

توسعه فناوری‌های نوین و ابزارهای سلف سرویس تاثیر شگرفی بر صنعت مالی گذاشته است. آینده بانکداری در بستر ترکیب شعبات و فناوری نهفته است و بدین ترتیب مشتریان قادر خواهند بود در هر زمان و مکان و هر گونه که می‌خواهند خدمات مورد نظر خود را انجام دهند. در تابستان سال ۲۰۱۸، AtmMarketplace در راستای ایجاد شعب هوشمند تحقیقی با محوریت تحول شعب منتشر نمود. که نتایج این تحقیق از دو بخش نظرسنجی و مصاحبه بدست آمده است. در فاز نخست، نتایج حاصل از نظرسنجی تهیه گردیده است.

برای تهیه گزارش مذکور تعداد ۱۵۰ بانک و موسسه مالی مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته و همچنین با مشاوران و متخصصان حوزه مالی اروپای شمالی و آمریکای شمالی مصاحبه شده است. در این گزارش پس از مرور مشکلات عمده بانکداری سنتی، نگاهی به انواع استراتژی‌های بانک‌ها جهت بهبود تجربه مشتری در این حوزه داریم. محوریت گزارش حاضر با تمرکز بر حوزه‌های ذیل می‌باشد:

(۱) نرم افزارها و سخت افزارها چگونه می‌توانند به بانک‌ها و موسسات مالی در انجام عملیات بانکی بدون حضور اپراتورهای انسانی از طریق دستگاه‌های سلف سرویس همچون خودپردازها، موبایل‌های هوشمند، تلفن بانک هوشمند، کیوسک‌ها و .. کمک کنند تا بتوانند تجربه مشتری مطلوب و رضایت بخشی برای مشتریان رقم زنند؟

(۲) بانک‌ها چگونه می‌توانند برای دستیابی به استراتژی فیجیتال^۱، منابع فیزیکی و دیجیتالی را با هم یکپارچه سازند؟

(۳) بانک‌ها از خودکارسازی خدمات بانکی چه انتظاری داشته و شعب بانک‌ها را چگونه تصور می‌کنند؟

(۴) برای بانک‌ها مهم‌ترین سرمایه‌گذاری و مشارکت در اجرای طرح‌های فناوری کدام است؟

(۵) از دیگر اهداف گزارش مذکور درک مفهوم خودکارسازی خدمات بانکی و همچنین نقش خودپردازهای پیشرفته که تحت عنوان پایانه‌های سلف سرویس دستیار^۲ نامیده می‌شوند در تحول شعب می‌باشد.

¹ Phygital (Physical plus digital)

² Assisted Self-service Terminals" (ASSTs)

اکثر شرکت کنندگان، یک جامعه آماری متشکل از موسسات مالی و بانک‌های کوچک و متوسط هستند که تعداد شعب آن‌ها زیر ۱۰۰ عدد می‌باشد. (حدود ۴۸ درصد) در این بین حدود ۳۵ درصد هم بین ۱۰۰ الی ۲۰۰۰ شعبه دارند. ۳۴ درصد از پاسخ دهندگان بانک‌های محلی و کوچک هستند که تعداد دستگاه‌های خودپرداز آن‌ها به ۱۰۰ عدد هم نمی‌رسد. حدود ۲۸ درصد از پاسخ دهندگان بانک‌های بزرگ با بیش از ۲۰۰۰ دستگاه خودپرداز، ۲۲ درصد از آن‌ها بین ۱۰۱ الی ۵۰۰ خودپرداز و ۱۴ درصد نیز بین ۵۰۱ الی ۲۰۰۰ خودپرداز دارند.

از تمام خودپردازهای موجود بیش از نیمی از آن‌ها (۵۵ درصد) دستگاه‌های معمولی با خدمات ساده بانکی هستند و تنها ۲۹ درصد از این خودپردازها هوشمند هستند. کمتر از ۸ درصد این دستگاه‌ها برای بازیافت وجه نقد در شرکت‌های کوچک مورد استفاده قرار می‌گیرند و ۸ درصد از دستگاه‌های خوددریافت، برای انجام عملیات بانکی استفاده می‌کنند.

تقریباً ۷۱ درصد از پاسخ دهندگان تمایل به خودکارسازی فرآیندهای بانکی داشته و ۵۸ درصد انتظار افزایش ابزارهای خودکار بانکی را دارند.

حدود ۲۱ درصد از پاسخ دهندگان تعطیلی شعب فیزیکی را جزء اهداف کلیدی طی ۳ سال آینده اعلام نموده‌اند. بیشتر از ۵۲ درصد از بانک‌ها و موسسات مالی در جهت متحول سازی شعب بانکی گام برداشته‌اند. ابزارهایی که جهت خودکارسازی فرآیندهای بانکی استفاده نموده‌اند اکثراً موبایل‌های هوشمند و کیوسک‌ها بوده است.

اغلب موسسات مالی به طور جدی راه حلی جهت ایجاد شعب هوشمند انجام نداده‌اند ولی اهداف کلیدی آن‌ها برای شروع این فرآیند طی ۳ سال آتی عبارتند از:

(۱) ۶۹ درصد از آن‌ها باور دارند که مبنای رقابت آن‌ها با دیگران بر اساس تجربه مشتری شکل گرفته و آن را یکی از عوامل کلیدی در موفقیت کسب و کار می‌دانند.

(۲) ۶۶ درصد از آن‌ها بر این باور هستند که مشتری به خدمات و محصولات متناسب با فناوری و تکنولوژی روز احتیاج دارد.

