

Dla: specjalistów
z dziedziny e-biznesu
i strategii wielokanałowej

Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w Europie w 2014 r.

Autorzy: Benjamin Ensor i Aurélie L'Hostis, 23 czerwca 2014

NAJWAŻNIEJSZE FAKTY

Firma Forrester oceniła usługi bankowości mobilnej oferowane przez 11 wiodących banków w Europie

Nasze kryteria oceny obejmują informacje dotyczące kont, funkcje przetwarzania transakcji oraz obsługę różnych systemów operacyjnych dla urządzeń przenośnych.

Bank Garanti oferuje najszerszy zakres funkcji kolejnej generacji

Najwyższy wynik w naszej analizie otrzymał turecki bank Garanti. Bank Garanti oferuje szeroką gamę przelewów, opcje płatności rachunków, płatności bezpośrednie (P2P) i w punktach sprzedaży, a także różne funkcje następnej generacji, w tym nawigację głosową, marketing kontekstowy, usługę „mobilny portfel”, jak również możliwość uzyskiwania informacji na temat dodatkowych produktów.

Każdy bank prawidłowo realizuje podstawowe funkcje; czas lepiej wykorzystać kontekst

Po opanowaniu podstaw zespoły ds. bankowości elektronicznej w bankach europejskich powinny podjąć działania zmierzające do usprawnienia funkcji samoobsługi, dostarczenia narzędzi do zarządzania zasobami finansowymi, sprzedaży dodatkowych produktów i usług przeznaczonych dla użytkowników urządzeń przenośnych oraz wykorzystania kontekstów charakterystycznych dla każdego klienta w celu zwiększenia jego zainteresowania informacjami, ofertami i powiadomieniami.

Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w Europie w 2014 r.

Bank Garanti uzyskuje najwyższą ocenę w naszej analizie usług świadczonych na rzecz właścicieli urządzeń przenośnych przez europejskie banki

Autorzy: [Benjamin Ensor](#) i [Aurélie L'Hostis](#)

Współpraca: [Oliwia Berdak](#), [Stephen Walker](#) i Alexander Causey

DLACZEGO WARTO PRZECZYTAĆ TEN RAPORT

Zastosowaliśmy własną metodologię porównującą funkcje oferowane w ramach bankowości mobilnej, aby ocenić ofertę bankowości mobilnej dla klientów detalicznych 11 dużych europejskich banków detalicznych w całej Europie na podstawie ponad 35 kryteriów. Banki stworzyły mocne podstawy do rozwoju bankowości mobilnej, udostępniając szeroki zakres informacji oraz funkcji transakcyjnych osobom korzystającym z różnorodnych urządzeń. Aby wykorzystać te mocne podstawy, zespoły zajmujące się bankowością elektroniczną muszą pomóc klientom w zarządzaniu środkami finansowymi, dostarczać im informacji kontekstowych i rozpocząć nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi klientami, oferując im produkty oraz informacje. Celem tego raportu jest ułatwienie specjalistom z dziedziny e-biznesu i strategii wielokanałowej porównania oferowanych funkcji obejmujących bankowość mobilną, zidentyfikowania dobrych praktyk, a także planowania usprawnień w zakresie usług bankowości mobilnej.

Spis treści

- 2 **Metodologia Forrester porównująca funkcje bankowości mobilnej**
- 5 **Porównanie: Bank Garanti zajął czołowe miejsce dzięki rozszerzonym funkcjom**
- 7 **Najlepsze praktyki dotyczące bankowości mobilnej stosowane w europejskich bankach**

ZALECENIA

- 30 **Wyróżnienie się poprzez zapewnienie wygody w sposób kontekstowy**

JAK FIRMA FORRESTER MOŻE POMÓC

- 31 **Porównaj swoje mobilne usługi bankowe z innymi, aby poznać mocne i słabe strony swoich usług**
- 32 **Materiały dodatkowe**

Uwagi i źródła

Firma Forrester wykorzystwała własną metodologię porównującą funkcje oferowane w ramach bankowości mobilnej do oceny ofert tego typu dla klientów 11 dużych europejskich banków detalicznych: Bank Millennium, BBVA, BNP Paribas, Deutsche Postbank, Garanti Bank, ING Bank, Intesa Sanpaolo, la Caixa, mBank, Société Générale oraz UniCredit.

