

# طلوع بانکداری در عصر پسادیجیتال

بر مبنای گزارش Accenture

ترجمه: شرکت عصر امین کارآفرین



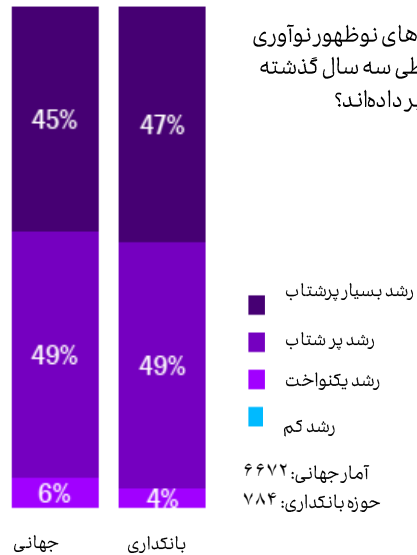
## پنج روند فناوریانه که بانک‌ها را وارد دنیایی جدید می‌کند

فناوری به سرعت در حال تغییر است. حتی گاهی بدون اینکه از آن آگاه باشیم، این تغییر به سرعت در حال وقوع است. اگرچه امروز ماشین‌های خودران که رانندگی را برای ما ایمن‌تر و آسان‌تر از همیشه می‌کنند، فراگیر نشده‌اند، اما به همان اندازه که فناوری خودرو تجربه رانندگی ایمن را به ما می‌دهد، نوآوری برای بانک‌ها نیز چنین نقشی را ایفا می‌کند.

امروزه روش‌های غالب تعاملات مالی در بازارها به صورت بانکداری آنلاین و مبتنی بر بستر موبایل انجام می‌گیرد. مانند آسیای جنوب شرقی که در آن بانکداری سنتی هرگز فرصتی برای تسلط بر روش غالب بانکداری نداشت. مطابق با آمار و ارقام منتشر شده ۷۴ درصد از کاربران اینترنت در تایلند خدمات بانکی خود را با موبایل انجام می‌دهند. این نرخ در جهان تنها ۴۱ درصد است.

با در نظر گرفتن این تغییرات فزاینده، می‌توان گفت که حوزه بانکداری نیز همانند سایر حوزه‌های جهانی، در حال ورود به عصر پسا دیجیتال است که در آن اولویت‌ها در حال تغییرند.

تأثیر تکنولوژی در تغییر بانکداری



مطابق نظرسنجی که از ۷۸۴ مدیر بانکی در نزدیک به ۳۰ کشور انجام شد، ۹۶ درصد از آن‌ها معتقدند که استفاده از فناوری‌های جدید، نوآوری‌های آن‌ها را سرعت بخشیده است.

امروزه بانکداری شروع به تغییرات و تحولات بنیادینی در ساختار کرده است. برای ۴ درصد مدیرانی که به تسریع نوآوری در کسب و کار معتقد نیستند، می‌بایست بگوییم که برای رقابتی ماندن، مبارزه سختی را پیش رو دارند.

با عمیق‌تر شدن در داده‌های نظرسنجی متوجه می‌شویم که ۷۳٪ از مدیران ارشد بانکی معتقدند که فناوری (SMAC) که از چهار فناوری شبکه اجتماعی (social media)، موبایل (mobile)، تحلیل دیتا (data analytic) و رایانش ابری (cloud computing) تشکیل شده است، در طول پنج سال گذشته تغییرات و

تحولات اساسی داشته است.

در بین سایر بخش‌های صنعت نیز که تحت پوشش فناوری هستند، تنها بازیگران اصلی بخش نرم‌افزار و پلتفرم‌ها معتقدند که SMAC تحولی بنیادین در این عرصه ایجاد می‌کنند. (۴۱٪ در سایر حوزه‌ها و ۲۹٪ در

حوزه بانکداری)

این تغییر نشانه‌ای است مبنی بر این‌که، بانکداری در حال تبدیل شدن به بزرگترین عرصه فناوری اطلاعات است. هم‌چنین، ۸۲ درصد از مدیران بانکی معتقدند که SMAC از مرحله پذیرش فناوری فراتر رفته است و به عنوان فناوری اصلی برای سازمان ایفای نقش می‌کند. در انتهای دیگر این طیف، صنعت خدمات عمومی قرار دارد که کمترین احتمال را برای تغییرات بنیادین در آینده دارد (۱۹٪).

در گزارش حاضر، ۵ روند فناورانه که در طول چند سال آینده مهم خواهند بود، شناسایی و معرفی شده‌اند.

## محتوای مطالب

روند ۱: قدرت DARQ : پتانسیلی برای شکل دهی مجدد بانکداری

روند ۲: هویت دیجیتال و ارتباط با مشتریان در بانکداری

روند سوم: نیروی انسانی و بلوغ دیجیتالی کارکنان

روند چهارم: بهبود اطلاعات سایبری

روند پنجم: برمدار بانکداری

روند ۱:  
قدرت DARQ



چهار فناوری که قابلیت و پتانسیل صنعت بانکداری را دارند شامل فناوری دفتر کل توزیع شده (DLT)، هوش مصنوعی (AI)، واقعیت توسعه یافته (XR) و محاسبات کوانتومی (QA) می باشد که اصطلاحاً DARQ نامیده می شوند. اثر ترکیبی و ادغام یا یکپارچه سازی این چهار فناوری مهم منجر به انقلابی در صنعت بانکداری خواهد شد.

