

طراحی شعبه‌هایی برای افزایش رضایت مشتریان بانکداری دیجیتال

منبع: financialbrand

مترجم: سعید امیری، واحد ارزی فردوسی

علیرغم سوق داده شدن ترافیک تراکنش‌های مالی به سوی روشهای دیجیتال، صنعت بانکداری به بازطراحی شعبه‌هایی با فن آوری جدید و اندازه‌های کوچکتر ادامه می‌دهد. در اینجا تعدادی از نمونه‌های جالب را در سطح جهان ذکر می‌کنیم که توسط جیم ماریوس، یکی از ناشران مجله Brand Financial و ناشر "گزارش بانکداری دیجیتال" تهیه شده است.

با وجود اینکه استفاده از برنامه‌های بانکداری موبایلی به طور مداوم جایگزین درخواستها و تراکنش‌های روزانه مالی می‌شود، طبق تحقیق انجام شده توسط شرکت caravan از موسسه بین‌المللی ORC، هنوز ۸۸ درصد بزرگسالان آمریکایی احساس می‌کنند به یک شعبه فیزیکی برای رفع نیازهای خود نیاز دارند. شگفت آور است که وقتی از این افراد بعد از پنج سال در خصوص اهمیت شعبه فیزیکی بانک سوال شد، هنوز ۸۴ درصد آنان معتقد بودند که وجود شعبه فیزیکی مهم است. در حالی که کانالهای بانکداری به تغییر یا بهبود عملکرد خود ادامه می‌دهند، این مطالعه نشان داد که آمریکایی‌ها پیش بینی می‌کنند در پنج سال آینده نیز، نیازهای بانکی‌ای مشابه امروز خواهند داشت (چه در یک شعبه فیزیکی و چه در یک شعبه آنلاین موبایل).

-۸۴ در صد پاسخ دهندگان خواهان دسترسی به شخصی زنده برای بحث درباره‌ی نیازهای بانکی خود بودند. همچنین ۸۴ در صد چنین نیازی را در پنج سال آینده نیز انتظار داشتند.

- ۸۶ در صد پاسخ دهندگان در حال حاضر از خدمات آنلاین برای پرداخت صورتحسابها و عملیات بانکی از قبیل انتقال وجوه استفاده می‌کنند و ۸۸ درصد نیز همین کار را در آینده پیش‌بینی می‌نمایند.

- ۶۸ در صد پاسخ دهندگان از چکهای کاغذی برای انجام پرداختهای خود استفاده می‌کنند و ۶۲ درصد همین کار را برای پنج سال آینده نیز پیش‌بینی می‌کنند.

تغییر به آهستگی رخ می‌دهد، اما همچنان استفاده از موبایل و نرم افزارهای مشابه آن افزایش خواهد داشت، به گونه‌ای که ۶ نفر از ۱۰ نفر آن را نیاز امروز و تقریباً ۷ نفر از ۱۰ نفر افرادی که مورد پرسش قرار گرفتند، این نیاز را در آینده نیز برنامه ریزی می‌کنند. بنابراین، جای تعجب نیست که بیش از ۷۵ درصد آمریکایی‌های ۱۸ تا ۴۴ سال اظهار می‌دارند که کاربردهای بانکداری موبایلی مثل امروز در آینده نیز مهم خواهد بود.

ماریا اشتاین، تحلیلگر ارشد ORC اظهار می‌دارد: "از آنجا که مصرف کنندگان برای تسهیل انجام وظایف روزمره خود از فن آوری‌های دیجیتال استقبال می‌کنند، خواهان این هستند که در حال حرکت و طبق برنامه خود از طریق موبایل و خدمات آنلاین با بانک در ارتباط باشند و همچنان این امکان را داشته باشند که برای مسایل پیچیده مثل سرمایه گذاری و رهن به طور رو در رو نیز با متصدیان بانکی در تماس باشند. آینده بانکداری در تلفیق شعبه‌ها و فن آوری قرار دارد تا تجربه‌ی یک ارتباط چند وجهی واقعی را فراهم سازد".

