



اولین کنفرانس ملی تحول دیجیتال

تحول دیجیتال

مبتنی بر مدیریت تجربه مشتری

علی عبدالهی
عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی
مدیر عامل شرکت ملی انفورماتیک

(دانشگاه خاتم، تهران - ۱۰ اسفندماه ۱۴۰۱)

مفروضاتی در خصوص تحول دیجیتال

✓ تحول دیجیتال به عنوان یک راهبرد

✓ محوریت ارزش آفرینی دیجیتال

- عملکرد بهتر
- دسترسی آسان تر و بیشتر (کاهش و یا حذف محدودیت های زمانی و مکانی)
- انجام کامل کار
- سفارشی سازی
- کاهش ریسک
- انجام خودکار کارها
- عملکرد هوشمندانه

- منبع اصلی ارزش آفرینی به ویژه مبتنی بر نوآوری

- نظم نوآوری

- انواع CRM

اهمیت مدیریت تجربه مشتری

رضایت (سطح محصول)، درصد

درصد مشتریان

- ✓ تامین نیازهای مشتریان می‌بایست نقطه تمرکز تعریف پروژه‌ها و اقدامات بانک‌ها باشد
- ✓ بانک نمی‌تواند از منظر خود نیازهای مشتریان را توصیف کند و انتظارات مشتریان باید از جانب خود آن‌ها بیان شوند.
- ✓ شناخت و درک صحیح نیازهای مشتریان برای بانک‌های امروزی یک قابلیت کلیدی است

بار در هفته در هفته در ماه در ماه یک تا سه ماه در سال

بین این دو قطب (مشتریانی که به میزان زیادی از اپلیکیشن تلفن همراه استفاده می‌کنند و مشتریانی که اصلاً استفاده نمی‌کنند) مشتریانی هستند که از اپلیکیشن بانکی خود بین چند بار در سال تا چند بار در ماه استفاده می‌کنند، می‌بینیم که این گروه در گذار دیجیتالی گرفتار شده‌اند.

ظهور اهمیت مشتری در دوره‌های تحول بانکداری دیجیتال در جهان

تمرکز بر توسعه محصولات جدید

تمرکز بر فرایند و فناوری

دوره تحول نسل ۱

بانکداری الکترونیکی

- تمرکز بر مدیریت فرایند
- ایجاد اولین کانال‌های الکترونیکی (به طور خاص بانکداری آنلاین)
- نهادینه شدن زیرساخت‌های فناوری اطلاعات

دوره تحول نسل ۲

بانکداری دیجیتال (گذار)

- بانکداری مبتنی بر تلفن همراه
- کیف پول الکترونیک و وام دهی آنلاین
- جایگزینی سیستم‌های فناوری اطلاعات سیلویی با سیستم‌های بانکداری متمرکز (core banking)

تمرکز بر مشتری

دوره تحول نسل ۳

بانکداری امنی چنل

- کشف مزیت رقابتی در **تجربه مشتری**
- دیجیتالی نمودن ۹۵٪ از تمامی تراکنش‌های بانکی
- فراهم آوردن بانکداری امنی چنل

دوره تحول نسل ۴

بانک دیجیتالی شده

- خدمات شخصی‌سازی شده
- تحلیل‌های پیشرفته پیشگويانه در سطح تک تک مشتریان با استفاده از هوش مصنوعی
- مدیریت **امنیت مشتریان** از طریق بلاکچین
- بانک به مثابه سوپرمارکت مالی
- جایگزینی سیستم‌های بانکداری متمرکز با سیستم‌های بانکداری مبتنی بر پلتفرم به منظور فراهم آوردن دسترسی باز