# DARQ

فناوری دفتر کل توزیع شده با از بین بردن نیاز افراد به شخص ثالث مورد اعتماد، شبکه ها را گسترش می دهد.

هوش مصنوعی در بهینه سازی فرآیندها و تصمیم گیری استراتژیک نقشی موثر ایفا می کند.

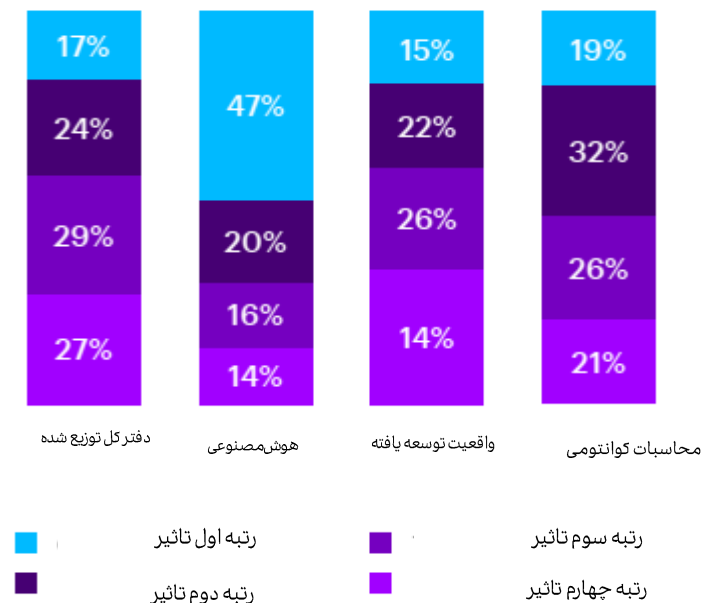
واقعیت توسعه یافته و فناوری های فراگیر، راهها و چشم اندازی جدید را برای فراگیری تجربه جدید می گشاید.

فناوری کوانتومی راهها و روش های جدیدی را برای سخت ترین و پیچیده ترین محاسبات ارائه می دهد.

مطابق نظرسنجی که از مدیران بانکداری انجام شد، از آن‌ها خواسته شد تا مشخص کنند که کدامیک از چهار فناوری DARQ بیشترین تاثیر را در سازمانشان طی سه سال گذشته داشته است. نتایج این نظرسنجی نشان داد که از بین این چهار فناوری، هوش مصنوعی با ۴۷٪ در رتبه اول قرار گرفته است. پس از آن محاسبات کوانتومی بود که جایگاه آن حتی بالاتر از فناوری دفتر کل توزیع شده، می‌باشد. با توجه به ماهیت زودگذر خدمات مالی جای تعجب نبود که واقعیت توسعه یافته، کمترین تاثیر را در بین فناوری‌ها داشت.

۹۰٪ از بانک‌ها در حال آزمایش پلتفرم‌های خود با یکی از فناوری‌های DARQ هستند. در این راستا هوش مصنوعی با ۴۳٪ پذیرش و کاهش هزینه‌های ۲۰٪ الی ۲۵٪ درصدی در کسب و کارها در جایگاه اول قرار دارد. در حوزه محاسبات کوانتومی با پیوستن به شبکه IBM Q کسب و کارها می‌توانند به قابلیت‌های محاسباتی کوانتومی دست پیدا کنند. استفاده از محاسبات کوانتومی می‌تواند برای مسائل خاص یا تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ کارآمد باشد.

شکل ۳: فناوری‌های رتبه‌بندی شده توسط مدیران بانکی که از نظر آن‌ها بیشترین تاثیر را دارد.



آمار جهانی: ۶۶۷۲  
حوزه بانکداری: ۷۸۴

## نکات کلیدی تصمیم‌گیری

تعیین کنید که DARQ چگونه می‌تواند به بانکداری کمک کند. این امر با پیدا کردن مناسب‌ترین ابزار امکان پذیر است.

چشم انداز شما برای DARQ چیست؟

داده‌ها نشان می‌دهد که اکنون هوش مصنوعی به عنوان یک ابزار همه منظوره در این حوزه است. علاوه بر این، فناوری دفتر کل توزیع شده و واقعیت توسعه یافته و محاسبات کوانتومی می‌بایست برای ساده‌سازی فرآیندها و افزایش کارایی در جای مناسب خود به کار برده شوند.

فناوری DARQ کجا به کار شما می‌آید؟

استراتژی یک بانک در این زمینه می‌بایست ترکیبی از ساخت یا خرید باشد. این امر بستگی به در دسترس بودن منابع، نگرانی‌های امنیتی و الزامات همکاری دارد.

یک بانک می‌بایست فناوری DARQ را تولید کند یا بخرد؟





# روند دوم: هویت دیجیتال و ارتباط با مشتری در بانکداری

بدیهیست که استفاده از فناوری‌های جدید در ساختار و زیرساخت‌های بانک باعث ایجاد شناخت مشتریان، نیازها، علایق، رفتار و ... آنان خواهد شد.

