

Visa Consulting & Analytics

Ako posilniť zážitok zákazníka

Digitálna angažovanosť je
v novom normáli stávkou

VISA everywhere
you want to be



Digitálne služby sú žiadané a očakávania zákazníkov sú vysoké



Správanie zákazníkov a preferované interakcie sa v dôsledku pandémie COVID-19 navždy zmenili a používanie digitálnych služieb bude nepochybne zohrávať významnú úlohu. Mala obrovský vplyv a Európa, podobne ako väčšina sveta, sa „digitalizovala“ v dôsledku uvalených karantén a opatrení na sociálny odstup. Digitálne prispôbenie sa v dôsledku toho vyskočilo z 81 percent na 95 percent, čo je nárast, ktorý by vo väčšine odvetví pri predpandemickom tempe rastu trval dva až tri roky.¹

Aby spoločnosti v budúcnosti prosperovali, musia zaistiť, aby ich digitálna ponuka bola to, čo ich zákazníci hľadajú, a aby bola lepšia ako ponuka ich konkurencie. 75 percent ľudí, ktorí použili digitálne kanály po prvýkrát počas pandémie, naznačuje, že ich budú používať aj naďalej, keď sa veci vrátia do „normálu“², digitálni oneskorenci budú pravdepodobne podstatne znevýhodnení.

Informácie o Visa Consulting & Analytics [Digitálne zacielenie a akvizícia v novej normálnej](#) bielej knihe, zamerali sme sa na otázky, ktoré si banka musí položiť pri prijímaní príležitosti digitálnej akvizície. Zdôraznili sme, že neuveriteľnú efektivitu je možné dosiahnuť digitálnym prístupom, ktorý tiež umožňuje skutočne bezproblémové používateľské prostredie bez starostí pre nových aj existujúcich zákazníkov.

1. McKinsey Digital: Európska digitálna migrácia počas pandémie COVID-19, júl 2020, <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/europes-digital-migration-during-covid-19-getting-past-the-broad-trends-and-averages>
2. McKinsey Digital: Zotavenie z pandémie COVID-19 bude digitálne, máj 2020, <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/the-covid-19-recovery-will-be-digital-a-plan-for-the-first-90-days>
3. Benchmarkingová štúdia Visa Digital Onboarding, stredná a východná Európa, júl 2020.

Zoznámenie sa s osvedčenými postupmi digitálnej registrácie

V tomto dokumente priblížime a poskytneme ďalšie poznatky a osvedčené postupy zo sveta onboardingu. Charakter bankových služieb sa naďalej vyvíja, podporuje ho pandémia, pričom offline a ťažkopádne ponuky sú nahradené službami priateľskými k zákaznikom a sú k dispozícii kedykoľvek a kdekoľvek. **Zákazníci prijímajú plne digitálnu budúcnosť a v bankovníctve sa táto cesta začína ešte predtým, ako zákazník nastúpil.**

Aj keď sa banky vo svojich digitálnych stratégiách stále čím ďalej, tým viac zameriavajú na onboarding, ukazuje sa, že je dôležitejší než kedykoľvek predtým. Vaše riešenie neovplyvní iba prihlásenie nových zákazníkov, zameranie tohto dokumentu, ale ani spôsob, akým sa vaši existujúci zákazníci prihlásia k ďalším produktom. **Výskum spoločnosti Visa zameraný na to, ako zvyšujú osvedčené postupy digitálneho onboardingu spokojnosť zákazníkov, ukazuje, že takto nastúpení zákazníci sú angažovanejší, pravdepodobne budú viac obchodovať naprieč kanálmi a geografickými oblasťami a prispievajú k väčšej ziskovosti**³. Táto zvýšená hodnota pre zákazníka je čiastočne spôsobená inovátnymi návrhmi, ako je napríklad okamžité vydanie platobných poverení a rozšírené možnosti platby, ktoré je možné dodať iba v digitálnom svete.

Aby sme uviedli do života to, čo spotrebiteľia očakávajú pri digitálnom vstupe, a poukázali na to, čo je možné, vykonali sme prieskum trhu. V zostávajúcej časti tohto príspevku používame tento výskum na:

- **analýzovanie súčasných skúsenosti s onboardingom**, ktoré poskytujú banky,
- **posúdenie sentimentu zákazníkov** s týmito skúsenosťami, a
- **stanovenie najlepšej praxe**, ktorá poteší zákazníka.