(۳) ۶۳ درصد نیز بر ارتقاء مهارت کارکنان شعبه در تعامل و مدیریت مشتری اعتقاد دارند.

نحوه به کارگیری ابزارهای هوشمند

در خصوص به کارگیری پایانه‌های سلف سرویس دستیار حدود ۴۷ درصد از پاسخ دهندگان عنوان نموده‌اند که فاقد این دستگاه‌ها بوده و ۳۰ درصد آن‌ها تعداد ۱۰۰ یا کمتر در شعب دارند. این نتایج حاکی از فرصت مناسبی برای بانک‌ها و موسسات مالی است چرا که درصد بالایی از آن‌ها خودکارسازی فرآیندهای بانکی را جزء اهداف ۳ سال آینده خود ذکر کرده‌اند.

شرکت کنندگان در پاسخ به این سوال که چگونه از ابزارهای هوشمند در راستای تحول شعب استفاده می‌کنند نکات خود را به شرح ذیل عنوان کرده‌اند:

۴۵ درصد از آن‌ها به تبلت‌های هوشمند اشاره کرده‌اند.

بیش از ۲۰ درصد آن‌ها از مانیتورینگ از راه دور و ویدئو بین کارمند شعبه و مشتری استفاده می‌کنند.

بیش از ۳۳ درصد از تبلت‌های هوشمند و مانیتورینگ از راه دور استفاده می‌کنند.

بیش از ۷۰ درصد از آن‌ها تمایل به افزایش تعداد دستگاه‌های هوشمند دارند.

اکثر موسسات مالی و بانک‌ها از پایانه‌های سلف سرویس دستیار برای انجام عملیات ساده بانکی استفاده می‌کنند. سایر آن‌ها نیز از این دستگاه‌ها برای سپرده گذاری وجه نقد و تراکنش‌های بانکی استفاده می‌کنند.

اولویت پاسخ دهندگان در استفاده از پایانه‌های سلف سرویس هوشمند

طبق نتایج نظرسنجی، درصد بالایی بر این باورند که عمده خدمات خودپردازها و پایانه‌های سلف سرویس هوشمند (۸۰ درصد) فقط برداشت وجه نقد است و چنانچه مشتری در طی مسیر باشند ترجیح می‌دهند از بانکداری اینترنتی و همراه بانک‌ها برای انجام عملیات بانکی استفاده نمایند. حدود ۶۸ درصد آن‌ها برای مشاهده گردش حساب، مانده موجودی و انتقال وجه، اینترنت بانک و موبایل بانک را اولویت اصلی می‌دانند.

علاوه بر تمام این موارد، نیاز به مشاور در حوزه باز کردن افتتاح حساب و انجام هر گونه عملیات بانکی برای مشتریان ضروری است و باید به آن توجه نمود.

نرم افزارهای سلف سرویس

۷۱ درصد از پاسخ دهندگان یکپارچگی موبایل با سایر ابزارهای بانکی نظیر پایانه‌های سلف سرویس دستیار، خودپردازها، کیوسک‌ها و .. را هدف سه سال آینده خود عنوان کرده‌اند. بدین ترتیب مشتریان می‌توانند برای انجام عملیات بانکی از ابزارهای هوشمند استفاده نمایند. درصد بالایی از آن‌ها معتقدند که با پیشرفت تکنولوژی مشتریان نیز با این روند حرکت کرده و کانال‌های خارج از شعب بانک را برای انجام تراکنش انتخاب خواهند کرد. در نتیجه برای کاهش هزینه‌های ناشی از شعب و ارائه خدمات بهتر و تسهیل فرآیند استفاده از محصولات و خدمات، شعب فیزیکی سنتی بانک‌ها تعدیل خواهند شد. درعین حال که خودکارسازی فرآیندهای بانکی راه حلی برای کاهش هزینه‌های بانک‌هاست. ۵۲ درصد نیز تغییر مدل کسب و کار از سنتی به غیر سنتی را در استفاده از شعب هوشمند تاثیرگذار می‌دانند و طرح بازآفرینی شعب خود را با هدف بکارگیری رویکردی هوشمندانه تر در ارائه خدمات سفارشی شده به مشتریان در قالب شعب هوشمند آغاز کرده‌اند.

اینجاست که اجرای امنی چنل معنا پیدا می‌کند. این هر زمان، هر مکان و هر کانال به این معنا است که ما مشتری را از مراجعه به شعب برای دریافت خدمات، در ساعت مشخصی و از دستگاه خاص بی نیاز کنیم. استفاده از APIها^۳، مدل‌های هوش تجاری در تجزیه و تحلیل داده‌ها، بهبود مداوم سیستماتیک تجربه مشتری، مهاجرت به

³ Application Programming Interface

یک سیستم عامل جدید (ویندوز ۱۰) و روش‌های بیومتریک در احراز هویت مشتریان، استفاده از مدل‌های پیشرفته کمپین‌های بازاریابی، از دیگر موارد مورد توجه بانک‌ها و موسسات مالی بوده است.

آماده سازی و تحلیل داده‌ها

بیش از ۶۱ درصد از موسسات مالی و بانک‌ها از نرم افزارهای تحلیل داده برای تسريع و تسهيل امور و شناسایی و جمع‌آوری داده‌های مناسب در خصوص مشتریان، رقبا، بازار، اقتصاد و مالی استفاده می‌کنند. حدود تقریباً ۵۸ درصد بسته به شاخص‌های محدوده زمانی، آمار و ارقام موجود، ارتباطات متغیرها و .. از مدل‌ها و روش‌های پیش بینی در تحلیل‌ها استفاده می‌کنند. حدود ۸۳ درصد نیز از نرم افزار و مدل خاصی جهت تحلیل داده‌ها استفاده نکرده ولی برای به کارگیری انواع مدل‌های تجزیه و تحلیل با توجه به پتانسیل کسب و کار و موسسه خود برنامه ریزی کرده‌اند.

