



Фінансовий клуб

Як змінюється банківський бізнес в цифрову епоху

Віталій Весельський

Цифрова трансформація

Вижити і зростати в цифрову епоху

- Змінює бізнес-моделі організації за рахунок нових продуктів, каналів та послуг, підвищує ефективність завдяки використанню нових технологій
- Змінює повсякденний досвід споживача?
- Ставить питання планування бізнес-стратегії, заснованої на можливостях технологій
- Потребує нових навичок на всіх рівнях та нових підходів управління
- Вимагає управління талантами та лідерства



Чим відрізняються лідери цифрової трансформації

KPMG CIO Survey 2019 – це найбільше опитування ІТ-лідерів у світі

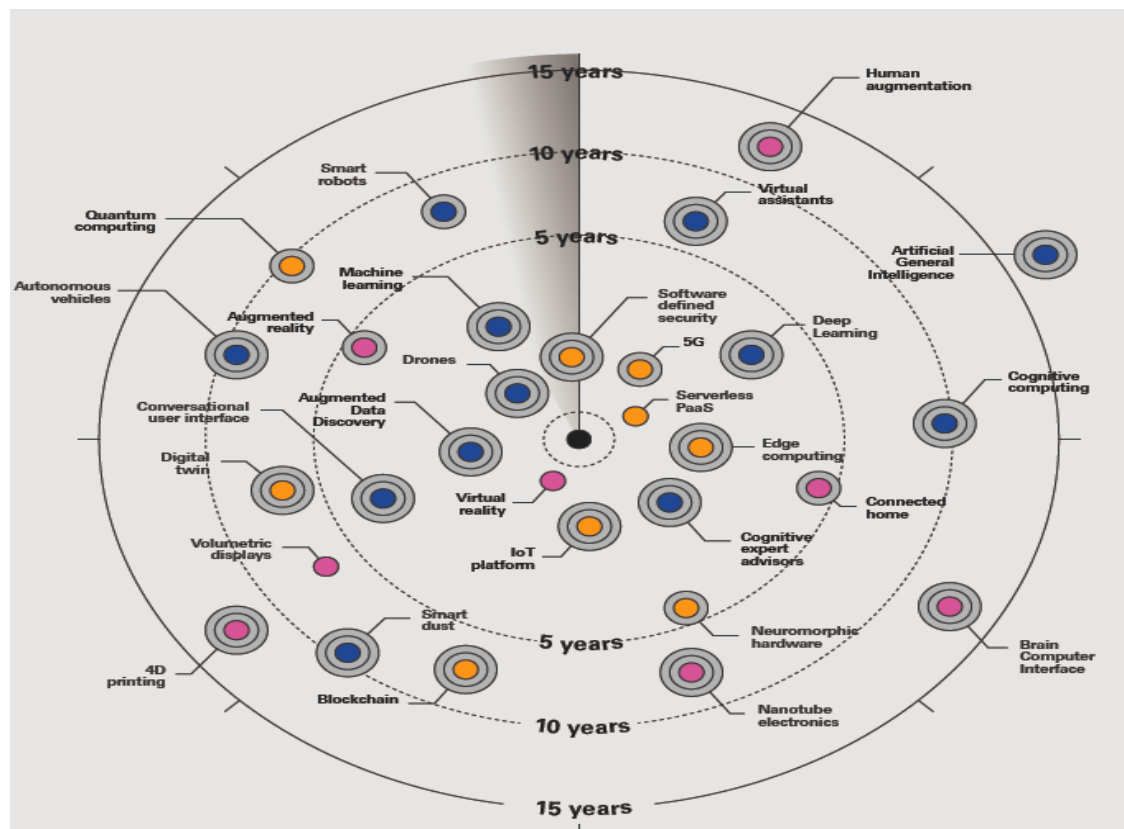
- 1** Директор ІТ напрому звітує CEO та входить до складу правління
- 2** Головний пріоритет - створення інноваційних продуктів та сервісів, ніж стабільність та надійність ІТ
- 3** Фокус на отримання прибутку, ніж заощадження коштів
- 4** Активно взаємодіють з бізнесом для впровадження технологічних змін
- 5** Використовують Agile для прискорення впроваджень
- 6** Працюють в крос-функціональних командах



Джерело: [KPMG CIO Survey 2019](#)

Сучасні тренди в сфері цифрових стратегій для банків

На що перетворяться банки до 2030 року



Зусилля банків майбутнього будуть сфокусовані на поліпшенні фінансового добробуту клієнтів і в досягненні цієї мети вони будуть спиратись на чотири аспекти:

- Дані
- Бізнес-модель
- Регулювання
- Технології

Джерело: [Дослідження KPMG Майбутнє цифрового банкінгу](#)



Сучасні тренди в сфері цифрових стратегій для банків

Банки та фінансові організації за допомогою штучного інтелекту будуть відслідковувати кожний крок для цілкового розуміння життя та потреб клієнтів та персоналізації запропонованих послуг.

