

Win ... Win ... WIN!

Über bestehende Identifikations & Bonitätsinformationen hinaus optimiert CRIF mit hochmodernen Lösungen die digitalen Geschäftsprozesse in Unternehmen.

Mission Statement

••• Von Boris Recsey

WIEN. Als Marktführer bei Personendaten in Österreich offerieren wir Lösungen ebenso wie Daten. Dabei sehen wir uns als Partner unserer Kunden: sie kommen mit einem Problem zu uns, und wir erarbeiten gemeinsam eine maßgeschneiderte Lösung für das jeweilige Geschäftsmodell.

CRIF ist für Banken ebenso da wie für Versicherungsunternehmen, Telcos, Consumer Finance, e-Commerce-Firmen, Payment Service Provider ... – aber auch für Unternehmen aus verschiedensten Sparten wie beispielsweise Großhandel, Gastro und Immobilien.

Wir servieren somit *alle* Unternehmen, die Waren oder Leistungen auf offene Rechnung anbieten und dadurch ein Kreditrisiko eingehen.

Das erfolgreiche Procedere

Unsere Herangehensweise sieht so aus, dass wir gemeinsam mit den Kunden analysieren, wie Prozesse im Alltag ablaufen und wo es Optimierungspotenzial gibt, um die Conversion Rate bei kalkulierte Risiko zu steigern. Ebenso ist die Reduktion von manuellem Aufwand sowie eine verstärkte Prozessautomatisierung eines unserer erklärten Arbeitsziele.



Die Frage ist also, wo kann man einerseits mit Daten die Prozessoptimierung unterstützen, und wo braucht es spezielle Softwarelösungen wie z.B. die Video-Identifikation?

Eine optimale Kombination

Die Erfahrungen in der D-A-CH-Region zeigen, dass die Video-Identifikation im Zusammenspiel mit diversen Checks im Hintergrund, die das Kreditrisiko minimieren, eine optimale Kombination darstellt.

Das Unternehmen bekommt dadurch alles aus einer Hand, kann sein Risiko minimieren und gleichzeitig die Convenience für seine Kunden erhöhen.

Das ist eine Win-Win-Win-Situation: Der Endkunde ist glücklich, weil er sich „abgeholt“ fühlt, das Unternehmen wie etwa eine Bank stellt ihre Kunden zufrieden und macht mehr Geschäft, weil zu den schon etablierten Vertriebskanälen ein weiterer hinzukommt.

Und wir freuen uns selbstverständlich auch, wenn unsere Lösungen am Markt gut ankommen!

Optimierungspotenziale

Da die FMA diesen Prozess in Österreich per 1.1.2017 freigegeben hat, ist die aktuelle Zielgruppe für die Video-Identifikation im Moment in erster Linie der Finanzsektor sowie Consumer Finance und Leasingunternehmen.

Wir sehen dabei das Umfeld in einem noch größeren Rahmen: *Jedes* Unternehmen, das irgendwann im Online-Verkaufsprozess eine Identifikation des Kunden benötigt, profitiert von dieser Lösung.

Es kann sich einerseits um das reine Auslesen von Ausweisdaten handeln oder um die komplette Video-Identifikation.

Wir sehen darin großes Potenzial und denken, dass solche Lösungen schon sehr bald zum Alltag gehören werden!