شرکت کنندگان در پاسخ به این سوال که چرا از مدل‌های هوش تجاری برای تجزیه و تحلیل، مدیریت مشتریان و ارائه طرح‌ها، خدمات و محصولات جدید استفاده می‌کنند به این ترتیب اظهار کرده اند: ۷۶ درصد از آن‌ها معتقدند که به کارگیری هوش تجاری درک بهتری از رفتار بازار، رقبا و مشتریان می‌دهد و آن‌ها می‌توانند محصولات و خدمات خود را با تغییرات بومی‌سازی کرده و چابکی لازم را در تصمیم‌گیری‌های بهتر داشته باشند. نیمی از آن‌ها نیز بر این باورند که به کارگیری هوش تجاری دید بهتری در تحلیل هزینه و فایده می‌دهد. ۴۱ درصد از آن‌ها نیز دلیل استفاده را اتخاذ تصمیمات سریع و با کیفیت بالا می‌دانند. درصدی نیز معتقدند که هوش تجاری برای آن‌ها داشبوردی تهیه می‌کند که می‌توانند درک بهتری از درخواست‌های مشتریان داشته و تغییرات مثبت و منفی و سایر عوامل را مانیتور کنند.

یکپارچه سازی، امنیت و مهم‌ترین سرمایه گذاری‌ها در به کارگیری فناوری

"رابط برنامه نویسی نرم افزاری" موسوم به API در حال شکوفایی است. با توجه به مزایای حاصل از API، حدود ۷۱ درصد از پاسخ دهندگان ارائه خدمات و محصولات جدید را عنوان کرده‌اند. و اینکه استفاده از API ها امکان ارائه خدمات متناسب با شرایط روز را به بانک‌ها می‌دهد. بیش از نیمی از آن‌ها بر این باورند که فناوری به سرعت در حال رشد است و این می‌تواند برای بانک‌ها فرصت باشد و هم تهدید! در شرایطی که ورود سریع‌تر به بازار با هزینه‌های کمتر یک مزیت بزرگ محسوب می‌شود، بانک‌ها می‌توانند در خصوص پروژه‌های نرم افزاری خود با این API ها وارد تعامل شده و خدمات و محصولاتی متمایزتر به مشتریان ارائه نمایند.

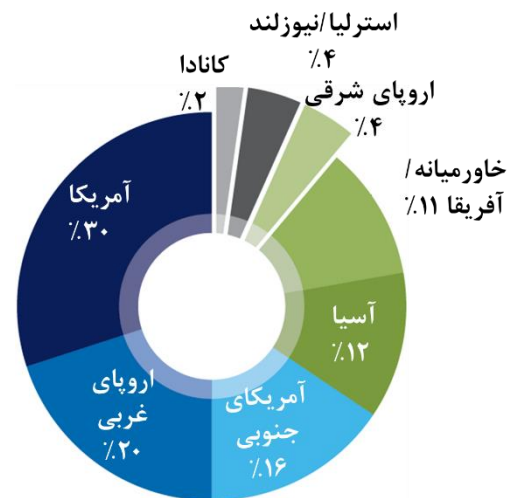
از طرفی API ها چالش‌هایی را نیز برای بانک‌ها بوجود می‌آورند و بستر مناسبی برای آسیب رسانی هکرهاست، چنانکه پاسخ دهندگان دغدغه‌هایی نیز در نحوه استفاده از API ها مطرح نموده‌اند. ۸۰ درصد آن‌ها نگرانی امنیت داده را مطرح نموده‌اند، اینکه یک API بتواند سیستم‌ها را به هم متصل نموده و دسترسی به داده‌ها و عملکردهای لازم برای ساخت برنامه‌ها و تجربه‌های دیجیتالی تازه را برای بانک‌ها فراهم آورد نکته بسیار قابل توجهی می‌باشد، اما به شرط اینکه این اتصالات و دسترسی‌ها تحت حفاظت باشند. ۶۸ درصد حفظ حریم شخصی مشتریان را مطرح نموده‌اند. از آنجا که API، ابزار معمول بانکداری باز برای به اشتراک گذاری داده‌های مشتریان با شرکت‌های ثالث است شاید برای خیلی از دارندگان کارت بانکی افشای اطلاعات شخصی خوشایند نباشد. در این راستا هر کدام از کشورها برای ایجاد تعادل بین نوآوری بانکداری باز و حفظ امنیت مشتری قوانینی مخصوص به خود وضع نموده‌اند که مشتری آگاه شود هدف از به اشتراک گذاری داده‌های او چیزی جز ارائه خدمات بهتر به او نمی‌باشد.

۳۷ درصد از پاسخ دهندگان درباره کنترل داده‌های مشتریان نگران هستند. با توجه به ماهیت API ها، کنترل داده‌های مشتریان می‌تواند چالش برانگیز باشد. از آنجا که API ها زبان خاص خودشان را دارند چگونگی توسعه محصولات و خدمات با استفاده از آن‌ها موضوع چالش برانگیز ۳۶ درصد از پاسخ دهندگان می‌باشد.