Роль банку еволюціонує від управління фінансами клієнта до управління його життям на основі даних клієнта.

Кредитні продукти стануть більш гнучкими та персоналізованими, а оцінка ризикованості позичальника ґрунтуватиметься на життєвих звичках та історії покупок.

Роль банку полягатиме у тому, щоб допомогти клієнтам управляти своїм життям, визначити та запропонувати клієнту найбільш релевантний в даний момент сервіс, замовити та забезпечити його оплату.



Сучасні тренди в сфері цифрових стратегій для банків

Платформізація та створення екосистем — банки створюють цифрові платформи, на яких клієнти зможуть обирати серед запропонованих різними провайдерами сервісів ті, які найбільше відповідають їхнім запитам і максимально задовольняють їхні життєві потреби (приклад — WeChat в Китаї).

Оплата продуктів та послуг стане «невидимою» для клієнтів (приклад — Uber).

Взаємодія з клієнтами буде максимально простою та зручною за допомогою голосу, біометрії та wearable devices.

Традиційні банківські продукти будуть замінені контекстно-релевантними фінансовими послугами. Будуть створені такі продукти, як, наприклад "Lifestyle Bundle", які об'єднують в єдиний платіж всі періодичні платежі домогосподарства.

Цифрові валюти покращать зручність та швидкість платежів та дозволять запускати інноваційні послуги.



Сучасні тренди в сфері цифрових стратегій для банків

Довіра клієнта до банку, захисту його даних та приватності життя стане одним із ключовим аспектом у виборі банку.

Велику роль відіграватиме питання впевненості користувачів в захищеності їхніх даних та їхнього цільового використання, кібербезпека використовуватиме для захисту даних AI (штучний інтелект).

Банкам майбутнього доведеться провести переосмислення та монетизацію довіри, щоб отримати значну перевагу перед новими конкурентами.

Клієнти будуть впевненими, що автоматизовані рішення, прийняті від їхнього імені, будуть прозорими та зрозумілими для них. Це допоможе споживачам легше керувати своїм все більш складним та фрагментованим життям.

61 % CEO планують впровадження штучного інтелекту для покращення взаємодії з клієнтами. Більше ніж 85% взаємодії з клієнтами буде відбуватись без людського втручання.