چگونه صنعت بانکداری پاسخگوی این نیاز است؟ از مثالهایی که در مجله Brand Financial آمده است می‌توان برداشت کرد که صنعت بانکداری در تلاش است با ساده سازی طراحی، حذف اختلافات، تلفیق فن آوری‌های نوین و تلاش برای معرفی مشتریان بیشتر به راهکارهای دیجیتالی جایگزین، تجارب خوشایند مشتریان خود را بهبود ببخشد. در اغلب این مثالها، اثرات این گونه اقدامات را خیلی کمتر از گذشته می‌توان یافت.

برای نگاهی عمیق تر به بازطراحی یک شعبه فیزیکی، مجله "گزارش بانکداری دیجیتال" در مقاله‌ای با عنوان "آجرها + کلیکها = ساختن شعبه‌ای دیجیتال"، نگاهی دقیق به این مساله دارد که چگونه بانکها و موسسات اعتباری در حال تغییر سیاستهای شعبه‌های خود هستند تا بتوانند نیازها و تواناییهای دیجیتالی امروزه را نشان دهند.

مدل شعبه‌ای فرودگاهی بانک CIBC

بانک CIBC با کمک شرکت مشاوره‌ای بین‌المللی Allen در حال طراحی شعبه‌ای مدرن است که الگویی برای شعبه‌های آینده خواهد بود که در آن خدمات کامل و بدون نیاز به تحویلدار ارایه می‌شود. بسط و گسترش این الگوی طراحی شامل اتاقهای بدون تحویلدار شبیه کیوسکهای فرودگاهی است. نمایشگرهای دیجیتال علاوه بر تبلیغ محصولات، اطلاعات محلی را نیز ارایه می‌دهند. در عصر دایم در حال تغییر فن آوری، شعبه‌های جدید، انعطاف پذیری و تحرک را برای دستیابی به پیشرفتهای بعدی فن آوری ارایه می‌دهند.

با رشد تراکنشهای بانکداری دیجیتال و حرکت به سوی شعبه‌های کوچکتر، نمونه‌های متحرک شعبه‌های بانکی تاییدی بر این نکته‌اند که بانکداری شعبه‌ای هنوز نقش اساسی در توسعه روابط عمیق تر بین بانک و مشتری ایفا می‌کند و موید این گفته است که نمی‌توان برای حل همه چیز یک نسخه واحد داد.

شعبه مرکزی odeabank و عملکرد را با هم ترکیب می‌کند

شرکت AM-I برای odeabank با استفاده از خطوط منحنی و نمای ظاهری شفاف، شعبه‌ای چشم نواز و جالب طراحی کرده است. طراحی الهام بخش شعبه مرکزی آن را به ساختمانی نمادین در شهر استانبول بدل کرده است. یکی از خصوصیات اینگونه شعبه‌ها ارایه آخرین فن آوری‌ها در تمامی مراحل خدمات بانکی است تا کارآمدترین و جالب‌ترین تجربه را برای مشتری خود فراهم کند.

طیف وسیعی از ابزارهای دیجیتالی شامل میزهای لمسی، تبلت، آیفون و صفحه نمایشهای تعاملی به طور معمول در سالنهای انتظار و سالنهای ورودی برای سرویس دهی و خوشامدگویی به مشتریان در اختیار آنهاست و دسترسی به خدمات و محصولات بانکی را تسهیل می کند.

جیم ماریوس نویسنده "راهکارهای بانکداری خرد" برای Brand Financial است. ماریوس همچنین "گزارش بانکداری دیجیتال" که نشریه ای با حق آبونمان جهت مشتریان است، منتشر می کند.

این نشریه دیدگاه های ژرفی در زمینه دیجیتالی کردن بانکداری را به مشتریان خود عرضه می دارد و در آرشیو این مجله بیش از ۱۵۰ مقاله در دسترس مشتریان قرار دارد. شما می توانید در توییتر و [LinkedIn](#) با جیم ماریوس در تماس باشید.