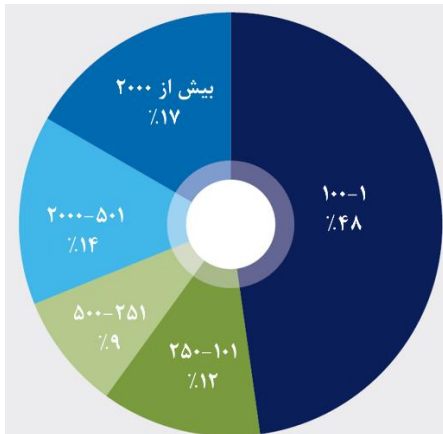
بیش از نیمی از پاسخ دهندگان تحلیل داده‌های کلان، دو سوم به هوش کسب و کار، هوش مصنوعی و چت بات‌ها و بیش از شش دهم بهره‌گیری از فناوری بیومتریک برای احراز هویت را هدف سه سال آینده خود جهت سرمایه گذاری عنوان نموده‌اند.

با مشاهده نتایج حاصل از نظرسنجی مشخص است که بانک‌ها بطور مداوم به سرمایه گذاری‌های هنگفت در زمینه فناوری اطلاعات می‌پردازند و امیدوارند منفعت کسب کنند و بتوانند موقعیت خود را در دنیای رقابتی امروز حفظ کنند. نفوذ گسترده فناوری‌های دیجیتال سبک زندگی مردم را تغییر داده و بانک‌ها در راستای خلق ارزش برای مشتریان باید با انعطاف پذیری و نوآوری‌های مداوم پاسخگوی نیازهای جدید و متغیر مشتریان باشند. بانک‌های بزرگ با پیچیدگی در روندها و ساختارها چابکی لازم را برای پاسخگویی به نسل Z نخواهند داشت؛ در عین حال باید به این نکته توجه داشته باشند که ارزشهای حاصل از فناوری اطلاعات به عوامل متعددی مانند نوع فناوری اطلاعات، ساختار سازمان، سبک مدیریت و محیط رقابت بستگی دارد.

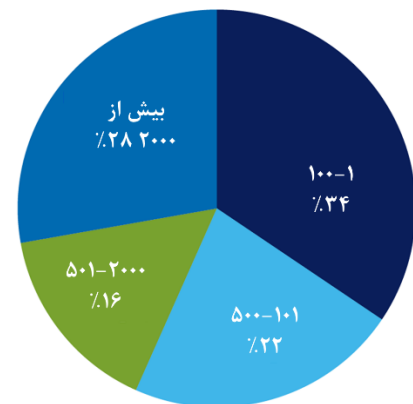
۱. شعب مرکزی شما در کدام منطقه قرار دارد؟



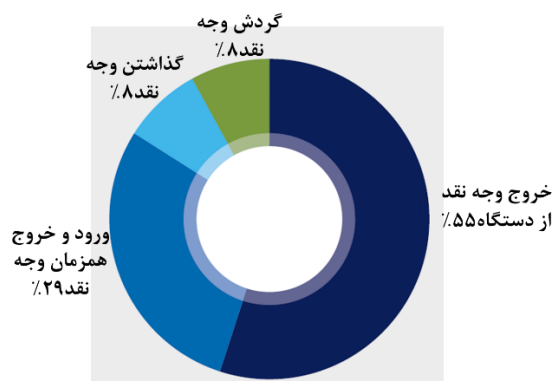
۲. تعداد شعب و باجه‌های بانک شما چقدر است؟



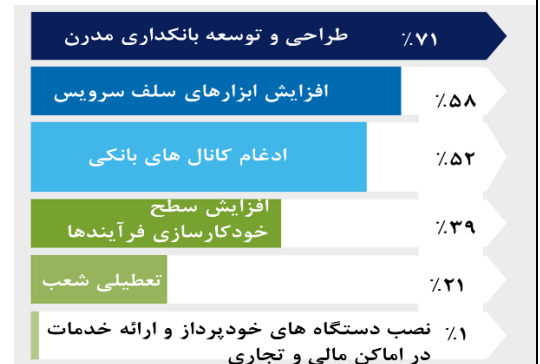
۳. در شبکه بانکی شما چه تعداد خودپرداز وجود دارد؟



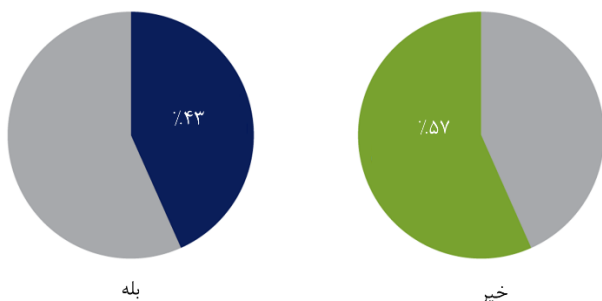
۴. جریان وجه نقد در دستگاه‌های خودپرداز چگونه است؟



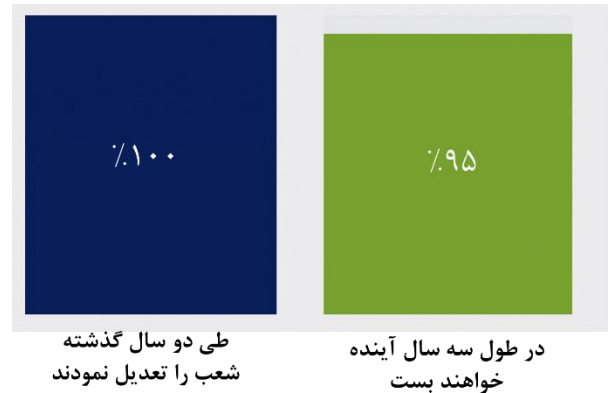
۵. استراتژی بانک شما طی سه سال آینده چیست؟