توانایی مشاهده، فهرست‌بندی، تحلیل و تفسیر اقدامات مشتریان بانکها (با حفظ حریم شخصی آنها) به بانکها اجازه می‌دهد تا تجربیاتی خوب برای مشتریان ایجاد کنند. این امر به نوبه خود منجر به ایجاد وفاداری در آنها در عصر پسا دیجیتال می‌شود. گاهی نیز ایجاد ارزش افزوده برای محافظت از اطلاعات مشتری و جلوگیری از سرقت کارت‌های اعتباری آنها و... نیاز است.

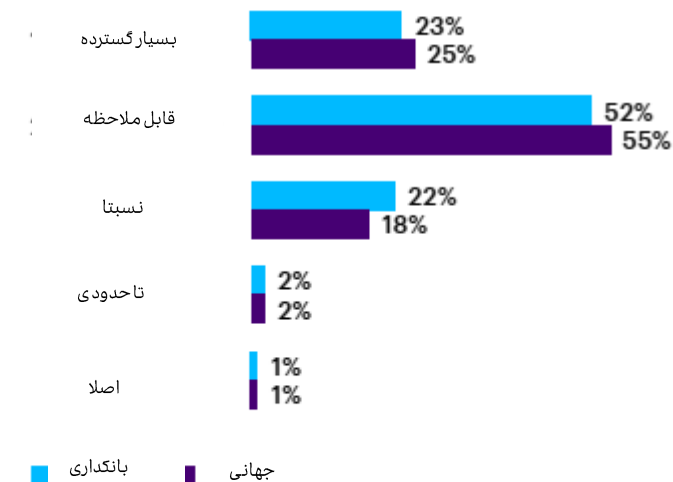
در شرایط دیگر، بانکها با کمک کردن به مشتریان خود با مدیریت هزینه‌هایشان، مدیریت دارایی‌هایشان و ایجاد امنیت مالی، آنها را حفظ می‌کنند.

۸۵٪ از مدیران بانکی بر این باورند که اطلاعات جمعیت‌شناختی مشتریان دیجیتال به سازمان‌شان راهکارهایی تازه‌ای برای شناسایی نیازهای برآورده نشده مشتری، خواهد داد. همچنین، ۸۰٪ آنها معتقدند که اطلاعات جمعیت‌شناختی مشتریان دیجیتال، راهکارهای تازه‌ای را برای ارائه محصولات و خدمات پیشنهاد می‌دهد (شکل ۴).

علاوه بر این، ۸۳٪ مدیران بانکی معتقدند که استفاده از اطلاعات جمعیت‌شناختی مشتریان دیجیتالی، به جای استفاده از پارامترهایی همانند سن، وضعیت ثروت، موقعیت مکانی و جنسیت، راهکاری قدرتمندتر برای درک نیازهای مشتریان است.

به عنوان مثال در هند پلتفرم اعطای وام slice pay چک‌های اعتباری را به متقاضیان وام اعطا می‌کند. این پلتفرم به بررسی رفتار کاربران خود در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد و با بررسی بالغ بر ۱۰/۰۰۰ داده دسترسی کاربران را به این پلتفرم بر مبنای شخصی سازی خدمات برای آنها فراهم می‌آورد.

شکل ۴: داده‌های جمعیت‌شناختی دیجیتال در حال گسترش و توسعه روش‌هاییست که بانکها بر مبنای آن محصولات و خدمات خود را ارائه می‌دهند.



آمار جهانی: ۶۶۷۲  
حوزه بانکداری: ۷۸۴

استفاده از اطلاعات جمعیت‌شناختی در حوزه دیجیتال علاوه بر ایجاد قابلیت‌های انعطاف‌پذیری در محصولات، بانک‌ها را بیشتر به سمت متناسب‌سازی محصولات و خدمات با نیازهای هر فرد به صورت جداگانه پیش می‌برد. این خدمات می‌تواند از ارائه کارت سفر سالانه برای صرفه جویی در هزینه تا اعطای اعتبار برای خرید و یا پیشنهاد انواع روش‌های پرداخت باشد.

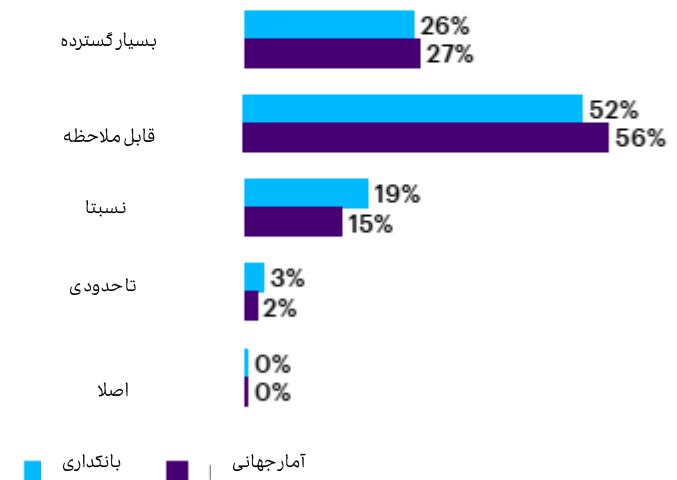
امروزه فعلا ن عرصه بانکی به این نتیجه رسیده‌اند که اطلاعات نقشی مهم را در شناسایی نیاز مشتریان ایفا می‌کنند. مطابق نظرسنجی، نزدیک به ۳۰٪ مدیران بانکی انتظار دارند که میزان اطلاعاتی که آن‌ها از مشتریان دارند طی دو سال آینده در روند مدیریت و پیشرفت سازمان‌شان تاثیر خواهد گذاشت.