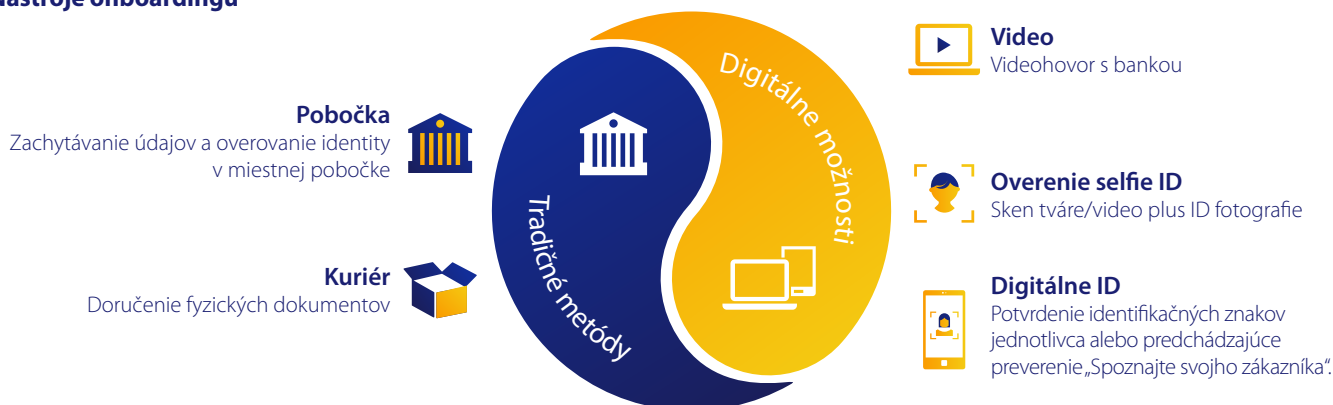
Digitálne doručovanie môže zákazníkovi priniesť zážitok z nástupu



Vstupná cesta sa začína od počiatočného momentu záujmu zákazníkov o vašu ponuku až do času, kedy môžu začať používať svoj účet. To, že bude táto cesta pre zákazníkov tŕcho najjednoduchšia a bezbolestná, bude viesť k angažovanosti v prvých dňoch vzťahu.

Pri hodnotení vstupnej cesty, ktorú nový zákazník zažije, či už ide o žiadosť o bežný účet, iný produkt alebo novú funkciu existujúceho produktu, je potrebné vyhodnotiť každú fázu procesu. Zachytávanie požadovaných údajov a overenie identity zákazníka sa tradične uskutočňovalo prostredníctvom osobných alebo poštových kanálov, ale digitálne možnosti vám poskytujú príležitosť dodať to, čo vaši zákazníci chcú.

Nástroje onboardingu



Existujú tri široké klasifikácie modelov pre nástup:



1. Tradičné

Cesty, ktoré sa začínajú a končia v offline kanáli (pobočka, kuriér).



2. Digitalizované

Cesty založené na tradičnom modeli s jedným alebo viacerými digitálnymi zásahmi.



3. Digitalizácia

Cesty postavené od nuly, ktoré sú od začiatku do konca plne digitálne.

Mnoho bánk dnes stále do značnej miery závisí pri vstupe na tradičných kanáloch, ale vidíme posun k digitalizovaným skúsenostiam, kde sú tradičné a digitálne cesty integrované v reakcii na požiadavky zákazníkov na flexibilnejšie možnosti. Identifikácia zákazníka a/alebo zhromažďovanie údajov sa stále viac vykonáva digitálne a je súčasťou aktuálnych tradičných ciest.

Plne digitálne cesty k zákazníkom sú najbežnejšie u novších hráčov, ktorí môžu pri definovaní svojich zákazníckych skúseností začať od nuly. Pomaly sme však svedkami toho, že súčasné banky začínajú úplne prehodnocovať cestu zákazníkov a navrhujú plne digitálne riešenia na začlenenie.

Výskum ukazuje, že vyspelá digitálna cesta zvyšuje spokojnosť zákazníkov



Analyzovali sme najlepšie globálne postupy a vykonali sme hĺbkové štúdiu o viac ako 70 rôznych cestách onboardingu, ktoré poskytujú špičkové banky v rámci strednej a východnej Európy (Poľsko, Česká republika, Slovensko a Maďarsko).⁴ Pri každej vstupnej ceste dostal zákazník niekoľko otázok o svojich skúsenostiach, ktoré mu umožnili definovať každú cestu a vyhodnotiť úroveň spokojnosti zákazníkov.

