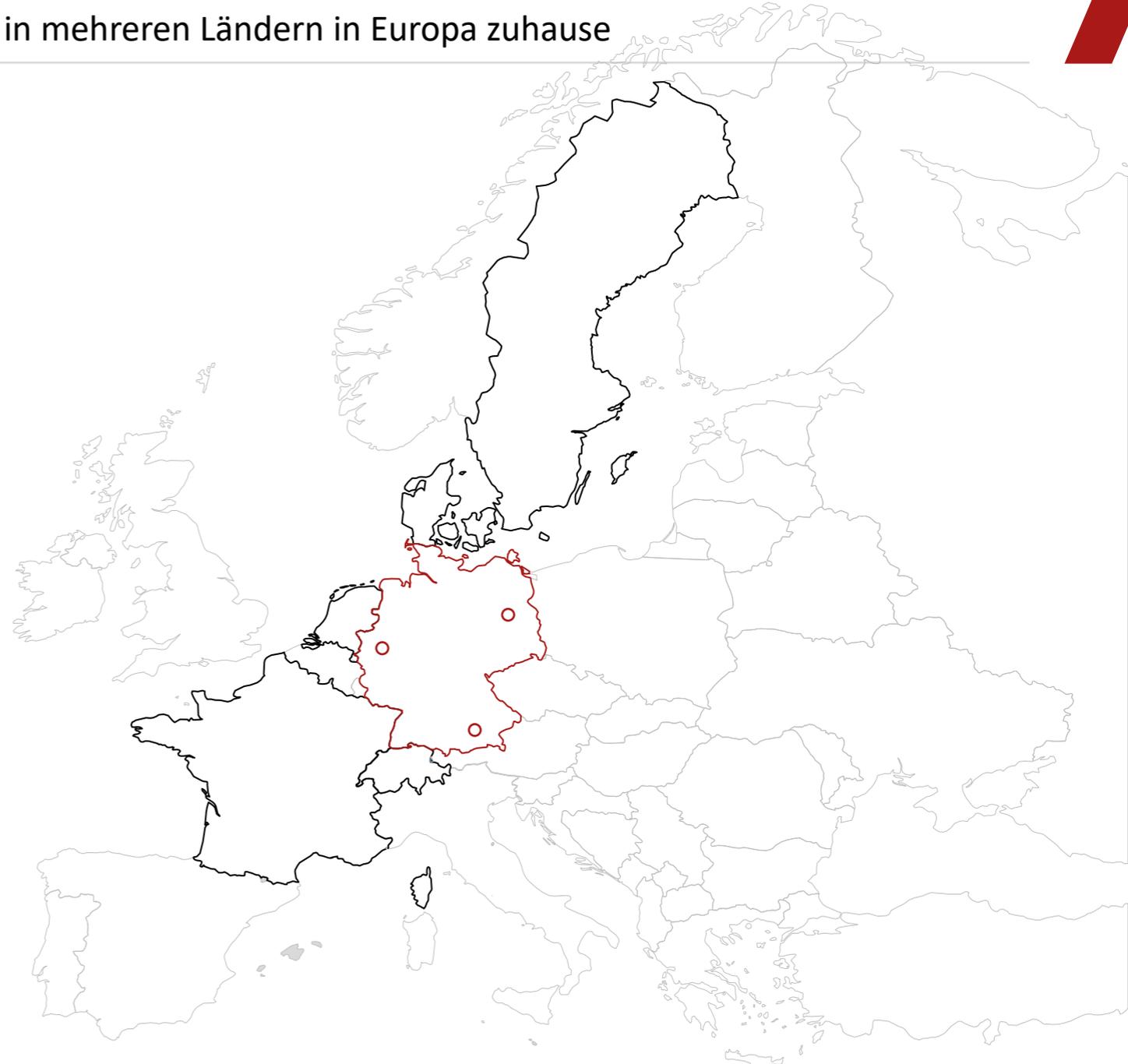
## Vorstellung ADVYCE

<p><b>2014</b></p>  <p>Gründung</p>	<p>In München, Düsseldorf &amp; Berlin</p>  <p>seit <b>2017</b></p>	<p><b>5–10</b> neue Berater p.a.</p> 	<p><b>LEISTUNGSANGEBOT</b></p>  <p>CORPORATE FINANCE UND M&amp;A</p>  <p>DIGITALISIERUNG UND TECHNOLOGIE</p>  <p>GESCHÄFTSMODELLINNOVATION</p>  <p>OPERATIVE EXZELLEENZ</p>  <p>ORGANISATION UND TRANSFORMATION</p>  <p>RESTRUKTURIERUNG UND TURNAROUND</p>  <p>STRATEGIE</p>	<p><b>FOKUSBRANCHEN</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1</b> AUTOMOBILUNTERNEHMEN</li><li><b>2</b> ENERGIE &amp; VERSORGER</li><li><b>3</b> FINANZDIENSTLEISTER</li><li><b>4</b> HANDEL &amp; LOGISTIK</li><li><b>5</b> INDUSTRIEUNTERNEHMEN</li><li><b>6</b> TELEKOMMUNIKATION, MEDIEN &amp; IT</li><li><b>7</b> WISSENSCHAFT &amp; FORSCHUNGSEINRICHTUNGEN</li></ol>
<p><b>&gt;200</b></p>  <p>Wertsteigerungs- projekte</p>	<p><b>50+</b></p>  <p>International erfahrene Berater</p>	<p><b>&gt; 1.400</b></p>  <p>Durchgeführte Strategie-, Organisations- und Prozess Workshops</p>		
<p><b>&gt;18%</b></p>  <p>Durchschnittliches Umsatzwachstum bei Top-Line Strategie Projekten</p>				