ارتباط با مشتری در واقع بدین معناست که نیازهای مشتری و خدمات قابل ارائه با یکدیگر تطبیق پیدا کنند. این همان چیزی است که Soft Bank، Synchronoss Technologies و TBCASoft6 انجام داده‌اند. آن‌ها هنگامی که متوجه شدند که برنامه‌ها و اپلیکیشن‌های بانکی موجود نیاز به اینترنت پرسرعت دارند، برای حل آن یک پلتفرم بلاکچین ساختند که بر اساس آن پرداخت بر بستر پیام یا RCS فراهم می‌شود. استانداردهای این پیام‌های متنی بر پایه شبکه‌های 3G است.

این راه‌حل تکنیکال بخش مهمی از عملکرد بانکداری را تشکیل می‌دهد و دسترسی آن برای کلیه مشتریان، صرف نظر از وجود اینترنت پرسرعت وجود دارد.

فناوری می‌تواند به بانک‌ها کمک کند تا ارتباط با مشتریان را با استفاده از درک کامل نیازهای مشتریان و ارائه گزینه‌های فردی به آن‌ها، افزایش دهد.

شکل ۵: انتظار مدیران بانک‌ها از افزایش اطلاعات جمعیت‌شناختی مشتریان طی دو سال آینده



آمار جهانی: ۶۶۷۲  
حوزه بانکداری: ۷۸۴

## نکات کلیدی تصمیم‌گیری

یک تابع هوش داده ایجاد کنید تا اطلاعات را مدیریت کند و نیز از ابزارهای علم داده و امنیت سایبری برای تأیید و ایمن بودن آن استفاده کنید.

۱. چگونه می‌توانید بانک خود را برای مدیریت افزایش اطلاعات جمعیت‌شناختی آماده سازید؟

تمامی داده‌های داخلی و خارجی را از منابع موجود رصد و درک کنید که چرا، چه زمان و چگونه مشتریان شما از ارزش خدمات بانکی بهره می‌برند؟ با این بینش اطمینان حاصل کنید که محصول یا خدمت جدید نیازهای مشتریان را رفع می‌کند و مشتریان احساس می‌کنند که بانک واقعاً آنها را درک می‌کند و فعالانه از آنها در زندگی مالی حمایت می‌کند.

۲. چگونه می‌توانید استفاده از داده‌های در حال افزایش را بهینه‌سازی کنید و مشتریان را به درستی شناسایی کنید؟

# روند سوم: نیروی انسانی و بلوغ دیجیتالی کارمندان

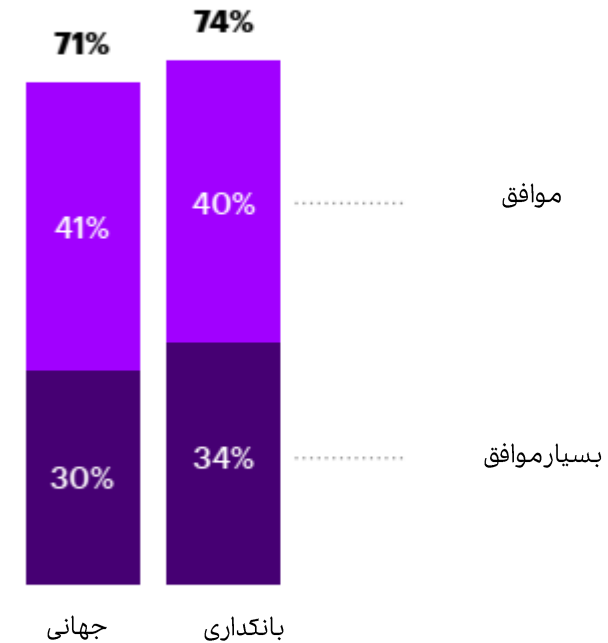


فناوری‌های جدید به همان اندازه که بر مشتریان بانک تاثیر می‌گذارند، می‌توانند بر نیروی کار بانک‌ها نیز تاثیر گذارند. نتیجه این کار افزایش نیروی انسانی پرورش یافته است که در آن هر فرد با ترکیبی از مهارت‌ها و دانشی که دارد، ارتقا پیدا می‌کند.

به عنوان مثال Paypal با یک پلتفرم یادگیری آنلاین شریک شده است و به کارکنانش بر اساس نوع نیاز، آموزش‌های ویدیویی ارائه می‌دهد.