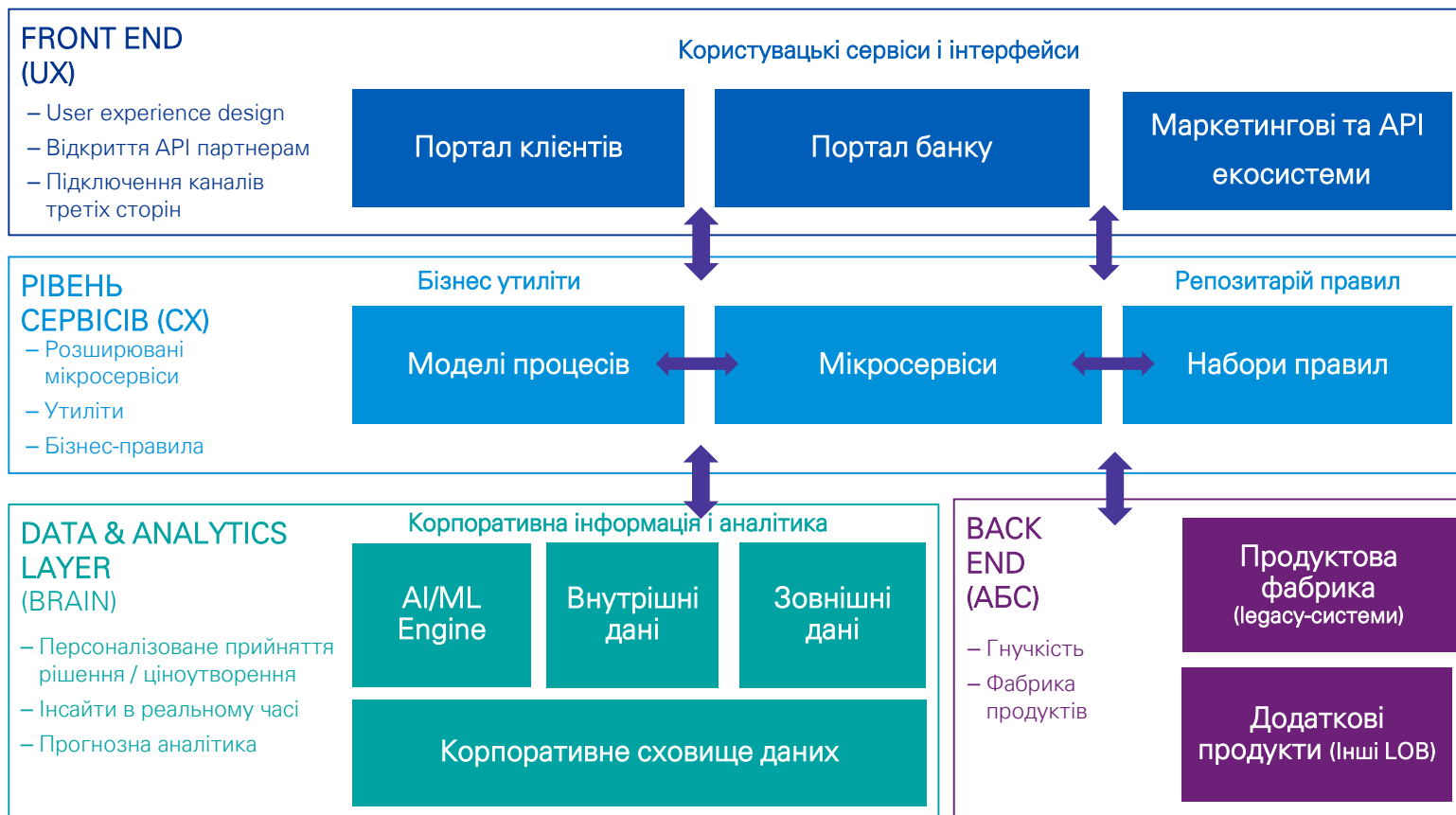
Сучасні тренди в сфері цифрових стратегій для банків

Що роблять банки-лідери вже зараз



Сучасні тренди в сфері цифрових стратегій для банків

Приклад модульної ІТ-архітектури цифрового банку



Характеристики:

- Екосистема для послуг третіх сторін
- Користувацькі інтерфейси, оптимізовані з точки зору клієнтського досвіду
- Гнучкість у створенні бізнес-процесів представниками бізнес-підрозділів без залучення ІТ
- Персоналізація клієнтських пропозицій в реальному часі на основі штучного інтелекту

Підсумки

1

Персоналізоване ціноутворення

Індивідуальне ціноутворення на основі внутрішньої та зовнішньої інформації

2

Залучення клієнтів на основі даних

Заснована на даних сегментація нових та існуючих клієнтів для підвищення ефективності залучення клієнтів (lead acquisition).

3

Керування витратами

Роботизація процесів
Нові процеси мають бути лише цифровими (digital by design)

4

Цифрова емпатія

Проактивний зв'язок та допомога клієнтам на основі відслідковування подій

5

100% когнітивні автоматизовані дії

Доповнення комунікацій та виконання дій на основі рішень штучного інтелекту та машинного навчання

6

Клієнтський досвід наступного покоління

Якісний та безперевний клієнтський досвід у всіх каналах взаємодії з клієнтом

7

Сприяння розвитку цифрових екосистем

Технологічні екосистеми - це продуктові платформи, що дозволяють інтегрувати сервіси та додатки, створені зовнішніми сторонами



kpmg.ua

Інформація, що подана у цій публікації, носить загальний характер і не висвітлює стан справ будь-якого окремого підприємства або фізичної особи. Незважаючи на те, що ми намагаємося подавати точну і своєчасну інформацію, ми не гарантуємо, що ця інформація є правильною на дату її отримання або буде достовірною у майбутньому. Ніхто не повинен діяти і покладатися на таку інформацію без відповідної професійної консультації, наданою після детального вивчення стану справ.

© 2019 ТОВ "КПМГ-Україна", компанія, яка зареєстрована згідно із законодавством України, член мережі незалежних фірм KPMG, що входять до асоціації KPMG International Cooperative ("KPMG International"), зареєстрованої згідно із законодавством Швейцарії. Усі права застережені.

KPMG та логотип KPMG є зареєстрованими торговими марками або товарними марками асоціації KPMG International.