Aj keď sa našli príklady všetkých troch modelov nástupu, tradičné cesty boli najbežnejšie a digitálne cesty bolo najťažšie nájsť.

Napriek tomu, že existuje menej plne digitálnych riešení pre nástup, zákazníci boli veľmi nadšení výhodami, ktoré poskytovali.

Možnosť bezpečne dokončiť všetko online v čase, ktorý im vyhovuje, a možnosť okamžite použiť svoj účet prostredníctvom transakcií online a uskutočňovania prevodov, sa ukázala ako mimoriadne atraktívna. Zákazníci mali veľa dôvodov, prečo by v porovnaní s tradičnými metódami uprednostnili riešenie digitálneho pripojenia, vrátane jeho rýchlosti, pohodlia a transparentnosti. Plynulý, intuitívny a plne digitálne povolený proces onboardingu tiež dáva banke príležitosť zvýšiť angažovanosť od začiatku tým, že umožní používanie (karta v súbore, digitálne vydanie) od chvíle, keď je zákazník začne, čo zvyšuje to, že zostane, a znižuje sa šanca nečinnosti prijatím komplexného prístupu zameraného na zákazníka, ktorý sa sústreďuje na pohodlie.

„Online (je to moja voľba), ale iba vtedy, keď môžem vykonávať všetko online, bez potreby potvrdenia na pobočke alebo návštevy kuriéra. Tieto činnosti spoločne predlžujú proces zriadenia účtu.“

„Veľmi dôležitou podmienkou zriadenia online účtu je, aby bol účet otvorený čo najskôr. Je pre mňa normálne, že účet budem môcť používať do niekoľkých hodín.“



4. Benchmarkingová štúdia Visa Digital Onboarding, stredná a východná Európa, júl 2020.



Pri navrhovaní svojho riešenia digitálneho pripojenia sa riadte piatimi kľúčovými zásadami

Prostredníctvom nášho výskumu sme identifikovali niektoré kľúčové faktory úspechu, ktoré, ak sa použijú pri formovaní vášho návrhu, zvýšia spokojnosť vašich zákazníkov počas počítačových rokovaní s vašou organizáciou. Zákazníci sú pripravení a čakajú na plne digitálnu budúcnosť, ale to, čo im ponúkate, im musí nielen poskytnúť úsporu času, ale zároveň ich aj povzbudiť, aby v prvých dňoch využívali svoj účet naplno. Integrácia umiestnenia ich kreditných kariet online a do mobilu ako súčasť nástupnej cesty pomôže rýchlo vybudovať angažovanosť zákazníkov.

Vaše riešenie digitálneho pripojenia by v ideálnom prípade malo spĺňať týchto päť kľúčových princípov:



1. Optimalizovaný proces

- **Obmedzte dobu trvania** na menej ako 10 minút.
- **Vyhýbajte sa opakovaniu**, pričom každý údaj vyžiadať iba raz.



2. Zjednodušená cesta zákazníka

- **Komunikujte jednoducho a presne** v každom štádiu procesu.
- **Používajte zmysluplnú a doplnkovú grafiku**, ktorá v kombinácii s textom poskytne silnejší odkaz.
- **So zákazníkmi buďte otvorení**, jasne ukážte, čo sa od nich vyžaduje.



3. Bezproblémový používateľský zážitok

- **Poskytnúť prístup dobre vyškoleným ľuďom** s cieľom okamžite riešiť všetky problémy.
- **Uľahčiť niekoľkokanálový proces**; v prípade problémov zabezpečiť, aby mohla aplikácia pokračovať na inom kanáli.



4. Využívanie technologických možností

- **Poskytnite možnosť zapojiť sa do jednej relácie**, od záujmu po používanie.
- **Integrujte funkcie skorého použitia**, ako je digitálne vydávanie, poskytovanie karty na súbor a elektronická peňaženka, online prihlásenie obchodníka, napr. Netflix



5. Najmodernejšie zabezpečenie

- **Predstavte členenú a dobre informovanú bezpečnostnú politiku** s cieľom chrániť zákazníka.

Štrukturalizáciou svojho riešenia digitálneho nástupu tak, aby poskytovalo to, čo vaši zákazníci chcú, im umožníte okamžite začať používať vaše služby, čím sa zvýši vaša šanca na úspech.