نتایج نظرسنجی به عمل آمده از مدیران بانکی نشان می‌دهد که کارمندان و نیروی انسانی در بانک‌ها به جای مقاومت در برابر تغییر و ترس از مواجهه با شرایط جدید، مشتاق فناوری‌هایی هستند که می‌تواند عملکرد آن‌ها را بهبود بخشد. نزدیک به ۷۴٪ از مدیران بانکی معتقدند که کارمندان آن‌ها از منظر دیجیتال بالغ‌تر از سازمان خود می‌باشند. این مقدار، کمی جلوتر از میانگین صنعت در مقیاس جهانی (۷۱٪) است. البته در حوزه‌هایی مانند پرداخت‌های حوزه مراقبتی و بهداشتی (۹۰٪) و نرم‌افزارها و پلتفرم‌ها (۷۶٪) سطح بالایی از بلوغ دیجیتالی در کارکنان وجود دارد.

شکل ۶: نزدیک به سه چهارم مدیران بانکی موافق این امر هستند که کارمندان آن‌ها از نظر دیجیتالی بالغ‌تر از سازمان خود می‌باشند.

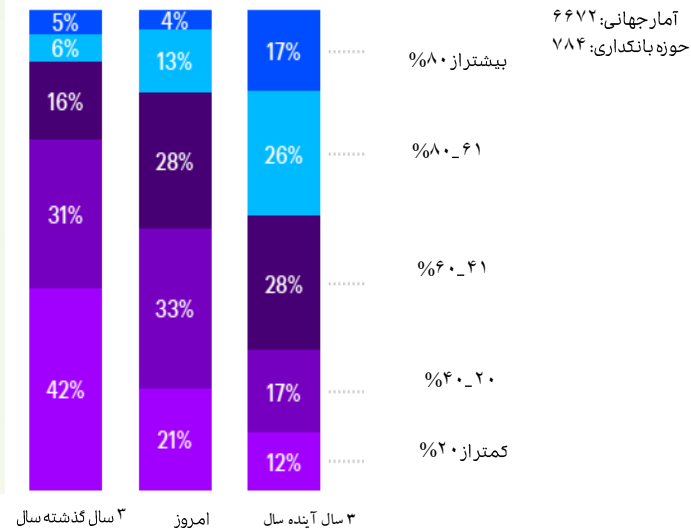


آمار جهانی: ۶۶۷۲  
حوزه بانکداری: ۷۸۴

نتایج نظر سنجی‌ها نشان می‌دهد که سرعت تغییرات در نیروی کار در آینده‌ای نزدیک بیشتر گردد. در طی سال‌های اخیر، تنها ۱۱ درصد از مدیران بانکی معتقدند که اکثریت نیروی کارشان نقش‌هایی جدیدی گرفته‌اند که نیاز به مهارت‌هایی فوق العاده دارد. پیش‌بینی می‌شود که در آینده‌ای نزدیک، این مقدار به ۴۳٪ برسد. هم چنین، ۸۰٪ از مدیران بانکی معتقدند که تغییرات نقش کارمندان نیاز به مهارت‌هایی جدید و فوق العاده دارد. با درک این تغییرات، نیاز به استفاده از هوش مصنوعی به جای منابع انسانی احساس می‌شود، اما این روند مختص بانکداری نیست.

یک مثال خوب از نیروی انسانی کار بلد پلتفرم Morgan Stanley's WealthDesk می‌باشد که از مزایای هوش مصنوعی برای کمک به مشاوران بهره می‌گیرد. این پلتفرم بالغ بر ۱۵۰۰۰ کاربر دارد. یکی دیگر از فناوری‌های بسیار مهم برای بهبود مهارت‌ها و رسیدگی به پاسخ‌های مشتریان واقعیت مجازی است. در پلتفرم‌هایی که بر پایه‌ی واقعیت مجازی ارائه می‌شوند، کارکنان می‌توانند پاسخ‌های احتمالی مشتریان را در یک تماس تلفنی شبیه سازی شده تمرین کنند.

شکل ۷: تعداد زیادی از نیروهای بانکی در آینده نیاز به یادگیری مهارت‌های جدید دارند.



در اینصورت بانک‌ها می‌بایست هم در افزایش سرعت مشتریان و هم نیروی کاری خود نوآوری داشته باشند. با به‌کارگیری کارمندان باهوش و کاربلد، بانک‌ها می‌توانند عملیات خود را تطبیق دهند و رویکردهای منابع انسانی و استراتژی‌های فناورانه خود را برای رویارویی با این واقعیت که وارد دوره‌ای می‌شویم که استفاده از نیروی کار ماهر و دورکار، تبدیل به یک الزام شده است، آماده سازند.

## نکات کلیدی تصمیم‌گیری

درک کنید که چگونه ماشین‌ها و افراد می‌توانند با یکدیگر همکاری کنند و نقاط اهرمی اصلی را برای بهبود تصمیم‌گیری و کارایی شناسایی کنید. سپس استراتژی را با کارمندان تسهیم کنید و آن‌ها را در فرآیند ایجاد اشکالی جدید از تکنولوژی به واسطه‌ی شغلی جذاب، مشارکت دهید.

۱. از کجا می‌بایست برای پرکردن شکاف بلوغ دیجیتال کارمندان و بانک اقدام نمود؟

---

روی آموزش سرمایه‌گذاری کنید تا استعدادها را تطبیق دهید. اما در عین حال نیروی کار را با ارزش‌های بازار هماهنگ کنید. رویکردهای آموزشی خود را با اولویت دادن به مهارت‌ها برای توسعه بازآفرینی کنید و زمان زیادی را برای آموزش دادن صرف کنید.