# ADVYCE Kunden kommen aus verschiedenen Branchen und sind in mehreren Ländern in Europa zuhause

Beispielhafte Kunden in Europa

AUSWAHL



Quelle: ADVYCE

Es gibt verschiedene Wege, Teil des ADVYCE Teams zu werden, abhängig von der bereits vorhandenen Erfahrung – Einmal im Unternehmen entwickeln sich alle Berater unter anderem durch Schulungen und Seminare kontinuierlich weiter

## Einstiegsmöglichkeiten und Entwicklung

### EINSTIEG MIT EINEM BACHELOR

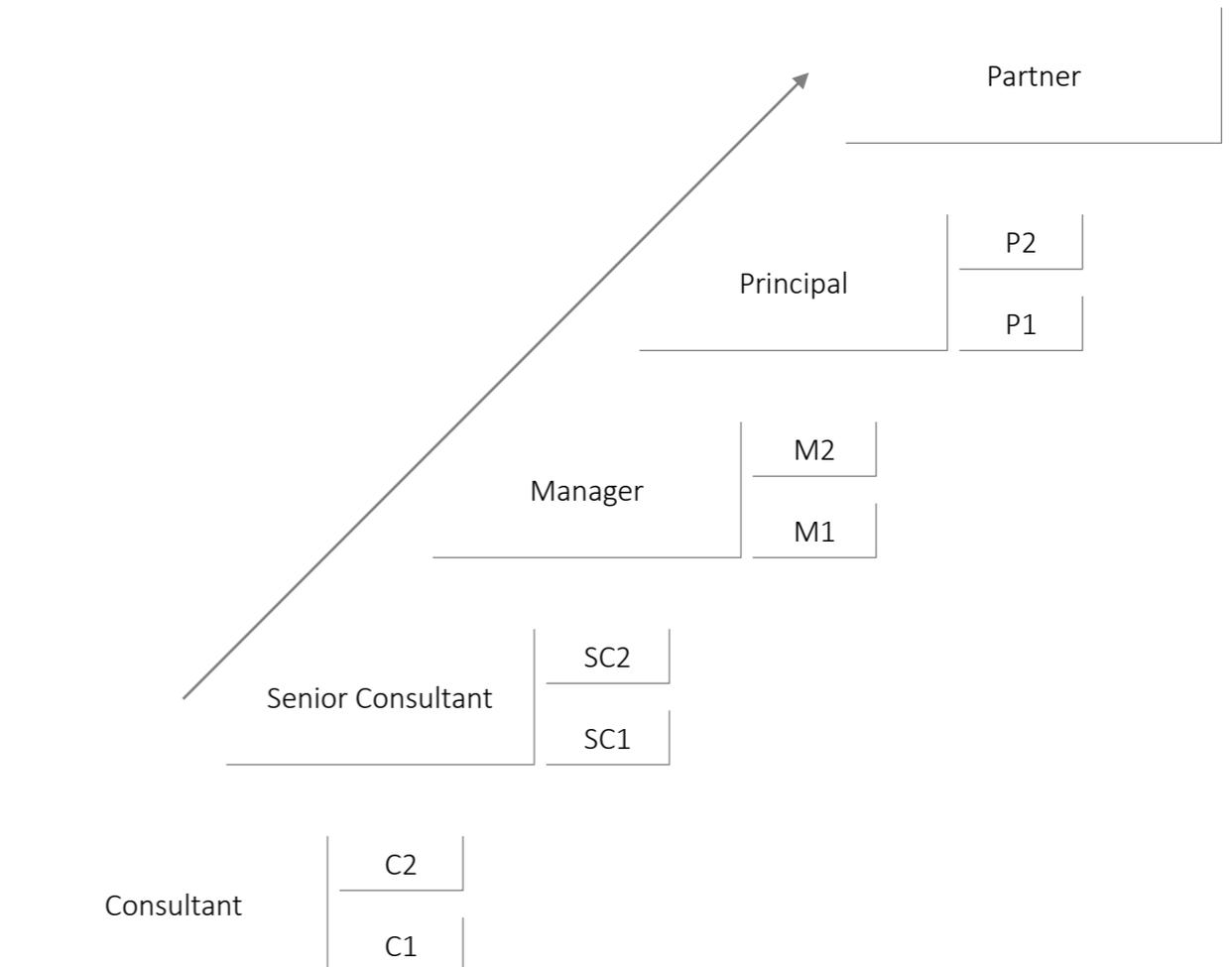
#### PRAKTIKANT

- Für Studenten der Wirtschaftswissenschaften, des Ingenieurwesens oder einer vergleichbaren Fachrichtung, mit hervorragenden **analytischen** und **konzeptionellen Fähigkeiten**
- Kandidaten sollten mindestens das **dritte Fachsemester** mit sehr guten Noten abgeschlossen haben und über sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse verfügen
- Praktikanten unterstützen das Team direkt bei der **Projektarbeit für unsere Kunden** und sollten für mindestens 3 Monate verfügbar sein