Prijmite osvedčené postupy, ktoré zlepšia vašim zákazníkom zážitok z digitálneho pripojenia

Prostredníctvom skúmania názorov zákazníkov ich cesty digitálnym prijímaním sme dokázali identifikovať 18 rôznych osvedčených postupov pre procesy. Ich zahrnutím do svojej ponuky je oveľa pravdepodobnejšie, že zlepšíte zapojenie zákazníkov, zefektívните proces onboardingu a zaistíte, aby váš zákazník mohol začať okamžite používať svoj účet.

Osvedčené postupy pre digitálne zapojenie



Vylepšiť zákazníka Zapojenie

“ Komunikujte jednoducho a presne

“ Používajte neformálny jazyk

☰ Jedna otázka na formát obrazovky

☰ „Panel úloh“, ktorý ukazuje, kde je zákazník na ceste

☰ Používajte grafiku a farby

🔒 Najlepší prístup k zabezpečeniu účtu vo svojej triede

🔒 Ďalšia vrstva zabezpečenia



Zefektívniť proces náboru

* Informujte zákazníka o požadovaných dokumentoch

* Presentujte zmluvné podmienky a vyhlásenia zmysluplným spôsobom

⋯ Používajte plne digitálne *Spoznajte svojho zákazníka proces*

⋯ Minimalizujte ručné zadávanie údajov

▶▶ Urýchlite tento proces pomocou plne využiteľnej technológie

▶▶ Čas onboardingu kratší ako desať minút



Umožniť okamžitý prístup k účtu

☑ Virtuálna karta vydaná na okamžité použitie

☑ Aktivovať online bankovníctvo

☑ Okamžité pridanie karty do digitálnej peňaženky

☑ Okamžitá voľba PIN karty

☑ Uvedte dátum dodania fyzickej karty

Dobrou disciplínou je porovnať, kde ste proti týmto osvedčeným postupom. Na základe našich skúseností na digitálnej ceste po celom svete je dobrým sprievodcom:

FUNKČNÉ

Prijatie <7 najlepších postupov. Vaša cesta digitálneho prijímania pravdepodobne nespĺňa potreby vašich zákazníkov.

DOBRE

Prijatie 7 až 10 osvedčených postupov. Vaša cesta digitálneho nástupu je dobrá, existujú však veci, ktoré môžete urobiť, aby ste boli pre potenciálnych zákazníkov atraktívnejší.

NAJLEPŠIE

Prijatie 11 alebo viacerých osvedčených postupov. Ste jedným z najlepších subjektov na svojom trhu, čo vám poskytuje konkurenčnú výhodu.


Správne uvedenie tohto prvého kontaktného bodu so zákazníkmi môže byť bránou k oveľa výnosnejšiemu vzťahu, a to tak pre vás, ako aj pre vašich zákazníkov. Využívanie technológie na odblokovanie ďalších inovácií umožňuje vašim zákazníkom okamžite vykonávať transakcie a spravovať svoje financie.

Niektoré banky už poskytujú kvalitný zážitok z digitálneho zapojenia sa, ktorý preferujú ich zákazníci

Keďže Fintech poháňa prechod na digitálne riešenia, niektoré súčasné banky ich nasledujú a ponuky sú navrhnuté tak, aby vyhovovali pravidlám overovania pre ich trh. Regulácia zameraná na zákazníka umožnila niektorým bankám zjednodušiť proces „Poznaj svojho zákazníka“, napríklad ak už zákazník má účet v Klarne, a preto bol preverený, môžu to využiť inde na preukázanie identity a vyhnúť sa ďalšej preverke.






Na trhoch, ako je Holandsko, Nový Zéland, severské krajiny a Spojené kráľovstvo, nájdete skvelé príklady bánk, ktoré sú v popredí tohto vývoja a ktoré svojim zákazníkom prinášajú skutočne digitálne zážitky. Jedna taká popredná ponuka nástupu je od banky Bank Pekao S.A. v Poľsku, ktorá odráža päť hlavných zásad a zahŕňa mnohé z osvedčených postupov uvedených v tomto dokumente. Nižšie nájdete prehľad niektorých funkcií a procesov, ktoré tvoria ich ponuku digitálneho pripojenia.

Prípadová štúdia digitálneho pripojenia banky Bank Pekao S.A.