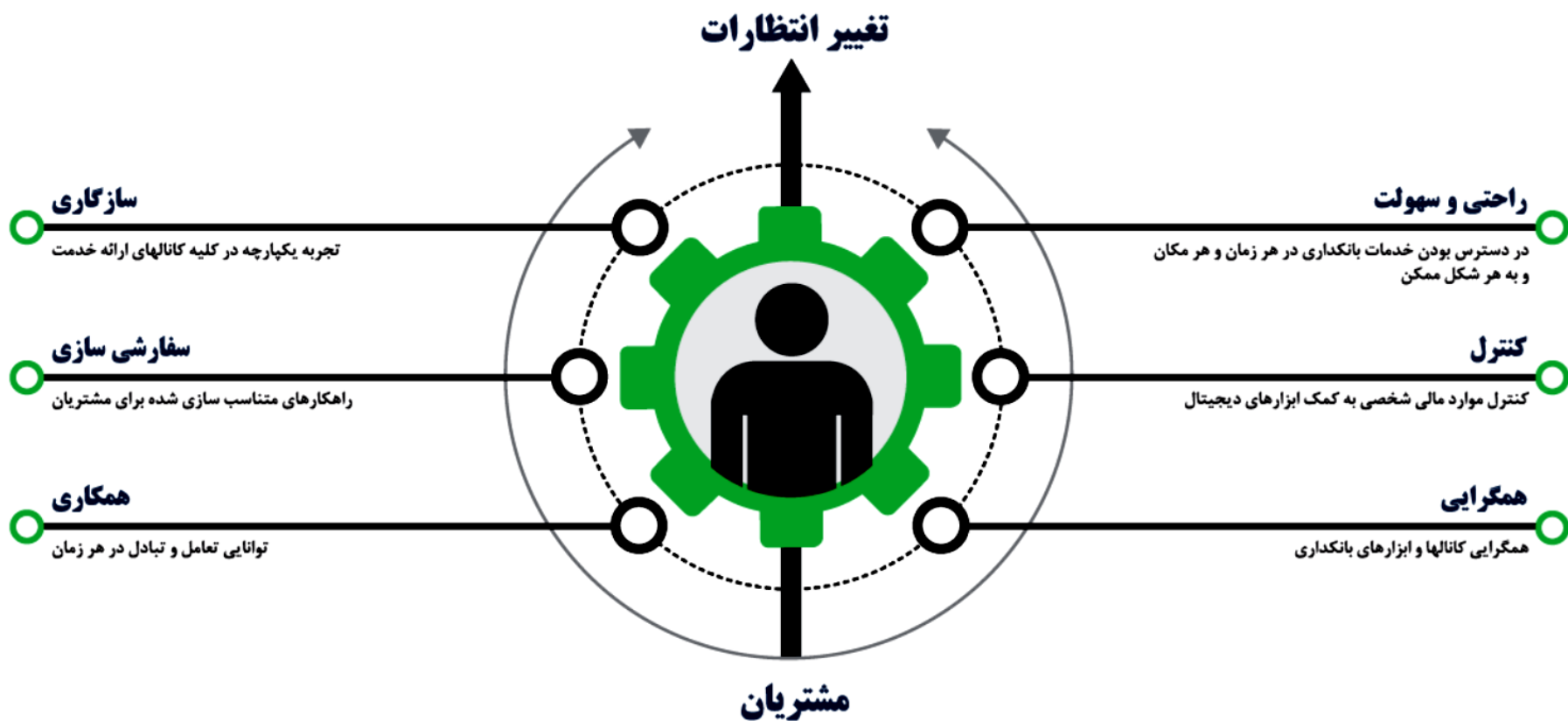
تمرکز بر مشتریان و شخصی سازی خدمات

« ۱-۵. درس آموخته‌های تدوین نقشه راه و نحوه استقرار بانکداری دیجیتال

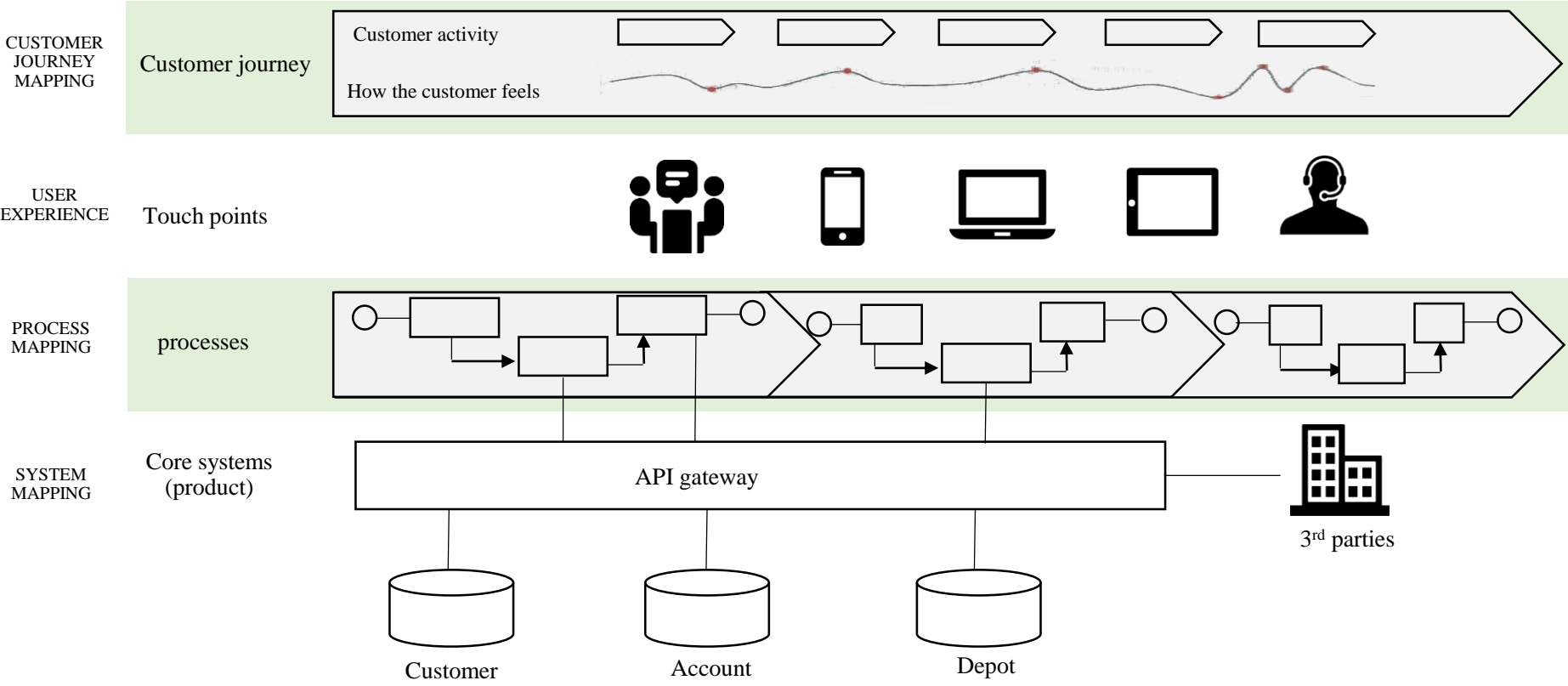
از آنجایی که بحث تحول دیجیتال تسخه واحدی نداشته و به فراخور زمان نیز دائم در حال تغییر می‌باشد؛ بنابراین تجارب و آموخته‌هایی در رابطه با نحوه مدیریت موضوع و تعامل با شبکه بانکی جهت استقرار بانکداری دیجیتال کسب شده است که در ذیل به آن می‌پردازیم:

- تغییر نگاه از محصول محوری به مشتری محوری و نگاه از بیرون به درون، جزء موارد مهم و اصلی در راستای ایجاد تغییرات بنیادی در نگرش بانک‌ها در این حوزه محسوب می‌شود؛
- بانک‌هایی که از سنوات قبل، پیاده‌سازی بانکداری دیجیتال را مدنظر قرار داده بودند، در مقایسه با سایر بانک‌ها از منظر بسط فرهنگی موضوع، موفق‌تر عمل نموده‌اند؛
- از آنجایی که مبحث بانکداری دیجیتال، نیاز به بسترهای لازم در حوزه تکنولوژی‌های بدیع و به‌روز دارد، بانک‌هایی که در این زمینه از توانایی بالایی برخوردار بودند، از منظر پیش‌نیازها و پیشران‌ها نسبت به سایر بانک‌ها در وضعیت بهتری قرار داشتند؛