#### WERKSTUDENT

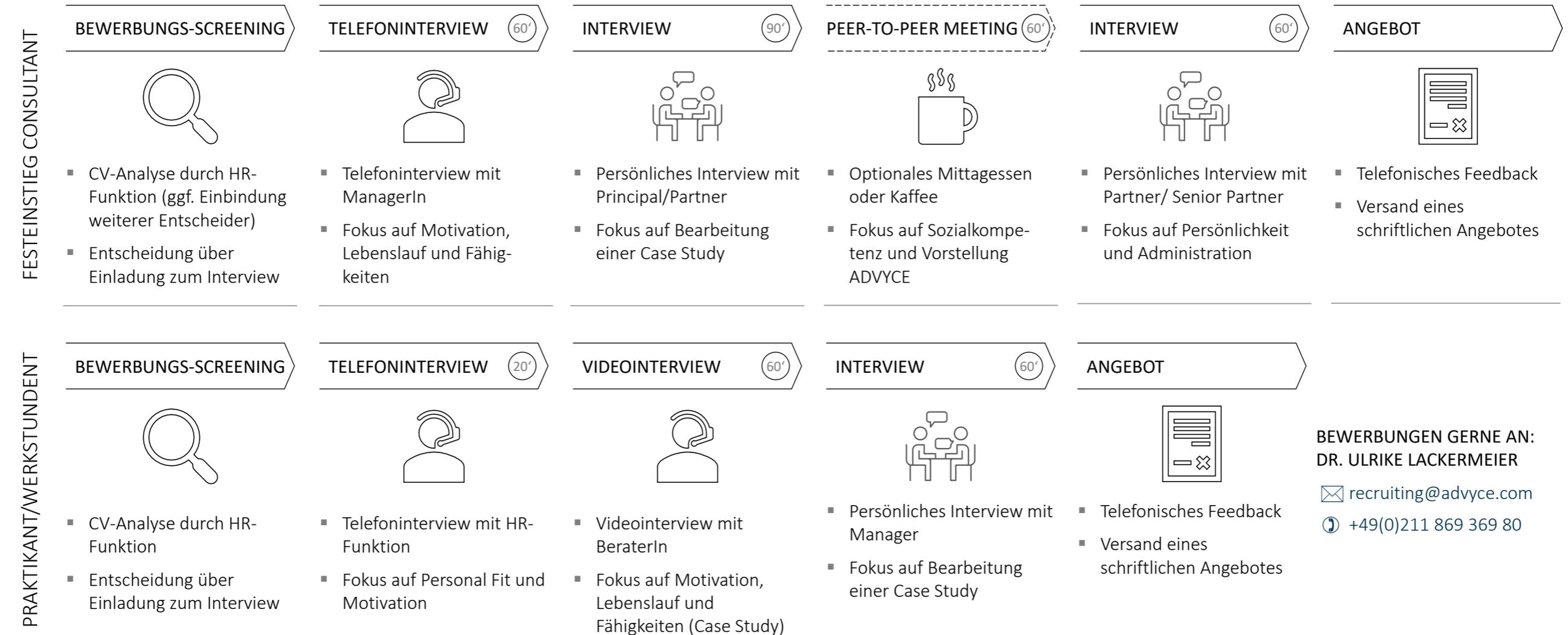
- Werkstudenten sollten grundsätzlich die **oben genannten Voraussetzungen** erfüllen und in der Nähe eines Standorts studieren
- Als Werkstudent wird man **mindestens 6 Monate**, flexibel für 20 bis 40 Stunden pro Woche, in einem unserer Standorte eingesetzt
- Neben der Arbeit auf **Kundenprojekten** werden Werkstudenten auch für andere interne und organisatorische Arbeiten eingesetzt
- Sowohl Praktikanten als auch Werkstudenten haben in ihrer Zeit bei ADVYCE einen **persönlichen Mentor** zu ihrer Unterstützung

### EINSTIEG MIT EINEM MASTER ODER BERUFSERFAHRUNG



# Der Recruiting-Prozess besteht von der Bewerbung bis zum Angebot aus insgesamt vier bis sechs Schritten, die jede/r BewerberIn erfolgreich durchlaufen muss

## Recruiting-Prozess



BEWERBUNGEN GERNE AN:  
DR. ULRIKE LACKERMEIER

✉ [recruiting@advyce.com](mailto:recruiting@advyce.com)

☎ +49(0)211 869 369 80

# Agenda

---

1 Begrüßung

18:00 – 18:30

**2 Fallstudie**

**18:30 – 19:30**

3 Abschluss

19:30 – 20:00

## Sinkende Umsätze bei der SparBank

Case Study | Aufgabenstellung

Die SparBank, eine regionale Privatkundenbank in der Universitätsstadt Aachen, kämpft seit drei Jahren mit sinkenden Umsätzen. Der CEO der SparBank hat ADVYCE beauftragt, die Gründe für die sinkenden Umsätze zu ermitteln und Lösungsansätze zur Steigerung des Umsatzes zu entwickeln.

Ihr wurdet als Projektmanager eingesetzt. In 45 Minuten sollt ihr dem CEO die ersten Ergebnisse präsentieren. Wie geht ihr vor?