Powiązane raporty badawcze

[Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w Kanadzie w 2014 r.](#)
27 maja 2014 r.

[Porównanie funkcji banków internetowych w Europie w 2014 r.](#)
27 maja 2014 r.

[Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w USA w 2014 r.](#)
27 maja 2014 r.

[Najlepsze praktyki dotyczące bankowości mobilnej](#)
28 stycznia 2013 r.



METODOLOGIA FORRESTER PORÓWNUJĄCA FUNKCJE BANKOWOŚCI MOBILNEJ

W celu ułatwienia specjalistom z dziedziny e-biznesu i strategii wielokanałowej porównania oferowanych funkcji obejmujących bankowość mobilną i zaplanowania usprawnień, zastosowaliśmy własną metodologię porównującą funkcje oferowane w ramach bankowości mobilnej w celu dokonania oceny usług z zakresu bankowości mobilnej świadczonych przez 11 dużych banków detalicznych w siedmiu krajach Europy: BNP Paribas i Société Générale we Francji, Deutsche Postbank w Niemczech, Intesa Sanpaolo i UniCredit we Włoszech, ING Bank w Holandii, Bank Millennium i mBank w Polsce, BBVA i la Caixa w Hiszpanii oraz Garanti Bank w Turcji.¹ Przeanalizowaliśmy również usługi mobilne świadczone przez wiodące banki w Kanadzie, Wielkiej Brytanii i USA, a wyniki analizy opublikowaliśmy w oddzielnych raportach.² Nasza metodologia obejmuje trzy etapy:

- 1. Określenie scenariusza klienta.** Wykorzystaliśmy dane uzyskane z ankiety Consumer Technographics® firmy Forrester do opracowania opisu klienta na podstawie profili typowych użytkowników europejskiej bankowości mobilnej (patrz rys. 1). Aby przetestować funkcje mobilne, przyjęliśmy cztery częste cele z zakresu bankowości, które próbowaliśmy zrealizować, korzystając z oferowanych przez banki aplikacji na urządzenia iPhone oraz na urządzenia z systemem Android.³ Cele odzwierciedlają zakres operacji, które klienci spodziewają się zrealizować, korzystając z bankowości mobilnej: wyświetlanie skonsolidowanego salda, realizacja transferów pieniężnych, opcje płacenia rachunków i powiadomienia.⁴
- 2. Usługi bankowości mobilnej były oceniane z uwzględnieniem różnych kategorii i kryteriów.** Nasza metodologia porównująca funkcje bankowości mobilnej obejmuje 37 oddzielnych kryteriów. Potencjalny wynik każdego kryterium mieści się w zakresie od -2 do +2. Wyniki pokazują, w jakim stopniu każda funkcja spełnia potrzeby klientów i pomaga im w uzyskaniu założonych celów. Kryteria podzielono na siedem kategorii: zakres punktów kontaktu, rejestracja i logowanie, informacje o koncie, funkcje realizacji transakcji, funkcje obejmujące świadczenie usług, wielokanałowe doradztwo, a także marketing i sprzedaż.
- 3. Ocena firm.** Każde kryterium zważyliśmy tak, aby — ogółem — największy wpływ na łączny wynik banku miały funkcje mobilne najistotniejsze dla klientów (patrz rysunek 2). W tym roku zmodyfikowaliśmy wyważenie w celu nieznacznego zwiększenia wagi dwóch kategorii: rejestracja i logowanie oraz marketing i sprzedaż.⁵ Przyjęte wartości są wynikiem kompromisu, ponieważ w różnych krajach różne funkcje mają odmienne znaczenie. Połączenie wyważenia i wyników dla wybranych kryteriów pozwala uzyskać ogólny wynik dla każdej kategorii, a także dla wszystkich usług mobilnych banku. Ostateczne wyniki mieszczą się w 100-punktowej skali — nasze minimalne standardy spełnia wynik powyżej 50.