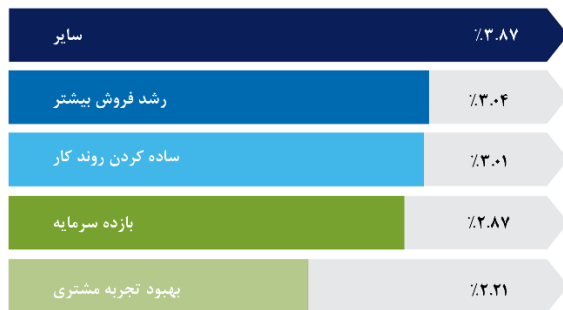
۶. آیا بستن شعب بانک از استراتژی‌های شما طی ۳ سال آینده می‌باشد؟



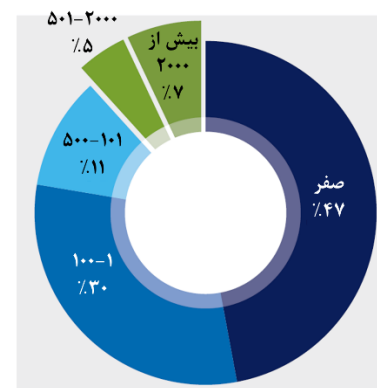
۷. چنانچه بستن شعب فیزیکی یکی از استراتژی‌های شما بوده چه تعداد شعب را تعطیل کرده‌اید؟



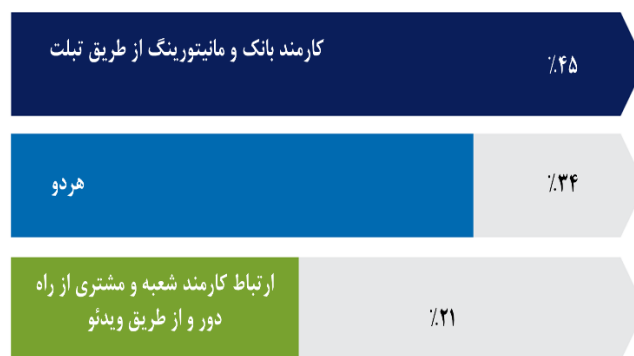
۸. به نظر شما کدام یک از عوامل زیر گزینه بهتری برای تحول شعب می‌باشد؟



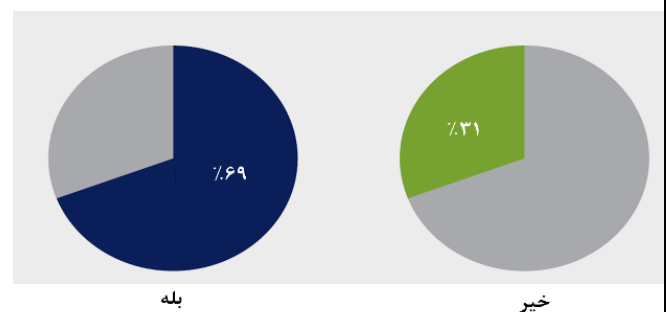
۹. در حال حاضر چه تعداد دستگاه‌های سلف سرویس و پایانه‌های سلف سرویس سیار دارید؟



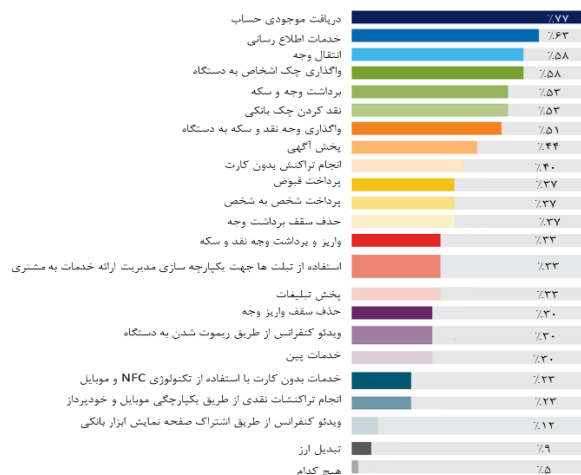
۱۰. نحوه پشتیبانی دستگاه‌های سلف سرویس برای مشتریان چگونه است؟



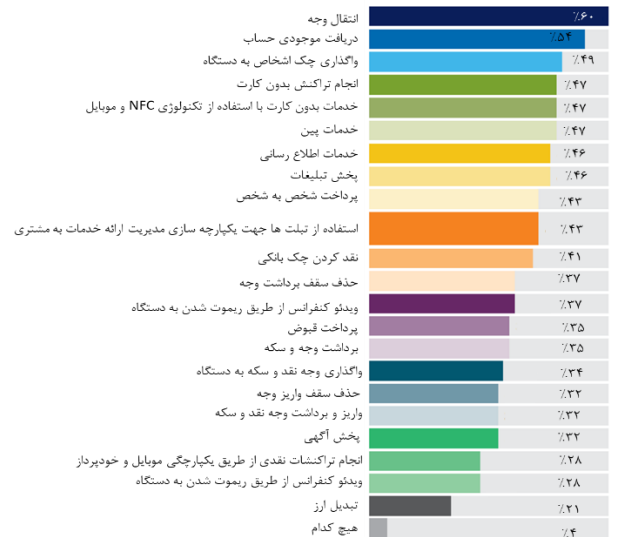
۱۱. آیا طی سه سال آینده قصد دارید ابزارهای سلف سرویس را معرفی کنید یا افزایش دهید؟