## Erstellung des Frameworks

Case Study | Erarbeitung

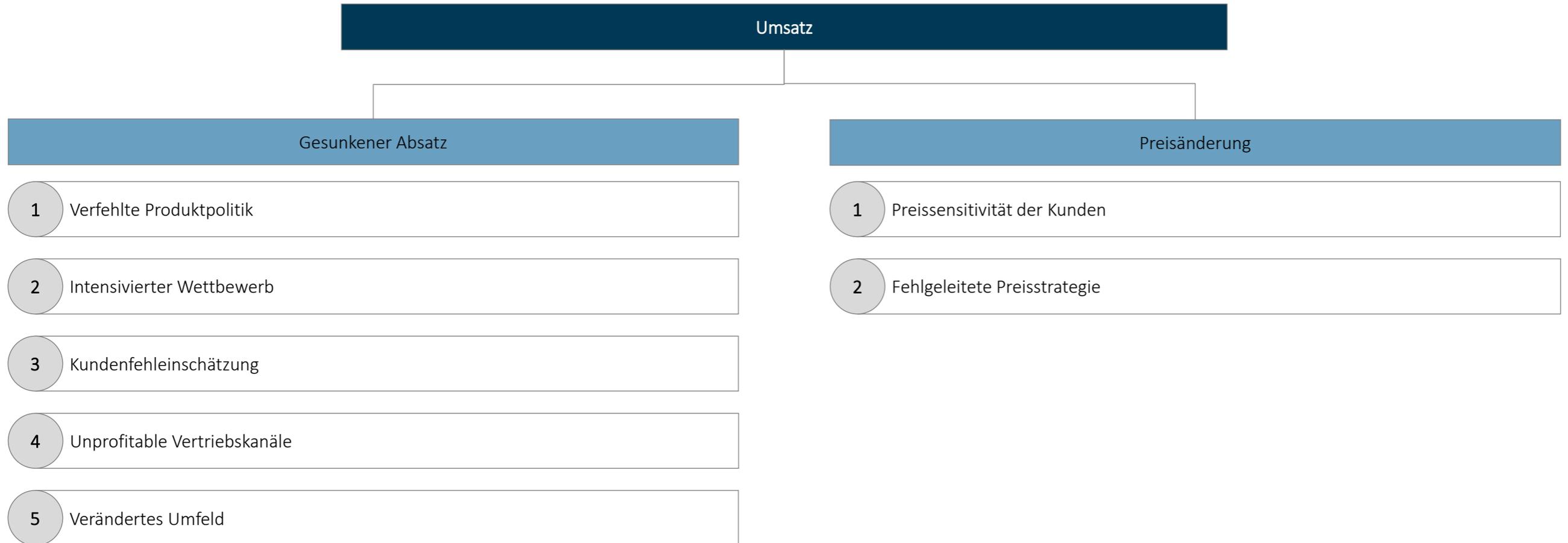
DISKUSSIONSVORLAGE

### WELCHE ASPEKTE WÜRDEN IHR BETRACHTEN, UM DAS PROBLEM ZU IDENTIFIZIEREN?

1. Produkte der Sparkbank: Absatzzahlen einzelner Leistungen
2. Kunden: Service-Zufriedenheit, Kundensegmentierung
3. Welche Veränderungen hat es in den letzten 3 Jahren gegeben?
4. Innensicht: Mitarbeiter, Prozesseffizienz
5. Wettbewerber: Service, Produkte, Preis
6. Image/ Marke der SparBank

# Musterlösung

## Case Study | Framework (1/3)



# Musterlösung

## Case Study | Framework (2/3)

### Gesunkener Absatz

#### 1 Verfehlte Produktpolitik

Zu untersuchen:

- **Produktportfolio:**
  - Wie erfolgreich sind einzelne Produkte?
  - Besteht Kannibalisierung zwischen den Produkten?
- **Welchen Nutzen haben die Produkte?**
  - Wie differenzieren sie sich vom Wettbewerb?
  - Was ist der USP?
  - Welche Nebenleistungen, Services bietet das Produkt?

#### 2 Intensivierter Wettbewerb?

Zu untersuchen:

- Wie hat sich der Marktanteil verändert?
- Gibt es neue Wettbewerber?
- Gibt es Substitute?

#### 3 Kundenfehleinschätzung

Zu untersuchen:

- Wie groß ist der Kundenstamm?
- Wie lassen sich die Kunden segmentieren?
- Welche Kundenwünsche und Trends bestehen im Markt?

#### 4 Unprofitable Vertriebskanäle

Zu untersuchen:

- Welche Vertriebskanäle werden genutzt?
- Gibt es geografische Unterschiede?

#### 5 Verändertes Umfeld

Zu untersuchen:

- Gab es regulatorische/ gesetzliche Veränderungen?
- Haben sich besondere Ereignisse zugetragen, die unseren Produkten schaden könnten?

# Musterlösung

## Case Study | Framework (3/3)

### Preisänderung

#### 1 Preissensitivität der Kunden

Wie stark reagieren Kunden auf potentielle Preisänderungen?