۲. چگونه می‌توان نیروی کار بانکی را صنعتی کرد، به نحوی که به نقش‌های دیجیتال جدید بپردازند و مهارت‌های آن‌ها را جهت موفقیت تقویت نمود؟





روند چهارم:

ایمنی و محافظت

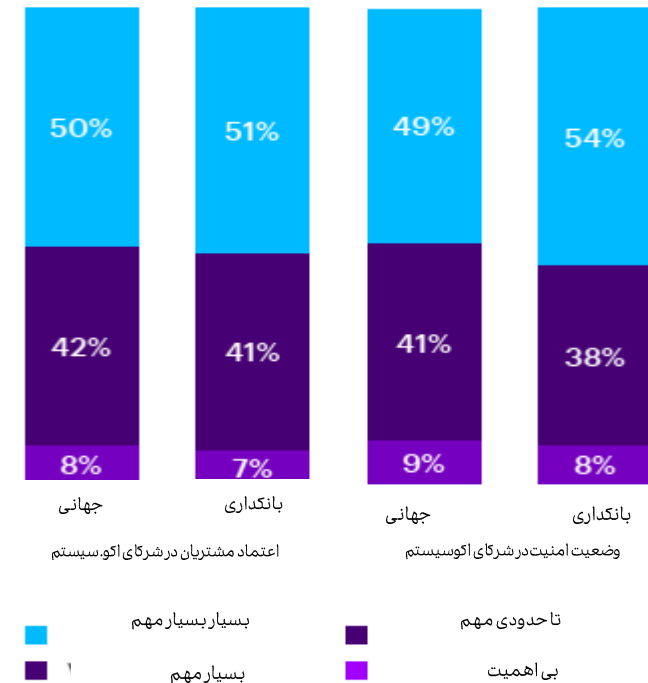
همزمان با بهبود اطلاعات

سایبری

هر چه بیشتر به هم وابسته باشیم، آسیب‌پذیرتر می‌شویم. اگر همه ما در کلبه‌هایی جنگلی و مجزا از هم زندگی می‌کردیم ممکن بود در مورد حمله حیوانات وحشی نگران باشیم، اما در مورد حملات سایبری این مورد صدق نمی‌کند. لذا ما ناگزیر هستیم که به سمت دنیایی جدید حرکت کنیم و در این اکوسیستم به هم پیوسته، بانک‌ها می‌بایست، علاوه برداشتن یک مدل کسب و کار وابسته به این اکوسیستم با اتکا بر شرکا و افراد، مجموعه‌ای کامل از مشتریان جدید و همکاران پشتیبان خود را نیز به صورت مستقل داشته باشند.

شکل ۸: وضعیت امنیت و اعتماد به‌عنوان یکی از ملاحظات مهم شرکای اکوسیستم است.

متأسفانه نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که مدیران بانک‌ها هنوز به طور کامل متوجه ریسک‌های پراکندگی و پیوستگی سیستم‌های بانکی نشده‌اند. با وجود روند روشن و شفاف جهانی برای بانکداری باز، مشارکت برای موفقیت کم است. تنها ۵۱ درصد از مدیران بانکی معتقدند که اعتماد مشتری به عنوان شرکای اکوسیستم آن‌ها بسیار مهم است. البته این مقدار بیشتر از ۳۷٪ مدیران حوزه خدمات عمومی است که فکر می‌کنند اعتماد عمومی مهم است ولی به‌طور شگفت‌انگیزی این مقدار پایین است. فقدان تمرکز بر این مورد نمایانگر این امر است که تنها ۵۴٪ مدیران بانکی اعتقاد دارند که وضعیت امنیتی شرکای اکوسیستم آن‌ها بسیار مهم است.