Otvorte si účet selfie a využívajte aktuálne akcie

Otvoriť účet

-  1. Optimalizovaný proces
-  2. Zjednodušená cesta zákazníka
-  3. Bezproblémový používateľský zážitok
-  4. Využívanie technologických možností
-  5. Najmodernejšie zabezpečenie

Jednoduchý postup krok za krokom, v ktorom sa postupne pýtate na všetky požadované informácie.

1. krok
Potom, ako si vyberiete aplikáciu, vyberte si možnosť „Stať sa klientom Pekao“.



Doklady totožnosti je možné „prečítať“ cez telefón, oproti čomu je možné overiť „selfie“ v reálnom čase.



Doplnková grafika a použitý text:
„Požiadame vás, aby ste nahrali niekoľko pohybov hlavy na potvrdenie vašej identity.“



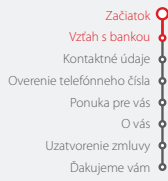
Okamžitá podpora človeka na okamžité riešenie problémov.



Účet je možné otvoriť prostredníctvom mobilného telefónu alebo počítača, pričom cesta je v každom kanáli odlišná.




Zákazník sa môže rýchlo zapojiť do jednej relácie pomocou kamery a back-end technológie na overenie identity.



Online bankovníctvo je zriadené ako súčasť procesu registrácie:
„Zadajte kód, ktorý sme vám odoslali prostredníctvom SMS, a nastavte si vlastné heslo do online bankovníctva.“

Silné overenie totožnosti prostredníctvom dodatočného kroku overenia, na otvorenie účtu/ niektorých transakcií.



Výhody pre vás a vašich zákazníkov

Poskytovanie bezproblémového, intuitívneho digitálneho zážitku z onboardingu, vďaka ktorému zákazníci môžu od začiatku poskytovať svoje platobné údaje a vkladať ich do svojich elektronických peňaženiek alebo od preferovaných obchodníkov, vedie k vyššej angažovanosti a prirodzene poháňa aktiváciu a používanie od prvého dňa. Banke to zároveň umožní zabezpečiť lepšie dodržiavanie predpisov, znížiť náklady a okamžite poskytovať inovatívne riešenia. Náš výskum prináša jasné a jednoduché posolstvo: nástup digitálnej technológie zvýšil očakávania zákazníkov mať jednoduchý a pohodlný používateľský zážitok, či už si otvárajú bankový účet alebo robia svoje online nákupy.

Čo sa týka digitálneho pripojenia, zákazníci v priemere opustia svoju aplikáciu po 14 minútach a 20 sekundách. Pokiaľ to trvá dlhšie, proces opustí 55 percent zákazníkov⁵.

Ak požadovaný čas dosiahne 20 minút, 70 percent zákazníkov úplne upustí od pokusu otvoriť si účet.

Preto, aby ste zaistili prilákali angažovaných zákazníkov, musíte poskytnúť zážitok z digitálneho onboardingu, ktorý je krátky a priamy a ktorý zákazníka poteší. Naučené a osvedčené postupy načrtnuté v tomto dokumente je možné použiť na dosiahnutie skutočného rozdielu na akomkoľvek trhu na svete.



Ako vám môže pomôcť Visa

Spoločnosť Visa Consulting & Analytics (VCA) vás môže sprevádzať úspešným vykonaním každého zo štyroch krokov, ktoré musíte dodržať pri vytváraní správneho návrhu digitálneho onboardingu pre svojich zákazníkov.

1. Posúdenie súčasného riešenia

- Spoločnosť VCA sa môže podrobne pozrieť na vaše aktuálne toky pri vstupe, a to z používateľskej skúsenosti, ako aj z hľadiska procesov.
- Pomôžeme vám tiež zorientovať sa v akýchkoľvek regulačných prekážkach a legislatíve miestneho trhu.

2. Vývoj obchodných prípadov/analýza vplyvu

- Rozvíjajte obchodný prípad zmeny, ktorý pokryje prírastkové výhody a náklady.
- Posilnenie podpory zákazníckych služieb s cieľom pomôcť vyriešiť akékoľvek problémy používateľov.

3. Skúsenosti používateľov Dizajn a výskum

- Vývoj toku procesov vychádzajúci z primárneho prieskumu zákazníkov na vašom trhu, čo zaisť najlepšie správy a komunikáciu.
- Otestovanie prototypov u zákazníkov s cieľom upresniť ich a prispôbiť ich očakávaniam.