- Hohe Preissensitivität: Eine kleine Preisänderung bewirkt eine große Mengenänderung
- Geringe Preissensitivität: Eine Preisänderung bewirkt eine geringe Mengenänderung

#### 3 Preisstrategien

Zu untersuchen:

- Wettbewerbsorientiertes Pricing
- Kostenorientiertes Pricing
- Kundenorientiertes Pricing

# Aufbau des Kundenverständnisses

Case Study | Erarbeitung

DISKUSSIONSVORLAGE

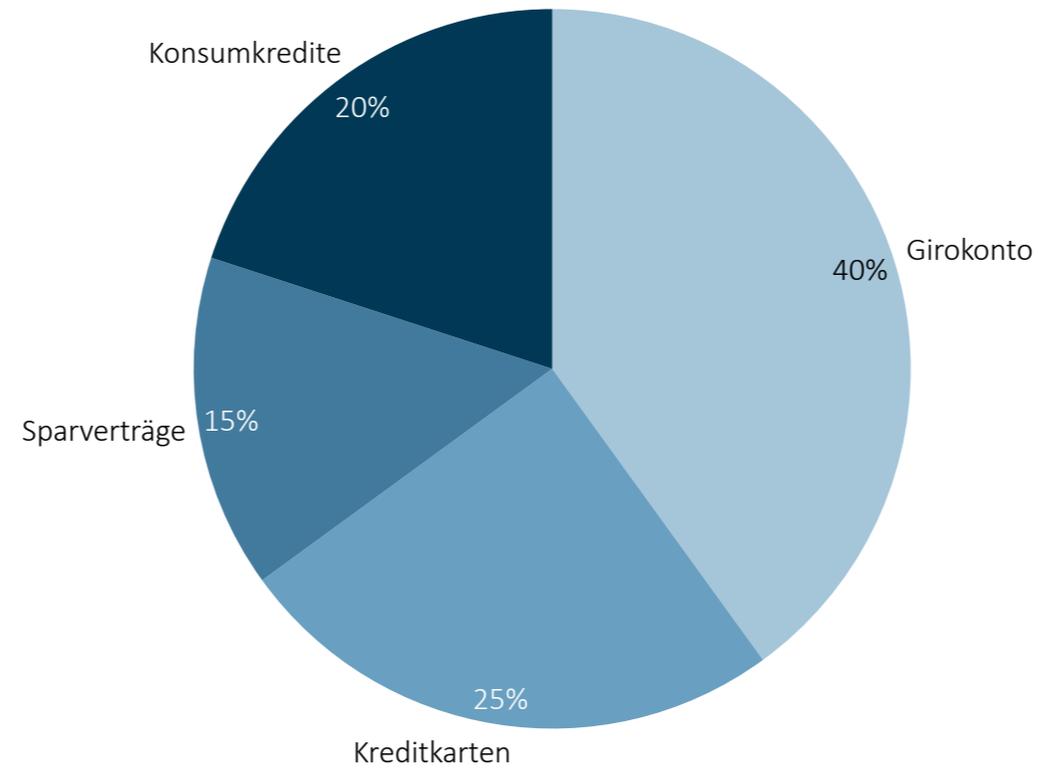
## WIE SIEHT DAS PRODUKTPORTFOLIO EINER BANK AUS?

1. Girokonto
2. Dispokredite
3. Festgeldkonten
4. Bausparverträge
5. Börsenkonten
6. Kreditkarten
7. Altersvorsorge
8. Finanzberatung

## Sinkende Umsätze bei der SparBank

Case Study | Daten und Informationen

### UMSATZANTEILE DES PRODUKTPORTFOLIOS DER SPARBANK IN % (2020)



! Was sind die wesentlichen Erkenntnisse aus der Grafik und welche zusätzlichen Informationen benötigt Ihr, um das Problem des Kunden zu identifizieren?

# Aufbau des Kundenverständnisses

Case Study | Erarbeitung

DISKUSSIONSVORLAGE

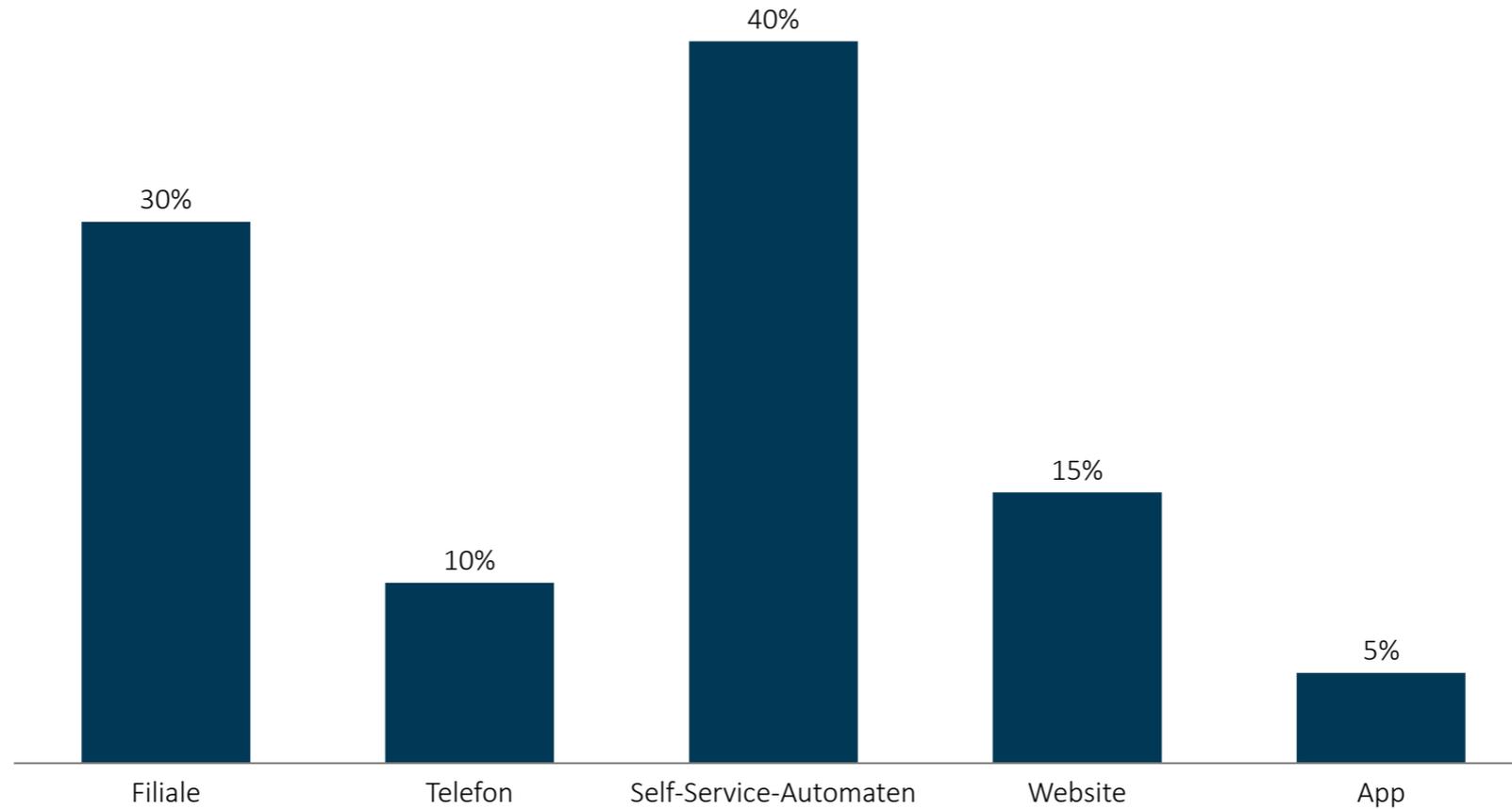
## WAS SIND RELEVANTE DISTRIBUTIONSKANÄLE?

