**Czy bankowość wirtualna może powtórzyć**

**sukces bankowości osobistej?**

Jakub Abramczyk, Sales Director Eastern Europe w Poly

Aż 60% użytkowników polskiej bankowości pozytywnie ocenia cyfryzację w tym sektorze – uważając, że ułatwia ona codzienne zarządzanie finansami osobistymi i gwarantuje ich bezpieczeństwo. Aż 10 milionów klientów w Polsce korzysta z usług bankowych za pośrednictwem smartfona - wynika z badania Mastercard „*Polacy cenią sobie bankowość mobilną i online za wygodę i szybkość, oczekują bezpieczeństwa*”[[1]](#footnote-1). Jednak nadal tematy związane z pieniędzmi bywają kontrowersyjne i delikatne. Bankowość internetowa przegrywa z tą osobistą, szczególnie gdy potrzebne są konsultacje finansowe lub inne usługi, które wiążą się z elementem zaufania. Mimo to oczekiwania klientów dynamicznie się zmieniają, a nowoczesne instytucje finansowe dostrzegają rosnącą akceptację „bankowości wideo” i usług wirtualnych jako nowego czynnika wyróżniającego je na tle konkurencji. Ten trend jest najwyraźniej zauważalny w przypadku bankowości detalicznej i spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych.

Banki coraz chętniej korzystają z centrów kontaktu i „wirtualnych asystentów”, jednak prawdopodobnie, nie oznacza to, że w całości postawią na bankowość wirtualną. W obecnej sytuacji trend wskazuje na tworzenie nowych, dodatkowych kanałów komunikacji do interakcji z klientem, jednak nadal istotna jest możliwość odbycia spotkań osobistych przy bardziej znaczących transakcjach i działaniach związanych z budowaniem relacji. Instytucje finansowe w strategii komunikacji, nie muszą rezygnować z interakcji twarzą w twarz na rzecz wirtualnych. Istnieje droga pośrednia, która pozwala na połączenie doświadczenia w zakresie usług finansowych w systemie hybrydowym. Polega na tym, że część osób pracuje i spotyka się w biurze, podczas gdy reszta zespołu może wykonywać służbowe obowiązki z innych miejsc. Zgodnie z przyjętymi wcześniej standardami, interakcje z klientami powinny odbywać się wyłącznie „twarzą w twarz”. Jednak różne pokolenia mają inne oczekiwania i potrzeby.

Wpływ nowych technologii oraz załatwiania niezbędnych spraw bez wychodzenia z domu rozpowszechnił się na tyle skutecznie, że kiedy dzisiejsi nastolatkowie zaczną podejmować decyzje związane z bankowością, nie będą chcieli fizycznie odwiedzać banku, skoro mogą zaoszczędzić czas (i pieniądze) dzięki interakcjom zdalnym. Jest to pokolenie, które zdobywa wykształcenie przez Internet, wirtualnie kontaktuje się z rodziną i przyjaciółmi, a także korzysta z usług opieki zdrowotnej na odległość. Dlaczego, więc nie mieliby przeprowadzać kluczowych transakcji bankowych lub rozmów w zaciszu własnego domu, korzystając z tych samych urządzeń i technologii, które dobrze znają.

Hybrydowa współpraca oferuje korzyści w postaci spełnienia różnych preferencji użytkowników końcowych, niezależnie od tego, kim są i gdzie przebywają. Doradca majątkowy prawdopodobnie nadal będzie odwiedzał klienta w jego prywatnym gabinecie lub mieszkaniu, aby prowadzić dyskusje na temat wymagających, strategicznych inwestycji. Kasjerzy bankowi i posiadacze rachunków bieżących nadal będą chcieli kontaktować się ze sobą zdalnie ze względu na prostotę i szybkość obsługi. Z kolei zespoły zajmujące się fuzjami i przejęciami będą musiały angażować ekspertów z różnych stref czasowych, aby każdy miał równe szanse. Oznacza to zmianę sposobu myślenia o tym, jak klienci i same banki angażują się oraz wymieniają doświadczeniami na każdym etapie ich indywidualnych lub instytucjonalnych decyzji.

1. https://www.mastercard.com/news/europe/pl-pl/centrum-prasowe/informacje-prasowe/pl-pl/2019/czerwiec/badanie-mastercard-polacy-cenia-sobie-bankowosc-mobilna-i-online-za-wygode-i-szybkosc-oczekuja-bezpieczenstwa/ [↑](#footnote-ref-1)