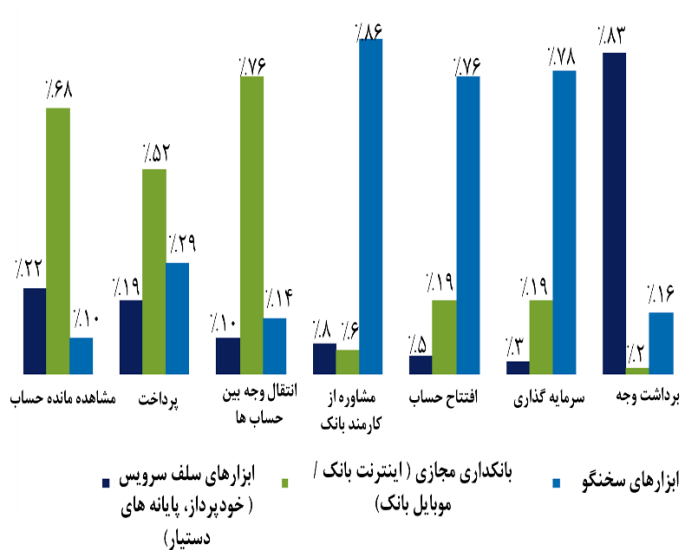
۱۲. در حال حاضر کدامیک از خدمات و قابلیت‌های زیر بر روی پایانه‌های سلف سرویس و دستیار وجود داشته باشد؟



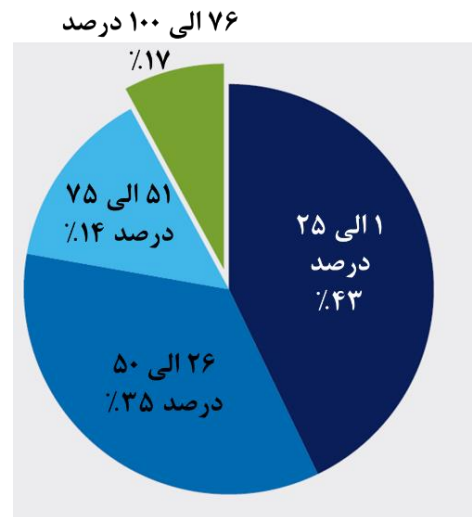
۱۳. در طول سه سال آینده کدامیک از خدمات و قابلیت‌های زیر را بر روی ابزارهای سلف سرویس و دستیار ارائه نمائیم؟



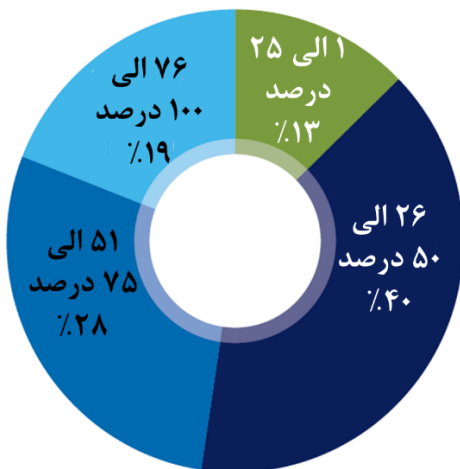
۱۴. مشتریان کدامیک از کانال‌ها را برای انجام خدمات زیر استفاده می‌کنند؟



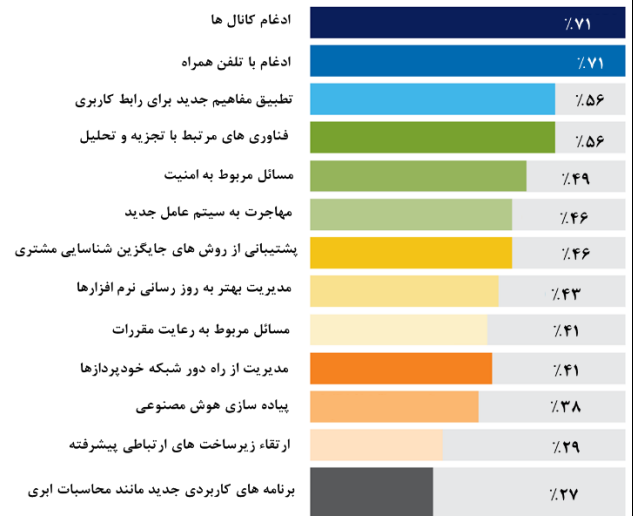
۱۵. در حال حاضر چند درصد از کانال‌های سلف سرویس جایگزین شعب بانکی شده‌اند؟



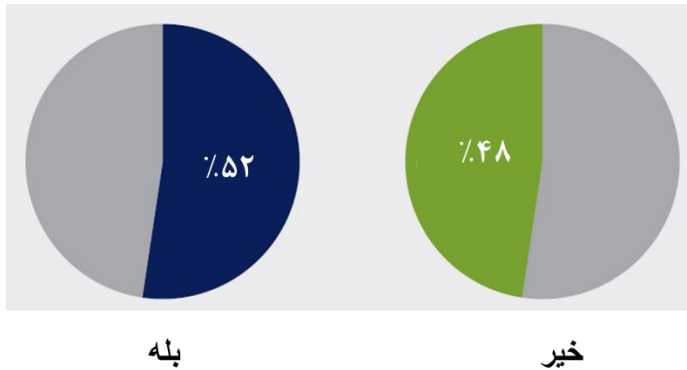
۱۶. در طول سه سال آینده چند درصد از کانال‌های بانکی سلف سرویس جایگزین شعب بانکی خواهند شد؟



