

من مستهلكي الإمارات يفضلون الخدمات المصرفية الرقمية % 89



دبي: «الخليج»

يستمر تزايد إقبال المستهلكين في دولة الإمارات على الخدمات المصرفية الرقمية بعدما تسارع هذا التوجه بوتيرة كبيرة بسبب تداعيات جائحة كوفيد-19، وذلك وفقاً لاستطلاع جديد أجرته شركة «باك بيس» بالتعاون مع «يوجوف». وأفاد 89% من المشاركين في الاستطلاع بأنهم الآن أكثر ميلاً لاختيار الخدمات المصرفية الرقمية بدلاً من القيام بزيارة فعلية إلى أحد فروع البنك، حيث ذكر المستهلكون أنهم يفضلون الحلول المصرفية الرقمية للخدمة الذاتية التي تُقدّم لهم بنفس مستوى السهولة والراحة الذي توفره حلول التجارة الإلكترونية والترفيه والنقل.

وقد فرضت قيود الحركة أو إغلاق فروع البنوك في الأيام الأولى من انتشار الجائحة على المستهلكين التوجه إلى المنصات الرقمية، واستجابات البنوك من خلال انتقالها إلى المنتجات والخدمات الرقمية بسرعة. وأظهر الاستطلاع أن 72% من المشاركين قالوا إنهم يستخدمون الخدمات المصرفية الرقمية مرة واحدة على الأقل في الأسبوع بينما أشار 24% منهم إلى أنهم يستخدمون تلك الخدمات مرة واحدة في اليوم أو أكثر.

وقد أدت الزيادة المفاجئة في تبني الحلول الرقمية إلى تقدم كبير في أجناس التحول الرقمي لدى العديد من بنوك المنطقة، بعدما أدرك قادة تلك البنوك أن الخدمات المصرفية الرقمية أصبحت ضرورة أساسية لتعزيز الاحتفاظ بالعملاء وزيادة تدفقات الإيرادات من خلال الخدمات الفردية المقدمة للعميل. ولم تُعد توقعات المستهلكين تقتصر على الخدمات والمعاملات المصرفية الرقمية اليومية فقط، لكنها أيضاً باتت تشمل تفاعلات أكثر تعقيداً، مثل فتح الحسابات عن بُعد أو الاشتراك في منتجات أو خدمات جديدة كالحصول على قرض أو الاشتراك في خدمات التأمين. مع ذلك، أفاد نحو 31% من المشاركين بأن خدمات بنوكهم ضعيفة عندما يتعلق الأمر بإتاحة الوصول السلس إلى الخدمات المصرفية الرقمية، ما يسلب الضوء على جانب مهم ينبغي للبنوك التركيز عليه وتعزيز أدائها فيه. وبحسب شركة «باك بيس» فقد اعتمدت بنوك عديدة على طرح تطبيقات وأنظمة مستقلة لإضافة وظائف وخدمات جديدة إلى حلولها المصرفية الرقمية، ما أدى إلى إنشاء أنظمة مجزأة وغير متكاملة لا تقدم تجربة جيدة للعملاء. ومع المزيد من التحول الرقمي مستقبلاً، تحتاج المؤسسات المالية إلى ضمان وجود منصة مناسبة لإدارة التوسع المستقبلي.

تجربة مفعلة محسنة للعملاء

وقال ماتيس ايبه، مدير المبيعات الإقليمي في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا لدى شركة «باك بيس»: «مع انحسار الجائحة، توجد أمام البنوك فرصة مناسبة لتوفير تجربة تفاعل محسنة للعملاء عبر شبكة الإنترنت، ما يمهّد الطريق للفروع الفعلية لتقديم الأنشطة الأكثر تعقيداً وتلك التي توفر قيمة مميزة حصراً. ولضمان قدرتها على الاستفادة من تغيير سلوك العملاء، ستحتاج البنوك إلى التخلص من بنية التكنولوجيا المنعزلة لتصبح تجربة التفاعل مع العميل في مقدمة عملياتها الرقمية. ومن خلال اعتماد نهج المنصة الواحدة للتكنولوجيا التي أتقنتها قبل ذلك العديد من الصناعات الأخرى، يمكن للمؤسسات المالية أن تكون أكثر مرونة وقوة مع قدرتها على تنفيذ خدمات رقمية جديدة على الفور وفي الوقت نفسه توفير دعم أفضل للعملاء».

يرون في ضعف العلاقات مع العملاء مؤثراً رئيسياً في اختيار البنك % 44

وتعتبر تجربة العملاء عاملاً حاسماً في التمييز بين الخدمات المالية الرقمية الناجحة والفاشلة، حيث أشار 44% من المشاركين إلى ضعف العلاقات مع العملاء كعامل مؤثر رئيسي في اتخاذ قرار التحول إلى بنك مختلف. وأضاف ايبه: «إن التعاون مع شريك يسرع التحول إلى تعزيز التفاعل مع العملاء ويدير التغيير عبر الرحلة الرقمية بأكملها، من شأنه أن يُمكن المؤسسات المالية من التركيز على تقديم خدمة عالية الجودة للعملاء والأعضاء. ويساعد حل البرمجيات المصرفية الرقمية الحديث الذي طوّره حديثاً على توحيد البيانات والوظائف من الأنظمة الأساسية التقليدية ومشغلي التكنولوجيا المالية الجدد للخروج بتجربة عملاء رقمية انسيابية وعالية الكفاءة».

وتمتاز منصة «باك بيس» للتفاعل والمعاملات المصرفية ببنية موحدة وقدرات جاهزة للعمل تمكّن البنوك من فهم أساسيات الحياة المالية للأفراد، ما يضمن تعزيز كل خطوة في رحلة المستخدم من خلال تقديم تجارب فريدة. وهي منصة موثوقة يستخدمها أكثر من 120 مؤسسة مالية في جميع أنحاء العالم بما في ذلك بنك باركليز، بنك إيه بي سي،

بنك الفلبين، بنك بي إن بي باريبا، كابيتال بنك الأردن، سيتي بنك، سيتيزينز بنك، دويتشه بنك، ديسكفري بنك، بنك الخليج، بنك البحرين الوطني، البنك الوطني العراقي، بنك الكويت الدولي، رويال بنك أوف كندا وبنك سوسيتيه جنرال

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.