Rysunek 1 Opis klienta i cele

Opis klienta

Maria jest 36-letnią mężatką i ma dwoje dzieci. Niedawno rozpoczęła nową pracę w firmie biotechnologicznej i otrzymuje dobrą pensję. Wraz z mężem kupili dom, który wymaga pewnych napraw. Zazwyczaj wiele czasu spędza w pracy, a niedawna przeprowadzka i remont domu spowodowały dodatkowy stres i nieco zdezorganizowały jej codzienne życie. Od ponad sześciu lat korzysta z bankowości internetowej, a od niedawna coraz częściej korzysta z telefonu iPhone przy wykonywaniu operacji bankowych, aby na bieżąco śledzić stan swoich finansów.



Cele klienta

- **Wyszukiwanie i przegląd ostatnich transakcji.** Maria zauważa, że w ubiegłym tygodniu powinna była otrzymać przelew z pierwszą wypłatą. Pamięta, że skonfigurowaną automatyczną wpłatę na konto, i sprawdza na telefonie iPhone, czy na jej konto trafiła wypłata.
- **Wysłała 20 euro na urodziny swojej siostrzenicy, nie musząc podawać jej numeru konta.** Po przeprowadzce życie Marii jest trochę nieuporządkowane, ale podczas zakupów w supermarkecie przypomniała sobie, że jej siostrzenica ma urodziny. Chce jej wysłać 20 euro, korzystając z Facebooka lub adresu e-mail, ponieważ nie ma przy sobie zapisanego jej numeru konta.
- **Dodawanie odbiorcy płatności do zlecenia zapłaty rachunków.** Kiedy Maria je kolację z rodziną, przypomina sobie, że nie zapłaciła jeszcze za niedawno założoną kablówkę i łącze internetowe. Chce dodać operatora telewizji kablowej jako odbiorcę płatności i zapłacić pierwszy rachunek.
- **Wyszukiwanie najbliższego oddziału banku lub bankomatu.** W drodze z domu do pracy Maria odbiera telefon od męża. Ten informuje ją, że elektryk zakładający instalację w domu przyjmuje zapłatę wyłącznie gotówką. Maria chce zatrzymać się po drodze do domu i wybrać pieniądze z bankomatu, ale potrzebuje pomocy, bo nie zna jeszcze okolicy.

Rysunek 2 Logowanie w banku na urządzeniach mobilnych wiąże się z chęcią realizacji najbardziej podstawowych zadań



Ankietowani: 3016 dorosłych osób (16 lat lub więcej) z 7 krajów UE będących klientami bankowości internetowej (dozwolone wielokrotne odpowiedzi)

Źródło: Badanie europejskich usług finansowych nr 1, przeprowadzone przez firmę Forrester metodą Technographics®, 2013 r.

116628

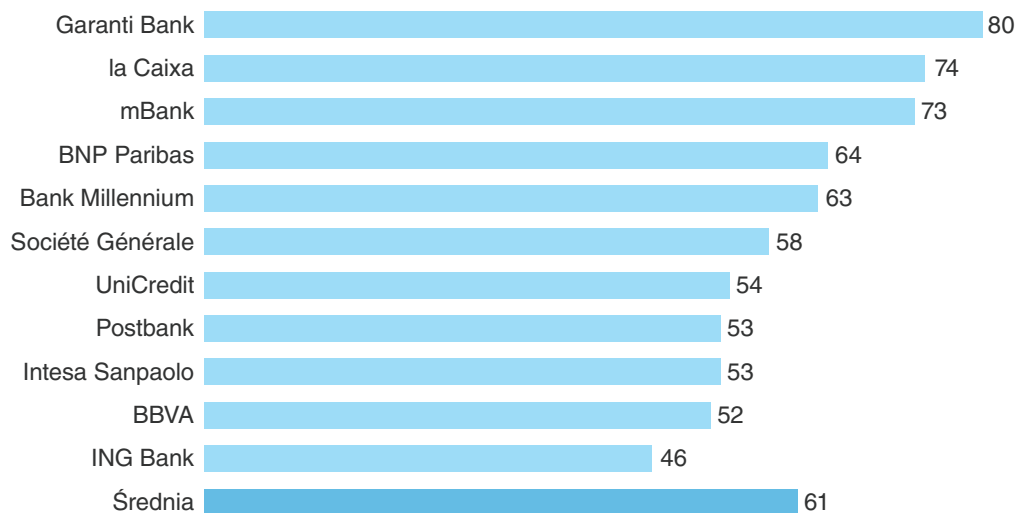
Źródło: Forrester Research, Inc.