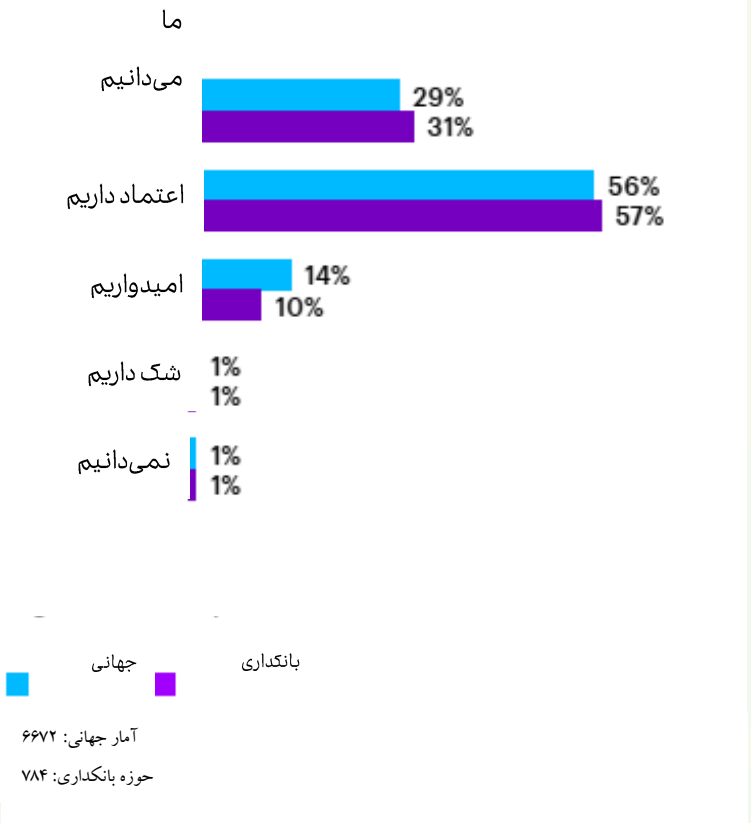


آمار جهانی: ۶۶۷۲  
حوزه بانکداری: ۷۸۴

از دیگر نتایجی که نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد این است که بانک‌ها به اندازه کافی اقداماتی برای اطمینان یافتن از این امر که شرکای آن‌ها شایسته اعتماد مشتریان نهایی هستند، انجام نمی‌دهند. تنها ۳۱٪ این واقعیت را می‌دانند که شرکای آن‌ها با پشتکار در مورد مسائل امنیتی کار می‌کنند. در حالیکه بیش از دو سوم آن‌ها به این امر اعتماد دارند.

علی‌رغم این اعداد کم، حداقل در صنعت بانکداری ۸۸٪ مدیران بانکی موافق این امر هستند که واقعا انعطاف‌پذیر و تاب‌آور باشند. در واقع، سازمان‌ها باید در رویکرد خود نسبت به امنیت تجدیدنظر کنند. به‌گونه‌ای که، نه تنها از خود در برابر حملات محافظت کنند، بلکه بر اکوسیستم وسیع‌تری که در آن قرار دارند، تاثیر بگذارند.

شکل ۹: به ندرت یک سوم از بانکدارها می‌دانند که شرکای اکوسیستم آن‌ها مجدانه برای انعطاف‌پذیری از نظر امنیت تلاش می‌کنند.



## نکات کلیدی تصمیم‌گیری

با توجه به اینکه ارائه‌دهندگان خدمات مالی به دلیل تغییرات بازار مجبور به ایجاد شراکت‌های تجاری جدید هستند، می‌بایست امنیت بانک را به عنوان جز اصلی این روابط قرار دهند و اقدامات لازم را جهت اطمینان از این امر که شرکای اکوسیستم استانداردهای امنیت شما را رعایت می‌کنند، انجام دهند.

۱. برای بازنگری استراتژی امنیتی خود چه اقداماتی انجام می‌دهید که منعکس کننده ریسک‌های سایبری در یک کسب و کار مبتنی بر اکوسیستم است؟

---

با دانستن این امر که حریم خصوصی در اولویت است، می‌بایست آن را در پلتفرم‌ها و همراستا با اکوسیستم ایجاد نمایید.

۲. چه اقداماتی برای حفظ جایگاه خود به عنوان یک نهاد مورد اعتماد و حافظ حریم خصوصی داده‌ها (حتی در دنیای بانکداری باز) انجام خواهید داد؟

روند ۵:

برمدار بانکداری

کشف فرصت‌ها در زمان واقعی

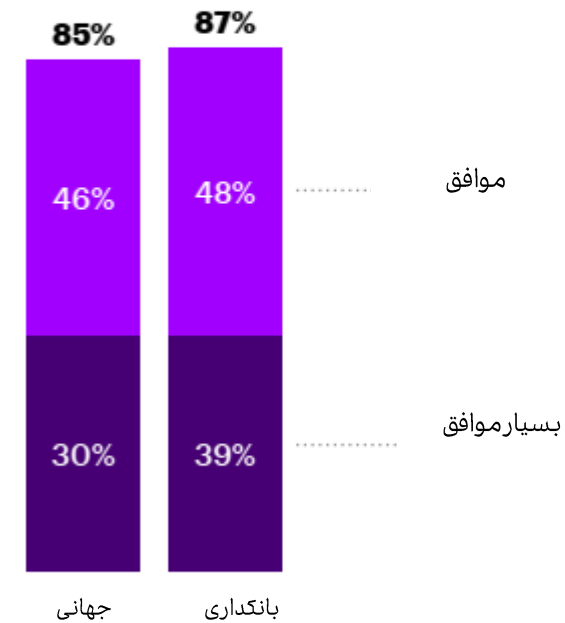


تکنولوژی اکنون دنیایی را ایجاد کرده است که در آن بانک‌ها خدمات‌دهی خود را در ۲۴ ساعت شبانه روز و ۷ روز هفته اجرا می‌کنند. این دنیای شفاف، بازارهایی لحظه‌ای را ایجاد می‌کند، در غیر این صورت فرصت‌ها به سرعت از دست می‌روند. اکنون می‌توان بیمه خودرو را به صورت مایلی یا ساعتی به راحتی خریداری کرد. کسب و کارها در علی بابا می‌توانند در عرض چند دقیقه وام‌هایی خرد دریافت کنند تا سرمایه در گردش آن‌ها را برای چند ساعت تامین شود. از طریق پلتفرم آنلاین Rocket نیز می‌توان وام مسکن را در عرض ۸ دقیقه دریافت کرد! نئوبانک BNP PARIBAS و NICKEL هر ۳۰ ثانیه یک حساب جدید باز می‌کنند.