1. Website für Online-Banking, FAQ, Chatfunktion
2. Filiale
3. App
4. Telefon (Identifikationsnummer)
5. Postweg
6. Email (Angebote)

## Sinkende Umsätze bei der SparBank

Case Study | Daten und Informationen

### UMSÄTZE MIT DISTRIBUTIONSKANÄLEN DER SPARBANK IN % (2020)

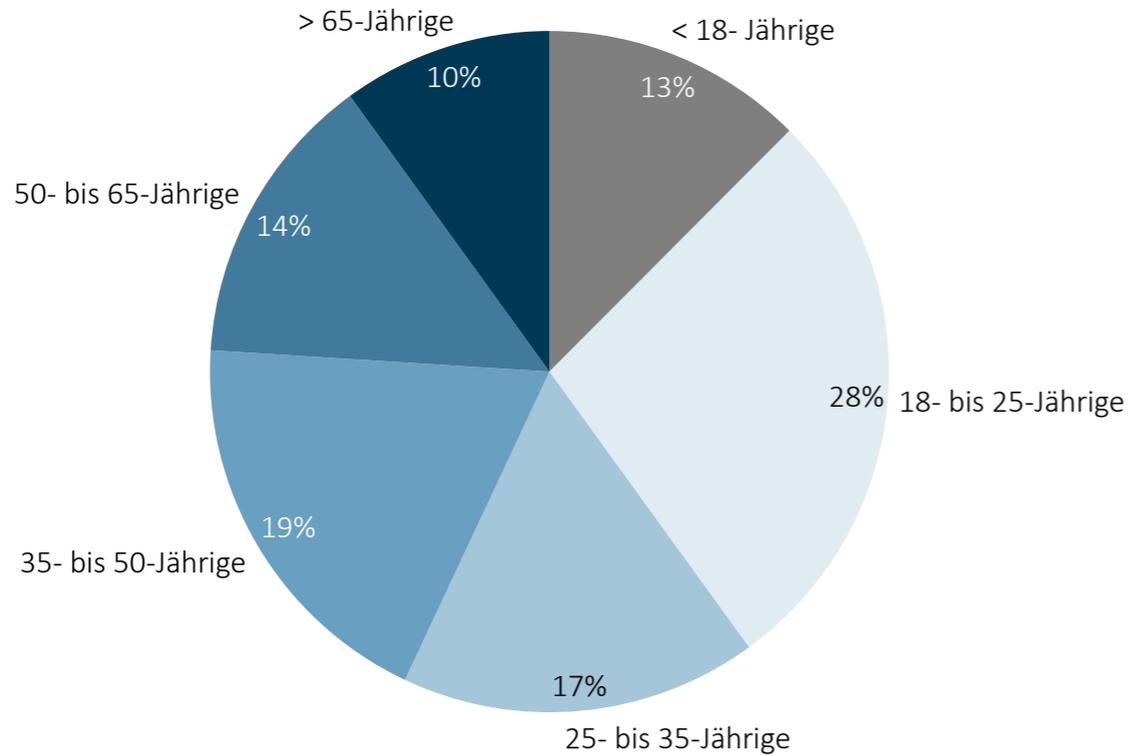


! Was sind die wesentlichen Erkenntnisse aus der Grafik und welche zusätzlichen Informationen benötigt Ihr, um das Problem des Kunden zu identifizieren?