ویژگی‌های تبیین‌کننده انتظارات مشتریان در عصر بانکداری دیجیتال



اهمیت تجربه مشتری

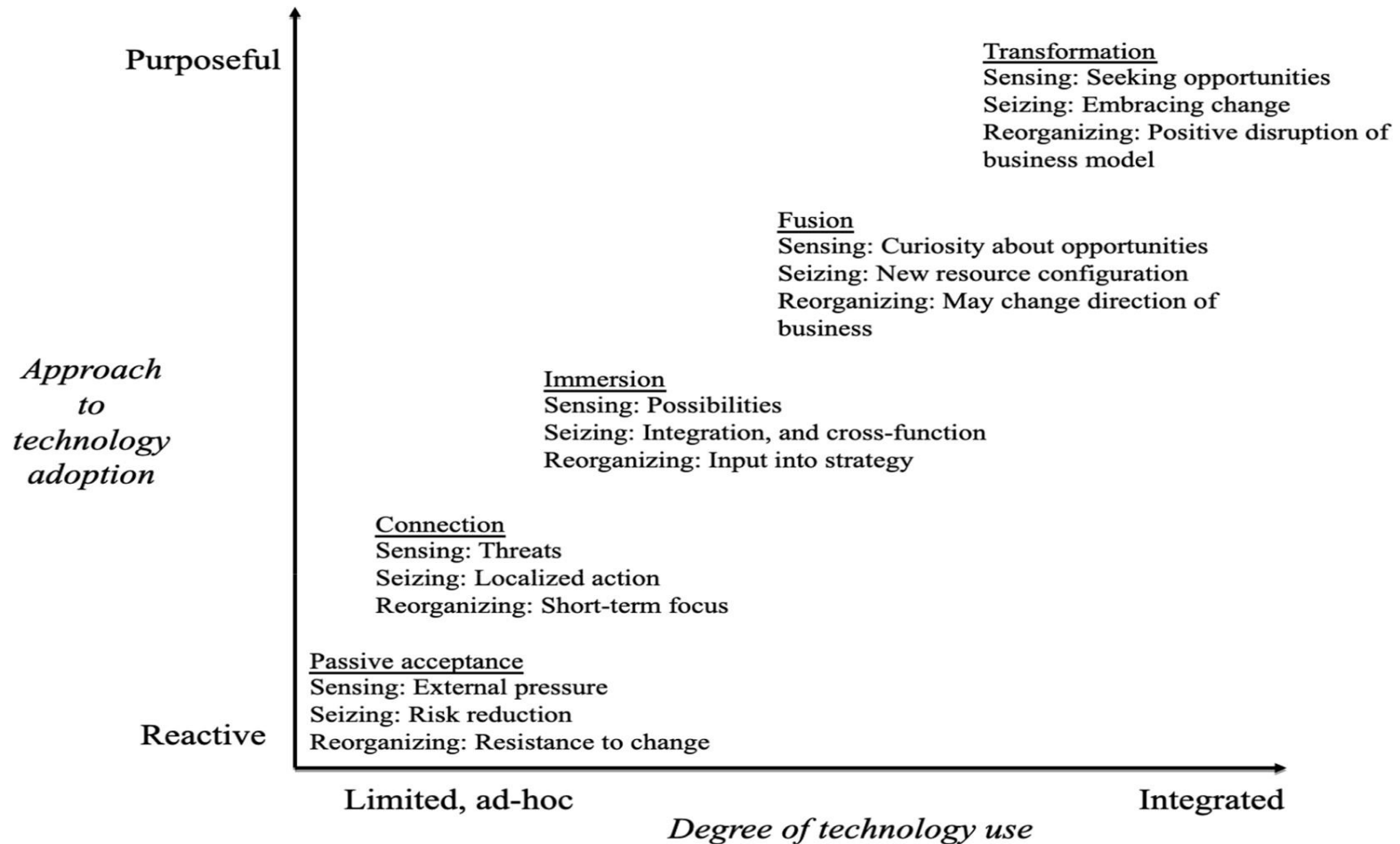


مبنای ارزش آفرینی دیجیتال

✓ گذر از منبع محوری به قابلیت محوری

- توانایی بنگاه ها برای ایجاد، ادغام و پیکربندی مجدد منابع و شایستگی های داخلی و خارجی برای پاسخ گویی و انطباق موثر با محیط هایی که در حال تجربه تغییرات سریع هستند.