PORÓWNANIE: BANK GARANTI ZAJĄŁ CZOŁOWE MIEJSCE DZIĘKI ROZSZERZONYM FUNKCJOM

11 ocenionych przez nas europejskich banków świadczących usługi bankowości mobilnej uzyskało średnią ocenę 61 na 100 (patrz rysunek 3). Wyniki w poszczególnych kategoriach pokazują różnice w usługach mobilnych świadczonych przez banki (patrz rys. 4). Banki europejskie łącznie oferują więcej funkcji niż ocenione przez nas banki brytyjskie, jednak wyprzedzają je nieznacznie banki kanadyjskie i amerykańskie. Chociaż wszystkie europejskie banki zaspokajają podstawowe potrzeby użytkowników korzystających z bankowości mobilnej, mają one możliwość udostępnienia dodatkowych funkcji: Okazało się w szczególności, że:

- **Bank Garanti uzyskał ogółem najlepszy wynik.** Turecki bank Garanti uzyskał wyjątkowo dobry wynik dzięki nowej aplikacji obsługującej bankowość mobilną, iGaranti.⁶ Wynik 80 na 100, jaki uzyskał bank Garanti, jest najlepszy wśród 11 banków poddanych ocenie. Bank Garanti uzyskał wynik prawie doskonały, 99 na 100 w kategorii funkcji umożliwiających realizację transakcji, dzięki temu, że udostępnia nie tylko podstawowe usługi na najwyższym poziomie, ale także szeroki zakres funkcji transakcyjnych obejmujących przelewy, płatności za rachunki, płatności bezpośrednie (P2P) i w punktach sprzedaży (POS), a także usługę „elektronicznego portfela” w aplikacji. Bank uzyskał też najwyższe wyniki w kategorii Marketing i sprzedaż za rekomendowanie produktów na podstawie przyzwyczajzeń klientów w zakresie wydawania pieniędzy i umożliwienie im składania podań o produkty bezpośrednio w aplikacji poprzez uzupełnienie wniosku, który częściowo był już wypełniony.
- **Inne banki europejskie także realizują prawidłowo wiele funkcji.** Większość innych banków w Europie — zwłaszcza la Caixa, mBank, BNP Paribas i Bank Millennium — stworzyła imponujące usługi z zakresu bankowości internetowej, oferując swoim klientom szeroki zakres funkcji w różnych mobilnych punktach kontaktu.
- **Europejskie banki powinny usprawnić funkcje obsługi, zarządzania pieniędzmi oraz działania marketingowe.** Znaleźliśmy istotne możliwości wprowadzenia ulepszeń w każdym banku. Większość banków poddanych ocenie nie umożliwia klientom zgłaszania podejrzeń fałszerstw, kwestionowania transakcji dokonanych z wykorzystaniem karty kredytowej ani zarządzania powiadomieniami dotyczącymi bankowości mobilnej. Tylko kilka z nich oferuje wizualizacje operacji zarządzania pieniędzmi czy narzędzia służące do zarządzania pieniędzmi lub budżetem przez klientów za pośrednictwem aplikacji na smartfony i tylko kilka udostępnia informacje o dodatkowych usługach lub produktach bądź opcje sprzedaży za pośrednictwem urządzeń przenośnych. Zespoły ds. bankowości elektronicznej w bankach europejskich powinny podjąć bardziej aktywne działania zmierzające do usprawnienia funkcji obsługi oferowanych za pośrednictwem urządzeń przenośnych, dostarczenia narzędzi do zarządzania zasobami finansowymi, lepszego dostosowania oferty do kontekstów charakterystycznych dla każdego klienta oraz sprzedaży dodatkowych produktów i usług za pośrednictwem usług mobilnych.