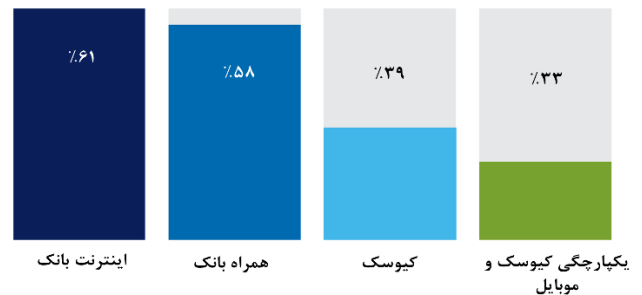
۱۷. در طول سه سال آینده بانک بر روی چه فناوری‌های نرم افزاری متمرکز خواهد شد؟



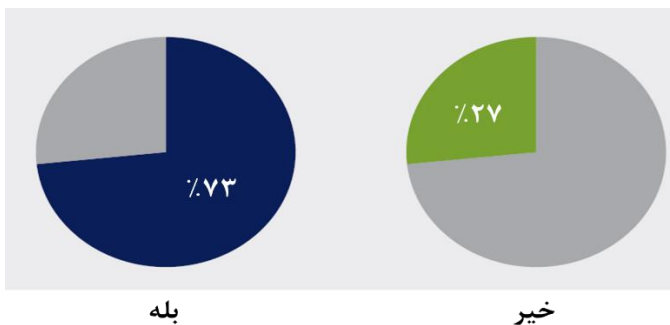
۱۸. آیا در خصوص تحول شعب، راه حل‌هایی جهت آگاهی مشتری انجام داده‌اید؟



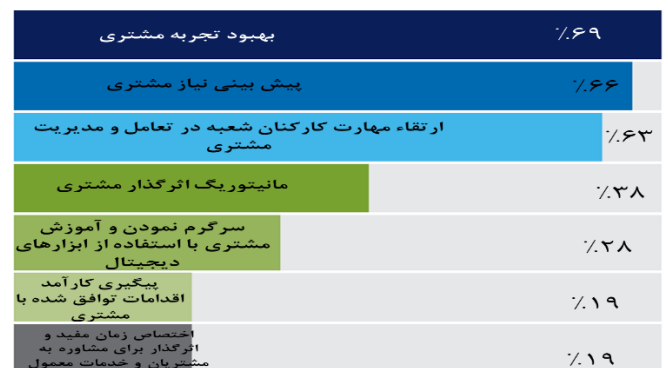
۱۹. از چه ابزارهایی برای پیاده سازی کانال‌های سلف سرویس بانکی استفاده خواهید کرد؟



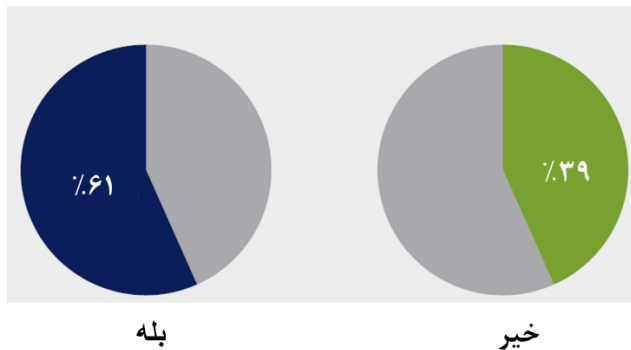
۲۰. در طول سه سال آینده برنامه‌ای جهت پیاده سازی راهکارهای نوین برای آگاهی مشتریان و تشویق آن‌ها به استفاده از این ابزارها دارید؟



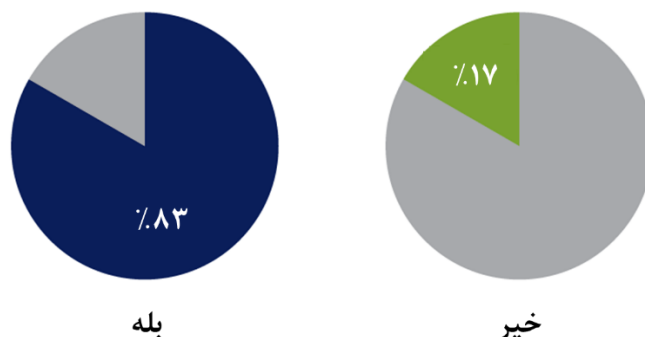
۲۱. اهداف شما برای تشویق مشتری به استفاده از ابزارهای بانکی سلف سرویس چیست؟



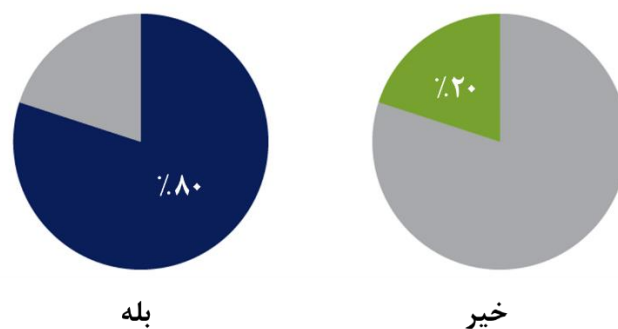
۲۲. آیا در حال حاضر از مدل‌ها و نرم افزارهای تحلیل داده جهت شناسایی نیاز مشتریان و خدمات ارائه شده استفاده می‌کنید؟



