

موبایل بانک

راهی برای ارائه خدمات

به همه مردم

مشتریان فاقد حساب فعال بیشتر از سایر مشتریان به خدمات موبایل بانک تکیه می‌کنند بنا براین این دسته از مشتریان اهداف خوبی برای خدمات بانکداری مبتنی بر موبایل و راه‌حل‌های جایگزین برای انتقال وجه از راه دور هستند.

امروزه خدمات موبایل بانک و مشتریان غیرفعال دو موضوع مهم صنایع مالی هستند، اما تعداد کمی به ارتباط تنگاتنگ این دو موضوع آگاهی دارند. تحقیقات جدید صورت گرفته از سوی موسسه تحقیقات راهبردی جاولین نشان داد که بازاریابان مالی ممکن است با نادیده گرفتن خدمات بانکداری مبتنی بر تلفن همراه و مشتریان فاقد حساب فعال، فرصتهای زیادی را از دست بدهند.

تحقیقات موسسه جاولین تحت عنوان "دستیابی به مشتریان فاقد حساب جاری و حتی بدون هیچ حساب بانکی از طریق ارائه خدمات مالی مرتبط با موبایل" توسعه روشهای بانکداری مبتنی بر تلفن همراه را برای آن دسته از کسانی که خارج از جریان اصلی سیستم بانکی هستند، مورد بررسی قرار می‌دهد.

چه کسانی فاقد حساب فعال محسوب می‌شوند؟

کسانی که فاقد حساب جاری هستند ممکن است دارای حساب پس انداز، کارت پیش پرداخت و یا دیگر حسابهای بانکی باشند (که اغلب نیز همین طور است) که هیچ کدام یک ارتباط مالی با اهمیت محسوب نمی‌شوند اما کسانی هستند که اصولاً فاقد هرگونه ارتباط مالی بانکی از هر نوع هستند (بدون هیچ حساب بانکی).

موسسه جاولین برآورد کرده است که حدود ۳۵ میلیون آمریکایی بزرگسال که ۱۵ درصد جمعیت را شامل می‌شوند، مشتری غیرفعال هستند که از این تعداد ۱۰ میلیون نفر که ۴/۳ درصد افراد بالغ جمعیت آمریکاست اصولاً هیچ حساب بانکی ندارند. این افراد بطور ناهمگونی جوان هم هستند بطوری که سه نفر از پنج نفر آنها زیر ۳۵ سال سن دارند. در این گروه افراد فاقد حساب جاری و یا بدون هیچ گونه حسابی در میان مردان و زنان بطور مساوی وجود دارند.

درآمد این افراد کمتر است (۵۲ دلار در مقایسه با ۷۳ دلار میانگین درآمد) اما خیلی هم کم نیست. نباید این تصور را کرد که چون آنها پول ندارند پس نیازی به خدمات بانکداری هم ندارند، این اشتباه محض است.

مشتریان غیر فعال کمتر از کامپیوترهای شخصی برای کارهای بانکی خود استفاده می‌کنند (۶۰ درصد در مقایسه با ۷۲ درصد همه مشتریان) و یا کمتر از سرویس‌های اینترنتی بانکی بهره می‌گیرند (۳۴ درصد در مقایسه با ۵۹ درصد بقیه مشتریان) در عوض این گروه بیشتر از موبایل برای انجام امور بانکی خود استفاده می‌کنند (۷۴ درصد در مقایسه با ۶۸ درصد سایر مشتریان).

مشتریان غیر فعال بیشتر پذیرای خدمات موبایل بانک هستند

مشتریان غیر فعال بانکی در خلال ۹۰ روز گذشته کمتر از بقیه مشتریان از خدمات بانکداری آنلاین استفاده کرده اند (۵۶ درصد در مقایسه با ۷۲ درصد) اما از موبایل بانک بیشتر استفاده کرده اند (۳۶ درصد در مقایسه با ۲۸ درصد).

مشتریان غیر فعال بانکی نسبت به بقیه مشتریان تمایل بیشتری به استفاده از موبایل بانک دارند. در این مدت ۵۹ درصد مشتریان غیر فعال هرگز از خدمات بانکداری موبایلی استفاده نکرده بودند در حالی که در همین مدت ۶۸ درصد بقیه مشتریان از خدمات موبایل بانک استفاده نکرده بودند.

یافته های کلیدی

گزارش موسسه جاولین از داده های مشتریان و تحلیل های آماری برای یافتن بهترین روشهای بازاریابی در زمینه بانکداری مبتنی بر موبایل بانک برای مشتریان غیر فعال استفاده نموده است. این گزارش بر اساس داده های جمع آوری شده از ۳۱۸۰ مشتری موبایل بانک تنظیم شده است. برخی از مهم ترین یافته های آن عبارتند از:

برای مشتریان غیر فعال دو خدمت اصلی پایه گذاری کنید: انتقال وجه و حساب های پیش پرداخت شده.

خدمات ساده، قابل فهم و آسان می تواند پایه گذار ایجاد روابط بانکی عمیق تر گردد. این دو خدمت بانکی با موبایل پایه های اصلی خدمات مالی را که نیاز اصلی مشتریان غیر فعال است فراهم می آورد.

مؤسسات مالی نیازمندند که وسایل دسترسی بیشتر با تشریفات کمتر فراهم کرده و در صورت امکان با مشتریان به زبان خودشان ارتباط برقرار کنند. برای بسیاری از مشتریان غیر فعال دسترسی به شعب بانکها در ساعات اداری مشکل است. بنابراین با ارائه روش‌های جایگزین در ساعات غیر اداری و در جاهایی که آنان کار روزمره خود را انجام می‌دهند مثل خرید و رفتن به گردش می‌توان این مشتریان را به دست آورد. تره‌های جاری داشته باشند که هزینه کمتری داشته باشد اما احتمال کمتری هم برای ارائه ابزارهای قوی‌مؤسسات مالی کوچک‌تر ممکن است حساب کنند.توانند نکته کلیدی برای فروش خدمات مؤسسات مالی باشدکه خدمات موبایل بانک خود را با هم ارائه می‌موبایل بانک دارند. این مطلب می