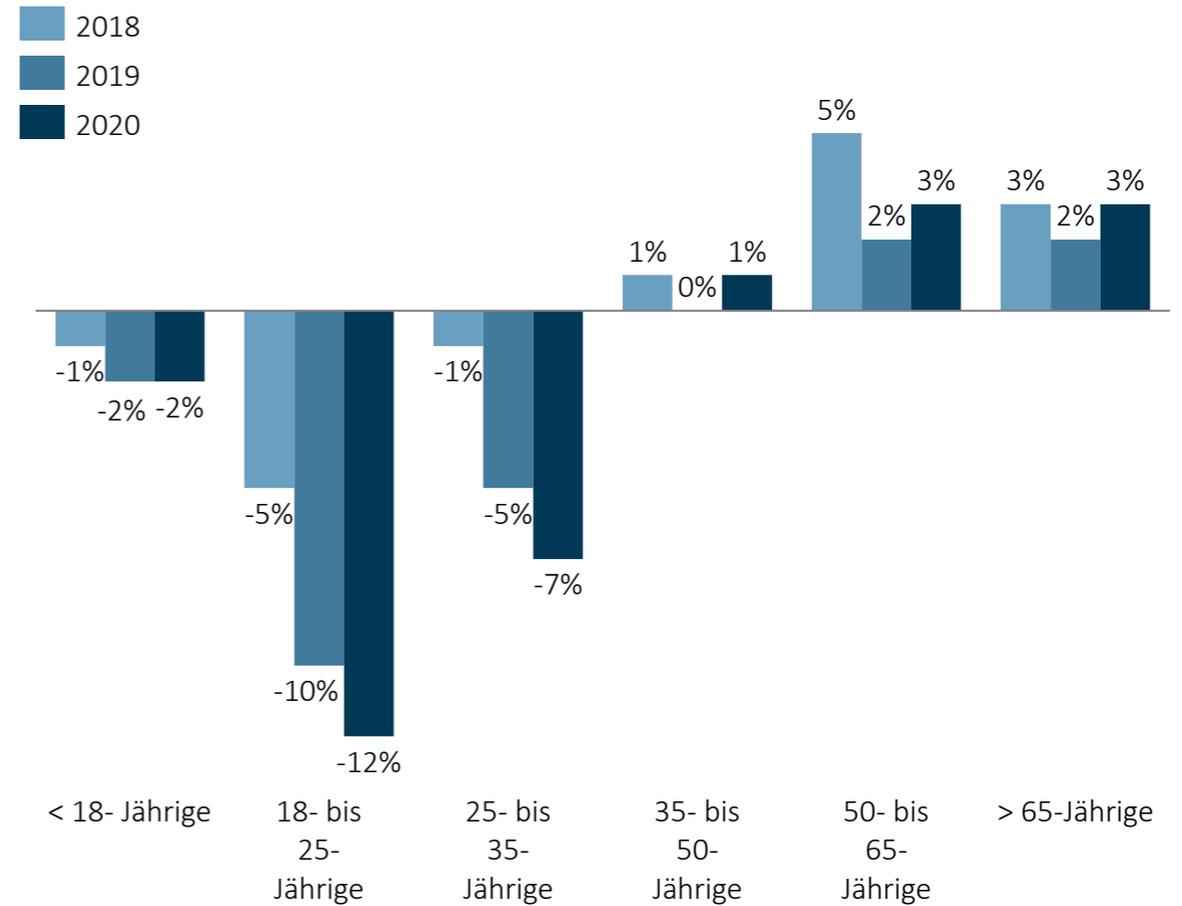
# Sinkende Umsätze bei der SparBank

Case Study | Daten und Informationen

KUNDENSEGMENTIERUNG IM AACHENER BANKENSEKTOR IN % (2020)



KUNDENABWANDERUNG DER SPARBANK IN % (2020)



Quelle: ADVYCE

## Entwicklung des Lösungsansatzes

Case Study | Erarbeitung

DISKUSSIONSVORLAGE

### WAS SIND DIE HAUPTURSACHEN FÜR DEN UMSATZRÜCKGANG AUF BASIS DER ERHALTENEN DATEN UND INFORMATIONEN?

- Produktportfolio ist schmal (klassisches Angebot)
- Produktportfolio ist nicht auf junge Generation ausgelegt
- Online- und App-Angebot ist schlecht

### WELCHE MAßNAHMEN SOLLTE DIE SPARBANK ZUKÜNFTIG ERGREIFEN, UM DEM UMSATZRÜCKGANG ENTGEGEN ZU WIRKEN?

- Fokus auf jüngeres Kundensegment und Digitalisierung
- Werbung an Unis (z.B. Vorträge zu Bausparen und Altersvorsorge, Hinweis auf Digitalisierung)
- Neukundengewinnung: Abschaffung der Kontoführungsgebühren für junge Leute → Umsatzoptimierung über weitere Produkte (Fokus auf Kompensation)
- Kooperationen mit lokalen Anbietern über Rabatte (z.B. Fahrschulen, Restaurants, etc.) im Gegenzug Werbung
- Kontoführungsgebühren an Einkommen koppeln
- Ausweitung des Portfolios: Kundenabfrage
- Fokus auf IT, um Online Banking zu optimieren
- Payback
- Kundenabfrage zu Distributionskanälen
- Uni-Sponsoring
- Self-Service in der Uni
- Marketingkanäle: Instagram, YouTube
- Designoptimierung der Website
- Mobile Payment Services