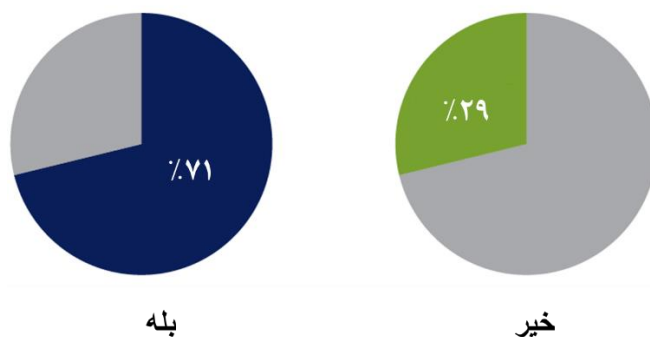
۲۳. آیا در طول سه سال آینده برنامه‌ای جهت استفاده از نرم افزارهای تحلیل داده جهت درک بهتر از ارائه ابزارهای بانکی و خدمات مبتنی بر نیاز مشتری دارید؟



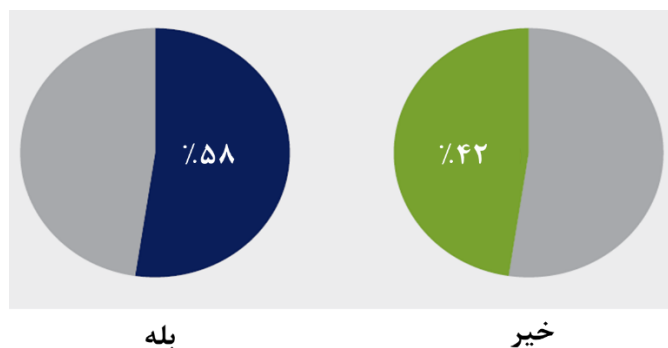
۲۵. آیا در طول سه سال آینده برنامه‌ای برای استفاده از نرم افزارهای هوش تجاری جهت تحقق استراتژی‌های تعیین شده دارید؟



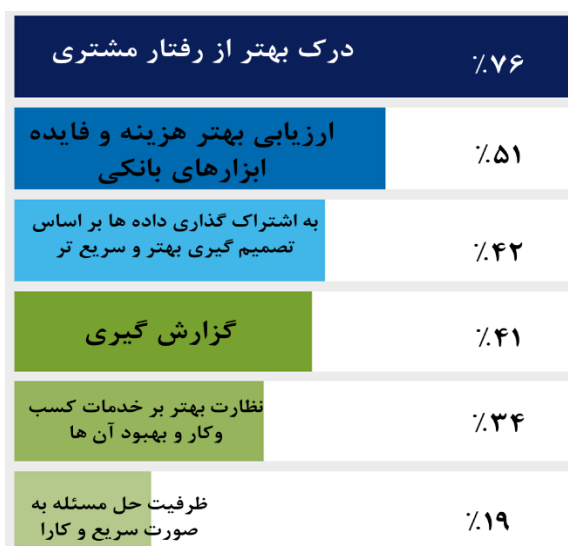
۲۷. آیا مایل به ایجاد پلتفرم بانکداری باز هستید؟



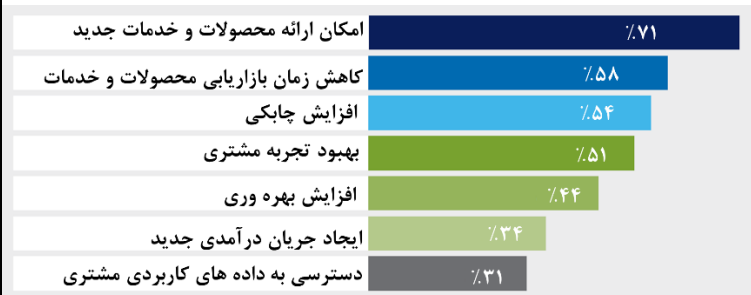
۲۴. آیا از نرم افزارهای پیش بینی جهت تعیین استراتژی و میزان تحقق به آن استفاده می‌کنید؟



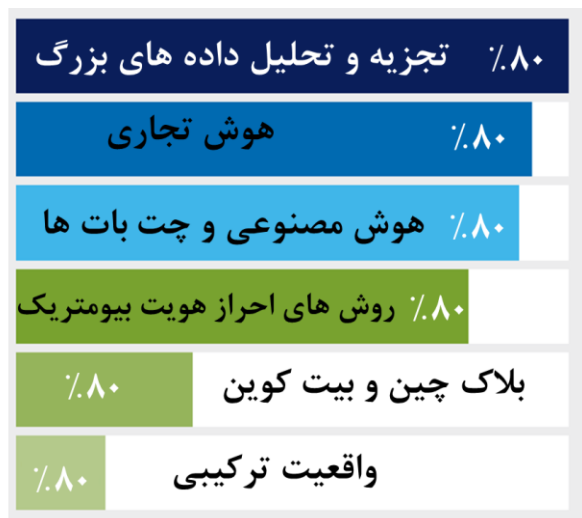
۲۶. به عقیده شما دلایل استفاده از مدل‌ها و نرم افزارهای تحلیل داده چیست؟



۲۸. مزایای بهره‌گیری از API ها در راستای بانکداری مدرن چیست؟



۳۰.مهمترین سرمایه گذاری شما در حوزه فناوری طی سه سال آینده چیست؟



۲۹. نگرانی اصلی بانک ها در حوزه API ها چیست؟