4. Rozvoj riešenia

- Spoločnosť VCA môže vyčleniť zdroje, ktoré vám pomôžu zostaviť váš návrh na onboarding. (Spoznajte svojho zákazníka, digitálne vydávanie, poskytovanie)
- Využité pripravené možnosti digitálneho zapojenia pomocou rozhraní API Visa a partnerov Fintech Connect.

⁵ Význam: Boj o onboard III - Prečo obrovské investície do digitálnej transformácie viedli k tak malým zmenám?, 2019. <https://ecutechnology.com/wp-content/uploads/2020/04/The-Battle-to-Onboard-III-Signicat.pdf>

Informácie o Visa Consulting & Analytics

Sme globálnym tímom stoviek platobných poradcov, špecialistov na digitálny marketing, dátových vedcov a ekonómov na šiestich kontinentoch:

- Naši konzultanti sú odborníkmi na stratégiu, správu produktového portfólia, digitálne, rizikové a ďalšie, ktorí majú desaťročia skúseností v platobnom priemysle.
- Naši dátoví experti sú odborníkmi na štatistiku, pokročilú analytiku a strojové učenie s výhradným prístupom k informáciám z VisaNet, jednej z najväčších platobných sietí na svete.
- Naši ekonómovia chápu ekonomické podmienky ovplyvňujúce spotrebiteľské výdavky a poskytujú jedinečný a včasný prehľad o trendoch globálnych výdavkov.

Kombinácia našich rozsiahlych odborných znalostí v oblasti platobného poradenstva, našej ekonomickej inteligencie a širokej škály údajov nám umožňuje identifikovať použiteľné prehľady a odporúčania na zlepšenie vášho návrhu digitálneho zapojenia.

Pomôžeme vám zlepšiť vašu digitálnu ponuku a dizajn, zdokonaľiť vašu stratégiu zacielenia a akvizície a transformovať digitálne zážitky, ktoré vaši zákazníci dostávajú.



Ak potrebujete pomoc pri riešení akýchkoľvek otázok uvedených v tomto dokumente, kontaktujte svojho vedúceho účtu Visa a dohodnite si stretnutie s naším tímom Visa Consulting & Analytics alebo pošlite e-mail na VCA@Visa.com. Môžete nás navštíviť aj na [Visa.com/VCA](https://www.visa.com/VCA).

Podmienky popísané v tomto dokumente slúžia len na diskusné účely a nie sú záväzné pre spoločnosť Visa. Podmienky a všetky navrhované záväzky alebo povinnosti podliehajú a sú podmienené dohodou strán a písomnou a záväznou konečnou dohodou. Spoločnosť Visa si vyhradzuje právo vyjednať všetky ustanovenia týchto konečných dohôd vrátane podmienok, ktoré môžu byť bežne súčasťou zmlúv. Prípadové štúdie, porovnávaná, štatistiky, výskumy a odporúčania sú poskytované „TAK AKO SÚ“ a slúžia len na informačné účely a nie je možné sa na ne spoliehať ako na prevádzkové, marketingové, právne, technické, daňové, finančné alebo iné poradenstvo. Spoločnosť Visa Inc. neposkytuje záruku ani vyhlásenia o úplnosti alebo presnosti informácií uvedených v tomto dokumente, ani nepreberá žiadnu zodpovednosť ani záväzok, ktoré môžu vyplývať zo spoliehania sa na tieto informácie. Informácie obsiahnuté v tomto dokumente nie sú určené ako investičné alebo právne rady a odporúčame požiadať o radu kompetentného odborníka, ak je takéto poradenstvo potrebné. Pri implementácii akejkoľvek novej stratégie alebo praxe by ste sa mali poradiť so svojim právnym zástupcom, aby ste zistili, aké zákony a predpisy sa môžu vzťahovať na vaše konkrétne okolnosti. Skutočné náklady, úspory a výhody akýchkoľvek odporúčaní, programov alebo „osvedčených postupov“ sa môžu líšiť v závislosti od vašich konkrétnych obchodných potrieb a požiadaviek na program. Odporúčania svojou povahou nie sú zárukou budúcej výkonnosti alebo výsledkov a sú predmetom rizík, neistôt a predpokladov, ktoré je ťažké predvídať alebo kvantifikovať. Všetky názvy značiek, logá a/alebo ochranné známky sú vlastníctvom ich príslušných majiteľov, slúžia iba na účely identifikácie a nemusia nevyhnutne znamenať schválenie produktu alebo príslušnosť k spoločnosti Visa.