Rysunek 3 Porównanie funkcji bankowości mobilnej firmy Forrester, 2014 r. — ogólne wyniki.



Uwaga: Ocena aplikacji na urządzenia mobilne została przeprowadzona między 1 a 19 maja 2014 r.

Źródło: Porównanie funkcji bankowości mobilnej 2014, przeprowadzone przez firmę Forrester

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 4 Porównanie funkcji bankowości mobilnej firmy Forrester według kategorii, 2014 r.

	Zakres punktów kontaktu	Rejestracja i logowanie	Dane konta i zarządzanie pieniędzmi	Funkcje transakcyjne	Funkcje obsługi	Wielokanałowe	Marketing i sprzedaż
Bank Millennium	90	48	63	73	30	61	59
BBVA	83	23	66	35	19	68	64
BNP Paribas	90	60	78	51	39	86	41
Garanti Bank	90	45	73	99	60	75	100
ING Bank	83	48	61	74	0	13	0
Intesa Sanpaolo	98	23	56	78	24	38	0
la Caixa	100	68	80	64	53	53	90
mBank	90	93	78	66	55	55	70
Postbank	83	38	76	54	36	53	0
Société Générale	83	60	71	63	48	56	0
UniCredit	90	38	38	73	41	55	0
Średnia	89	49	67	66	37	56	39

■ Nie spełnia standardów (0-49)
 ■ Spełnia standardy (50-100)

Uwaga: Ocena aplikacji na urządzenia mobilne została przeprowadzona między 1 a 19 maja 2014 r.

Źródło: Porównanie funkcji bankowości mobilnej 2014, przeprowadzone przez firmę Forrester

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

NAJLEPSZE PRAKTYKI DOTYCZĄCE BANKOWOŚCI MOBILNEJ STOSOWANE W EUROPEJSKICH BANKACH

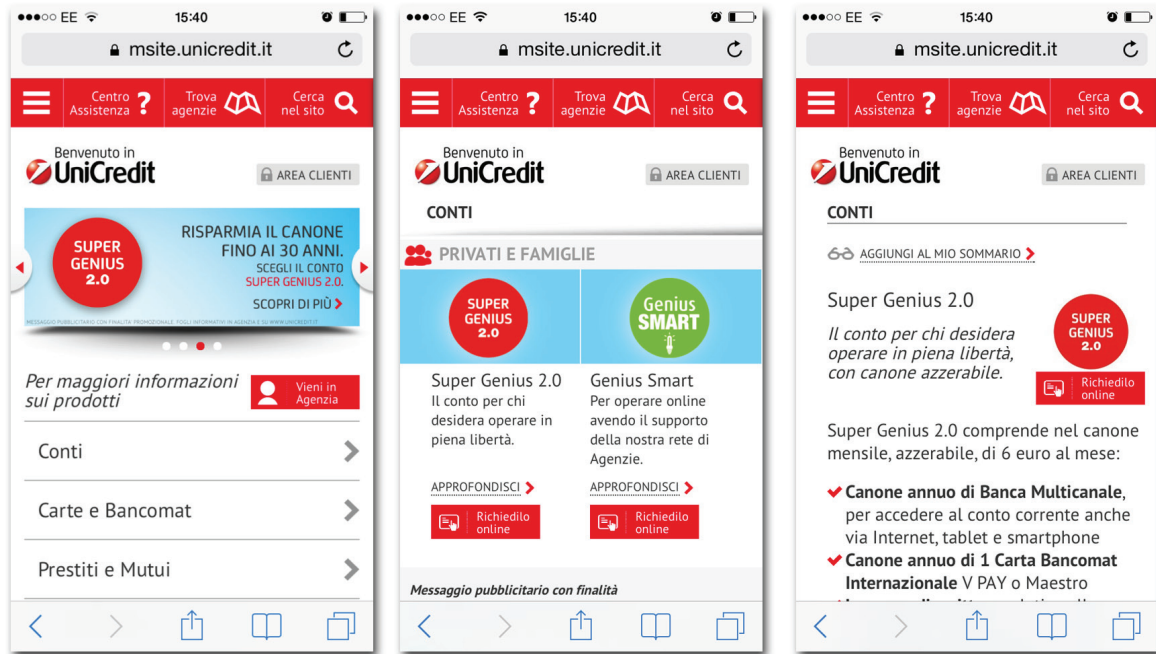
Celem naszego badania jest porównanie aktualnego stanu oferowanych funkcji z zakresu bankowości mobilnej w Europie oraz określenie dobrych praktyk stosowanych przez oceniane przez nas banków. Znaleźliśmy najlepsze w swojej klasie przykłady we wszystkich ocenionych firmach: od udostępnienia klientom możliwości zainicjowania płatności typu P2P z wykorzystaniem numeru telefonu komórkowego po świadczenie pomocy w zakresie automatycznego lub ręcznego klasyfikowania transakcji w kategoriach wydatków i przychodów.