# Musterlösung

## Case Study | Daten und Informationen

### HAUPTPROBLEMFELDER DER SPARBANK

- 1 Abwanderung junger Kunden, obwohl diese den insgesamt den größten Anteil des Marktes ausmachen
- 2 Kein attraktives Angebot für junge Kunden aufgrund geringen Online- und Mobilangebots
- 3 Limitiertes Produktportfolio, das nicht auf junge Kunden ausgerichtet ist
- 4 Hohe Preise für das Girokonto, die vor allem Studenten abschrecken

### ZU ERGREIFENDE MAßNAHMEN

**Auswahl:**

- Kooperation mit einem Mobile-Payment-Anbieter
- Ausbau des Internet- und App-Auftritts
- Einführung Sonderrabatte für Studenten (z.B. kostenfrei bis zum Abschluss des Studiums, oder spezielle Kreditkarten-Konditionen)
- Eröffnung eines Self-Services auf dem Uni-Gelände
- Kooperation mit der Universität (Broschüre der Bank für neue Studenten im Onboarding)

## Abgabe einer finalen Empfehlung

---

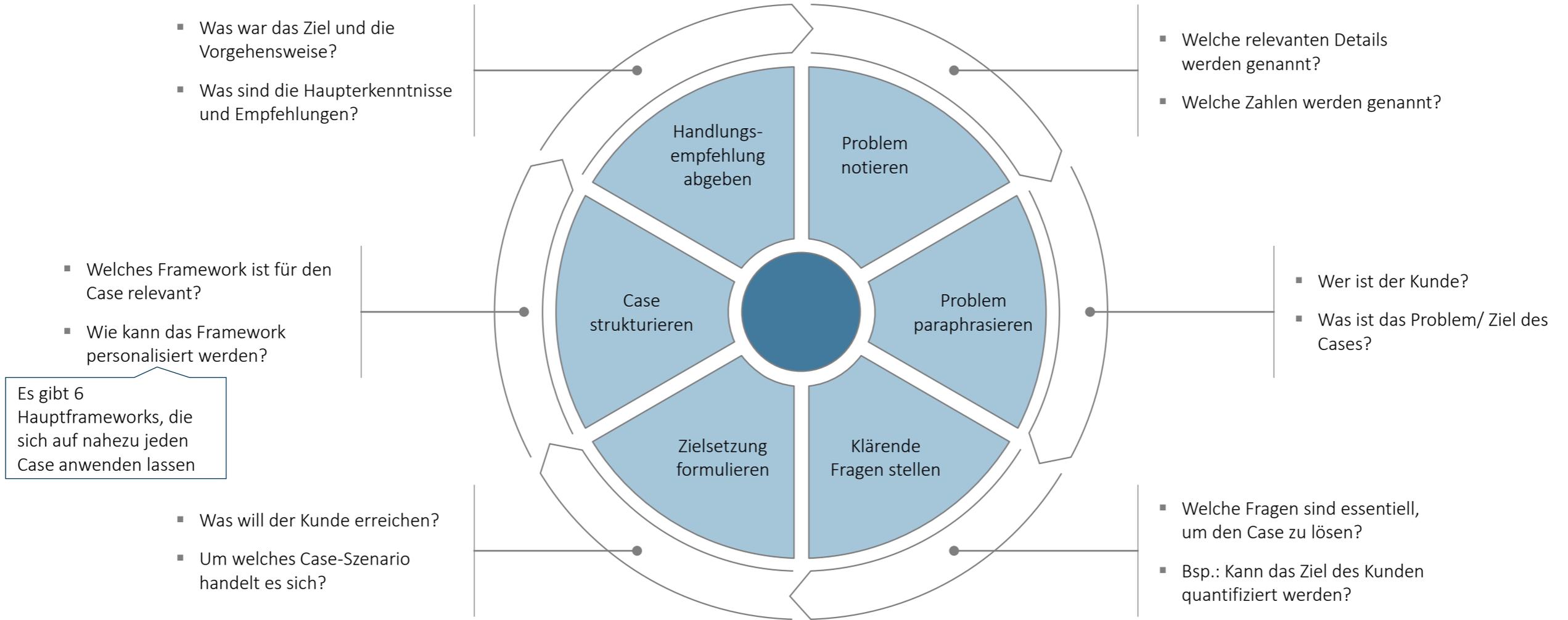
Case Study | Abschluss

Ihr trefft den CEO im Aufzug. Er bittet Euch in einer Minute Eure bisherigen Erkenntnisse und die daraus resultierende Empfehlung zu erläutern.

Welchen Pitch würdet Ihr dem CEO geben?

# Beim Lösen von Cases ist es essentiell, strukturiert vorzugehen - diese 6 Schritte helfen Euch, jeden Case zu lösen

## Case Study | Best Practices



Es gibt 6 Hauptframeworks, die sich auf nahezu jeden Case anwenden lassen

# Agenda

---

1 Begrüßung

18:00 – 18:30

2 Fallstudie

18:30 – 19:30

---

**3** Abschluss

**19:30 – 20:00**

---

## Wir beantworten Eure Fragen!

Q&A Session

VERANTWORTLICH FÜR DAS THEMA RECRUITING BEI ADVYCE



**Dr. Ulrike Lacknermeier**

Head of People

✉ [u.lacknermeier@advyce.com](mailto:u.lacknermeier@advyce.com)

☎ +49 211 86936980



advyce | Performance by Commitment