تحول دیجیتال بر مبنای قابلیت محوری



مدیریت تجربه مشتری مبتنی بر قابلیت های محوری

● شرط موفقیت در ایجاد تجربه مناسب برای مشتری، انطباق تغییر در **نیازمندی های مشتری** و تغییر در **قابلیت های بانک** است.

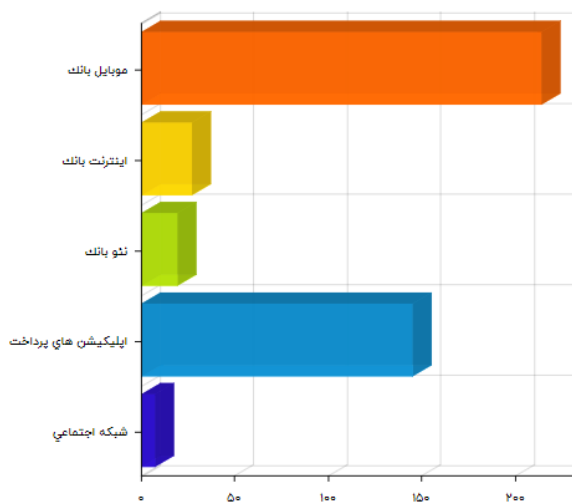
در سازمان های امروزی برای تحول دیجیتالی موفق، استراتژی توسعه منبع محور باید به استراتژی توسعه قابلیت محور مبدل شود



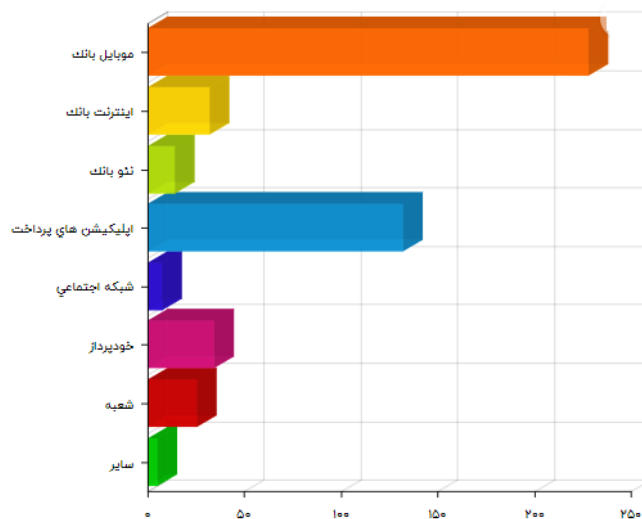
تجربه مشتری از وضعیت فعلی بانکداری دیجیتال

برخی از نتایج یک پیمایش میدانی از ارزیابی تجربه مشتریان از وضعیت فعلی بانکداری دیجیتال

در کدام گزینه بهترین تجربه را در انجام کارهای بانکی داشته اید؟



از کدام روش کارهای بانکی خود را بیشتر انجام می دهید؟



نتایج نشان از تجربه نامطلوب مشتریان در حوزه‌های خدماتی را زیر دارد:

- ✓ مراکز تماس، راهنمایی و پاسخگویی به مشتریان
- ✓ حوزه نصب و بروزرآوری نسخ جدید موبایل اپ‌ها

- تحول دیجیتال به عنوان راهبردی برای ارزش آفرینی برای مشتری
- قابلیت محوری به جای منبع محوری
- تحول دیجیتال مبتنی بر قابلیت های کلیدی برای مدیریت تجربه مشتری

﴿ با سپاس ﴾