Wiodące banki obsługują szeroki zakres mobilnych punktów kontaktu

Jeśli banki chcą obsługiwać klientów za pośrednictwem mobilnych punktów kontaktu, muszą upewnić się, że klienci mogą kontaktować się z nimi, korzystając z urządzeń przenośnych. Banki muszą dostosowywać usługi mobilne do różnych systemów operacyjnych, nie wspominając o różnych rodzajach przeglądarek internetowych. Większość europejskich banków działa w tym obszarze bez zarzutu. La Caixa obsługuje najszerszy zakres mobilnych punktów kontaktu, co zapewniło temu bankowi doskonały wynik. Przeanalizowaliśmy usługi świadczone przez ten bank w czterech mobilnych punktach kontaktu:

- 1. Dwustronna komunikacja SMS.** Choć trudno w to uwierzyć, nie wszyscy mają jeszcze smartfony. Użytkownicy posiadający zwykłe telefony komórkowe mogą za pośrednictwem SMS-ów korzystać z bezpośredniego dostępu do swojego konta bankowego bez przeszkód typowych dla innych punktów kontaktu. Tylko kilka banków oferuje dwustronną komunikację SMS-ową. Bank Millennium umożliwia klientom wysłanie do banku SMS-a z żądaniem podania informacji dotyczących konta. Bank La Caixa oferuje najszerszy zakres usług bankowych realizowanych za pomocą wiadomości tekstowych, w tym możliwość przelewania środków pieniężnych na ulubione konta czy zwiększania SMS-em limitu na karcie kredytowej.⁷
- 4. Dedykowane witryny mobilne.** Ponieważ firmy działające w innych branżach oferują przydatne witryny dla urządzeń przenośnych, klienci oczekują tego samego od banków. Większość banków udostępnia witryny z wbudowanymi funkcjami obsługi urządzeń przenośnych, aby sprostać tym oczekiwaniom. Niektóre banki wykorzystują witryny dla urządzeń przenośnych w celu promowania swoich usług i oferowania informacji o produktach. Bank UniCredit promuje różnorodne produkty, w tym karty kredytowe, bieżące konta i usługi ubezpieczeniowe, na ekranie wstępnego logowania w witrynie dla urządzeń przenośnych. W witrynie dla urządzeń przenośnych klienci mogą zapoznać się z funkcjami produktów oraz cenami, a następnie przejść do formularza zgłoszeniowego dostępnego w innym kanale informacyjnym (patrz rys. 5). Witryna dla urządzeń przenośnych Postbanku umożliwia otwarcie bieżącego konta bezpośrednio z poziomu urządzenia.
- 5. Aplikacje do pobrania dla użytkowników smartfonów.** Zespoły zajmujące się obsługą bankowości elektronicznej nadal przywiązują dużą wagę do opcji kontroli i opcji specyficznych dla poszczególnych urządzeń, które udostępniają aplikacje do pobrania na smartfony. Przyjrzelśmy się możliwościom korzystania z usług przez klientów korzystających z czterech systemów operacyjnych: Android, BlackBerry OS, iOS oraz Windows Phone. Wszystkie poddane ocenie banki w Europie (11) obsługują aplikacje dla systemów Android oraz iOS, przy czym 8 z 11 obsługuje co najmniej trzy rodzaje smartfonów.
- 6. Aplikacje bankowe przeznaczone na tablety.** Wiele banków w Europie oferuje wbudowane funkcje przeznaczone specjalnie dla użytkowników tabletów. Aplikacja BNP Paribas iPad jest wyposażona w interaktywne, graficzne opcje do zarządzania środkami finansowymi, pomagające zwizualizować bieżące wydatki i plany na przyszłość (patrz rys. 6). Korzystający z niej klienci banku BNP Paribas mogą kontaktować się z doradcą dzięki funkcji czatu, aby uzyskać pomoc dotyczącą m.in. korzystania z aplikacji. Aplikacja banku Intesa Sanpaolo — „La Tua Banca” jest dostępna na urządzenie Kindle. Można ją pobrać w sklepie Amazon Appstore.