این چند مثال نشان می‌دهد که رقابت‌پذیری نه تنها به معنای داشتن محصولات و خدمات مناسب، بلکه به معنای توانایی تشخیص زمان دقیق و ارائه پیشنهادات به مشتریان به روشی جذاب است.

نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که ۸۷ درصد از بانکداران موافق این امر هستند که ترکیبی از سفارشی‌سازی در سریع‌ترین زمان می‌تواند مزیتی رقابتی ایجاد نماید. البته یک شکاف در اینجا وجود دارد. تنها ۳۸٪ از مدیران بانکی معتقدند که سازمانشان جهت ایجاد یک رویکرد سفارشی در اولویت قرار دارد.

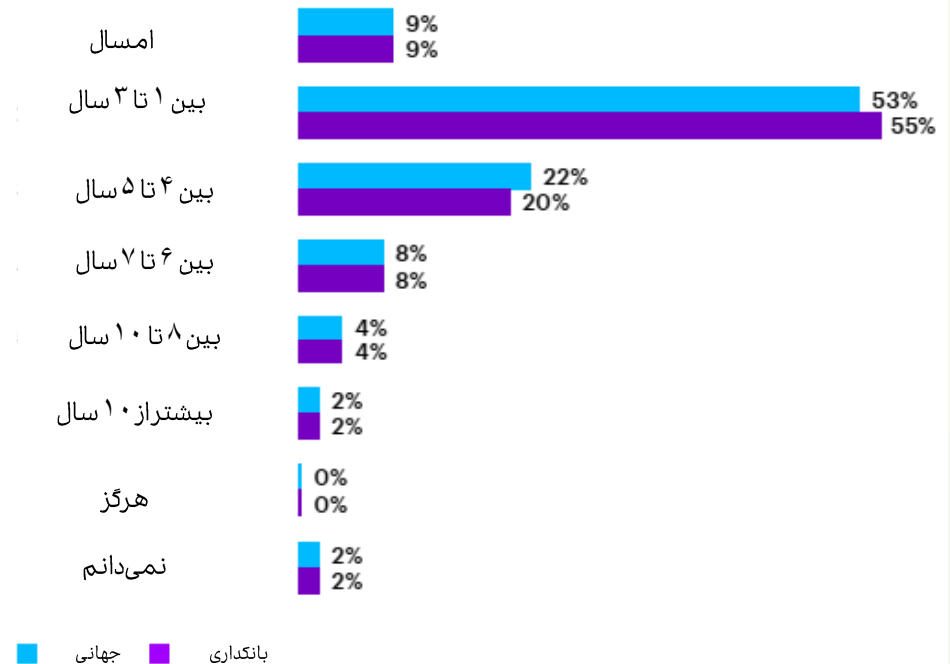
شکل ۱۰: اکثر بانک‌ها این اهمیت را درک می‌کنند که می‌بایست سفارشی‌سازی را در سریع‌ترین زمان در کسب و کارشان اجرا نمایند.



آمار جهانی: ۶۶۷۲  
حوزه بانکداری: ۷۸۴

فناوری‌های ارتباطی جدید به دوام تجربیات لحظه‌ای کمک می‌کند. مطابق با یافته‌ها ۵۵٪ از مدیران بانکی پیش‌بینی می‌کنند که فناوری 5G تاثیر قابل توجهی را بر صنعت بانکداری خواهد گذاشت. ۸۷٪ نیز معتقدند که این فناوری با ارائه راهکارهای جدید برای محصولات و خدمات، صنعت آن‌ها را متحول خواهد کرد. این فناوری سرعت انتقال را تغییر می‌دهد و توانایی شناسایی، درک و پاسخگویی لحظه‌ای و به موقع به مصرف‌کنندگان را دارد، بنابراین منجر به ایجاد وفاداری در مشتریان خواهد شد.

شکل ۱۱: در چه زمانی فناوری 5G بر صنعت شما تاثیر خواهد گذاشت؟



آمار جهانی: ۶۶۷۴

حوزه بانکداری: ۷۸۴

## نکات کلیدی تصمیم‌گیری

روش‌های موجود و جدید را برای درخواست بازخورد از افراد، مشتریان و یا شرکتهای ارزیابی کنید. همچنین، این دیدگاه را در سرتاسر سازمان منتقل کنید که برای هدایت توسعه محصول، تعامل با مشتریان و رشد کسب و کار برنامه‌ریزی دارید. علاوه بر این، نیازهایی را که تمایز ایجاد می‌کنند و متناسب با موقعیت شماست، تعیین کنید.

۱. چه چیزی می‌تواند به بانک‌ها کمک کند تا بازارهای لحظه‌ای را شناسایی و سریعاً به آن پاسخ دهند؟

---

استراتژی فناوری خود را به‌روزرسانی کنید تا در برگیرنده‌ی رویکردها و پشتیبان‌های نوآورانه همانند هوش مصنوعی، میکرو سرویس‌ها، توسعه چابک و ... باشد که پاسخ به فرصت‌های درخواستی را ممکن می‌سازد.

۲. چگونه می‌توانید بانک خود را برای تحویل به موقع خدمت در بازارهای لحظه‌ای آماده سازید؟



- McIntyre, A. et al. (2019). The dawn of banking in the post digital era, available at: [www.accenture.com](http://www.accenture.com).