

اطلاعات، قویترین ابزار رقابتی در صنعت بانکداری

در صنعت خدمات مالی مهمترین مزیت رقابتی، کشف و استخراج دیدگاه مشتری از میان اطلاعات است. نکته کلیدی اینجاست که از دیدگاه های به دست آمده از داده ها، بتوان برای ارتقای تجربیات مشتریان، افزایش کارایی عملیاتی، بهبود روند تجاری و کارآمدی فروش استفاده کرد.

بنا به گفته مایک کاگنی (از مدیران موسسه مالی Sofi)، او قصد دارد مدلی مبتنی بر گوشیهایی هوشمند ارایه دهد تا بانکها نیز بتوانند مانند شرکت آمازون که برای فروش کتاب و شرکت uber که برای ناوگان تاکسیرانی نرم افزار موبایلی طراحی کرده اند، از این ابزار بهره مند شوند. کاگنی بر این باور است که وضعیت بانکها در بازار مالی متزلزل است و تا با بحران مواجه نشوند، متوجه آن نخواهند شد.

شرکتهای تحلیلی، اعتبارسنجی مشتریان موسسه Sofi را انجام می دهند. این شرکتها می گویند که بیشتر بانکها هنوز ظهور فناوری های دیجیتال را باور نکرده اند. تحلیلگران اظهار می دارند، موسسات کنونی باید بدانند که چگونه فناوری های نوین برای انتقال وجه می تواند مرکز توجه مشتریان قرار گیرد. به این ترتیب بانکها و موسسات مالی باید آماده باشند تا روابط با مشتریان و ارایه خدمات به آنها را مورد بازنگری قرار دهند. این بازنگری شامل استفاده از فناوری برای تغییر دادن چگونگی تصمیم گیری اعطای تسهیلات است. امروزه، این گونه تصمیم گیری ها می تواند بسیار تخصصی و براساس معیارهای قابل سنجش باشد. با آگاهی از خواسته بالقوه مشتری می توان تصمیم های مالی کامل و درستی (و یا نزدیک به کامل) اتخاذ کرد. برای پاسخ به این نیاز، شرکت Wells Fargo اعلام کرد راه حلی پیدا کرده است که یکروزه تصمیم گیری به وام دادن را انجام داده و آن را در حساب مشتری منظور می کند.

استفاده از اطلاعات برای دفاع از موقعیت بازار

برای مقابله با تهدیدات بالقوه ای که موسسه کاگنی و دیگر موسسات ارایه دهنده اطلاعات به بانکها با آنها دست به گریبان هستند، این نیاز احساس می شود که اطلاعات تجاری با رعایت موارد مشروح ذیل مورد پردازش و استفاده قرار گیرد:

انطباق با مقررات و ضوابط: بانکها نیاز دارند به طور مداوم فهرست های کنترلی خود را برای انطباق با مقررات مورد نیاز بررسی کنند. نکته کلیدی این کار توانایی گزارش دهی صحیح و کنترل ریسک اطلاعاتی است. همزمان با این کار، بانکها و موسسات اعتباری باید علاوه بر محافظت از محیط بانک از خطر حملات سایبری، از اطلاعات بانکی نیز محافظت کنند؛ به گونه ای که حتی در صورت نفوذ هکرها، آنها نتوانند تمامی اطلاعات را سرقت کنند.

متناسب سازی راه حلها با نیازها: بانکها باید خدمات پیشنهادی خود را برای هماهنگ سازی با نیازهای مشتریان مورد بازبینی قرار داده و هماهنگ کنند. در صورت عدم انجام این کار، بانک ها مستعد آسیب دیدن می شوند و ممکن است به دلیل اقدامات بانکهای رقیب، با کاهش حاشیه سود و درآمد مواجه شده و قافیه را به رقبای بازند.

آمادگی بازاربایی: بانکها نیاز دارند مشتریان را به خرید خدمات خود ترغیب کرده و با کارایی بالای خدمات، باعث تبلیغ درون مشتریان هم بشوند. برای انجام این کار اطلاع از خواسته های مشتری ضروری است. بسیاری از بانکها کماکان درگیر بانکداری قدیمی بوده و با سیستمهای سنتی کار می کنند. ناتوانی در کارکردن در عصر حاضر وعدم هماهنگی با مقتضیات زمانه، سر آغاز نابودی یک موسسه مالی است.

کارایی عملیاتی: بانکها نیازمندند به طور پیوسته کارایی عملیاتی خود را ارتقا ببخشند. این امر بیشتر با بهره گیری از سامانه های پیشرفته محقق خواهد شد. عدم توجه به این موضوع، باعث ریسک تجاری بالایی خواهد شد، چون سیستمهای سنتی قادر به پشتیبانی از سامانه های تجاری جدید نبوده و مشتری مداری محقق نخواهد شد. از این لحاظ تغییر، امری ضروری است. بنابراین بازبینی و انطباق ذخایر اطلاعاتی مشتریان، با سیستمهای جدید باید آغاز شود.

فناوریهای مخرب: بانک ها نیازمندند برای مقابله با فناوری های زبان آور روی کارایی عملیاتی خود، سرمایه گذاری کنند. مشکل اینجاست که بسیاری از بانکها در به کارگیری فناوری هایی که باعث صرفه جویی در هزینه ها می شوند، مشکل دارند. از طرف دیگر، بسیاری از بانکها در تلاش هستند ظرفیتهای تجاری جدیدی کسب کنند تا به مبارزه و دفاع در برابر اخلاگران دیجیتالی بپردازند؛ اقداماتی از قبیل اطمینان پیدا کردن از اینکه اطلاعات حفاظت شده است یا نه و یا اطمینان از اینکه نظرها و دیدگاه های آنها منجر به تصمیمات تجاری بهتری خواهد شد. به این منظور نیاز روز افزونی برای توانایی ادغام منابع اطلاعاتی فعلی و اطلاعات جدید احساس می شود.

ادغام و مالکیت: ادغام ها و مالکیتها چالش برانگیز هستند، زیرا معمولا کسب و کارهای جدید باعث افزایش تنوع سیستم هایی می شود که بانکها باید نگهداری، مدیریت و به هم مرتبط سازند. به عنوان مثال، اطلاعات مشتری در سیستمهای بزرگتر و بیشتری موجود است که این نکته ارایه اطلاعات برای یک مشتری بخصوص را دشوارتر می سازد. این موضوع باعث می شود مالکیتها و ادغام های تجاری کار دشواری باشد. با وجود اینکه بیشتر ادغام ها و مالکیتهای شرکتی باعث افزایش سرمایه و منابع مالی می شود، ولی هماهنگی های درست و بجا، برای انجام این کار با اصلاح سیستمها و اطلاعات سنتی آغار می شود.

ترجمه: سعید امیری، شاغل در واحد ارزی فردوسی

منبع: Thefinancialbrand