Rysunek 5 W witrynie banku UniCredit zoptymalizowanej pod kątem obsługi na urządzeniach przenośnych promowane są różnorodne produkty.



Source: UniCredit mobile website

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 6 Aplikacja banku BNP Paribas na urządzenia iPad pomaga klientom zwizualizować swoje wydatki.



Źródło: BNP Paribas iPad app
116628

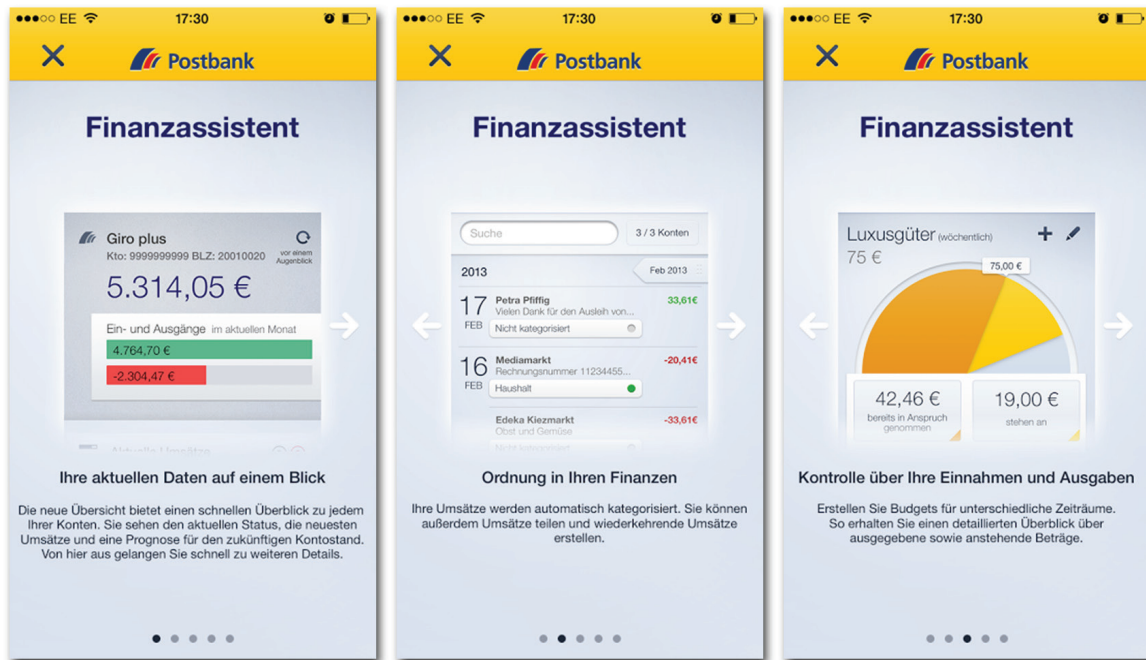
Źródło: Forrester Research, Inc.

Banki oferują wygodne opcje rejestracji i logowania

Wiodące banki ułatwiają swoim klientom rejestrację i logowanie się w usługach bankowości mobilnej w taki sam sposób jak w witrynach internetowych. mBank znacznie wyprzedza przyjęty przez nas standard w tej kategorii; la Caixa oraz dwa francuskie banki także oferują wsparcie na wysokim poziomie w tym zakresie. Wiodące banki spełniają oczekiwania klientów, zapewniając równowagę pomiędzy wygodą i bezpieczeństwem, oferując:

- **Materiały i narzędzia, które pomagają klientom dokonać rezerwacji i rozpocząć korzystanie z usług bankowości mobilnej.** Większość europejskich banków pozwala klientom logować się w usługach bankowości na komputerze, smartfonie lub tablecie za pomocą tych samych danych logowania. W związku z poszerzaniem zakresu oferowanych funkcji wiodące banki pomagają nowym użytkownikom dokonać rejestracji, a następnie korzystać z usług bankowości mobilnej. Przed logowaniem Postbank oferuje klientom możliwość skorzystania z samouczka, który zawiera informacje ułatwiające poznanie różnych funkcji oferowanych w aplikacji (patrz rys. 7). W witrynach banków BNP Paribas i la Caixa przed zalogowaniem klienci mogą ponadto obejrzeć prezentację aplikacji.
- **Przydatne treści przed logowaniem.** Zespoły ds. bankowości elektronicznej zdają sobie sprawę z faktu, że klienci nie muszą być zalogowani, żeby wykonywać wszystkie operacje, a także, że wielu klientów ceni sobie dogodny dostęp do prostych informacji bez konieczności wpisywania hasła. Klienci banków Société Générale i Garanti korzystający z urządzeń przenośnych mogą wyświetlać salda na swoich kontach — w formie „zbiornika gotówki”, który zapewnia ochronę osobistych danych finansowych — oraz ostatnio zrealizowane transakcje bez konieczności logowania. Klienci banku BNP Paribas mogą spersonalizować stronę docelową wyświetlaną przed zalogowaniem się, dodając do niej zdjęcia, jak również zdecydować, czy saldo na koncie będzie widoczne na ekranie przed zalogowaniem, oraz korzystać z opcji wyświetlania ostrzeżeń przed przekroczeniem budżetu. Barometr widoczny na stronie docelowej wyświetlanej przed zalogowaniem się pokazuje słońce lub deszcz, w zależności od bieżących wydatków (patrz rys. 8).⁸ mBank wyświetla swoim klientom oferty dostosowane do ich zainteresowań i lokalizacji.
- **Wygodne i bezpieczne opcje logowania.** Banki muszą spełnić oczekiwania klientów, maksymalnie usprawniając proces logowania się, jednak bez obniżania poziomu bezpieczeństwa — co nie jest łatwym zadaniem. Niektóre banki, np. UniCredit, oferują wygodne funkcje, jak choćby możliwość zachowywania nazwy użytkownika, podczas gdy inne, np. Bank Millennium, pozwalają klientom we własnym zakresie wybrać uwierzytelniający kod PIN. Bezpieczeństwo mobilnych usług bankowych oferowanych przez bank Intesa Sanpaolo jest gwarantowane dzięki zastosowaniu uwierzytelniania wieloetapowego.⁹ Natomiast bank Garanti opracował aplikację Security Picture, która udaremnia ataki typu phishing skierowane pod adresem klientów banków korzystających z usług elektronicznych oraz mobilnych.¹⁰ Bank La Caixa udostępnia łączy do czytelnych zasad zachowania poufności zawsze, gdy klienci udostępniają swoje dane osobowe (patrz rys. 9).

Rysunek 7 Postbank udostępnia prezentację ułatwiającą klientom korzystanie z aplikacji do obsługi bankowości mobilnej.

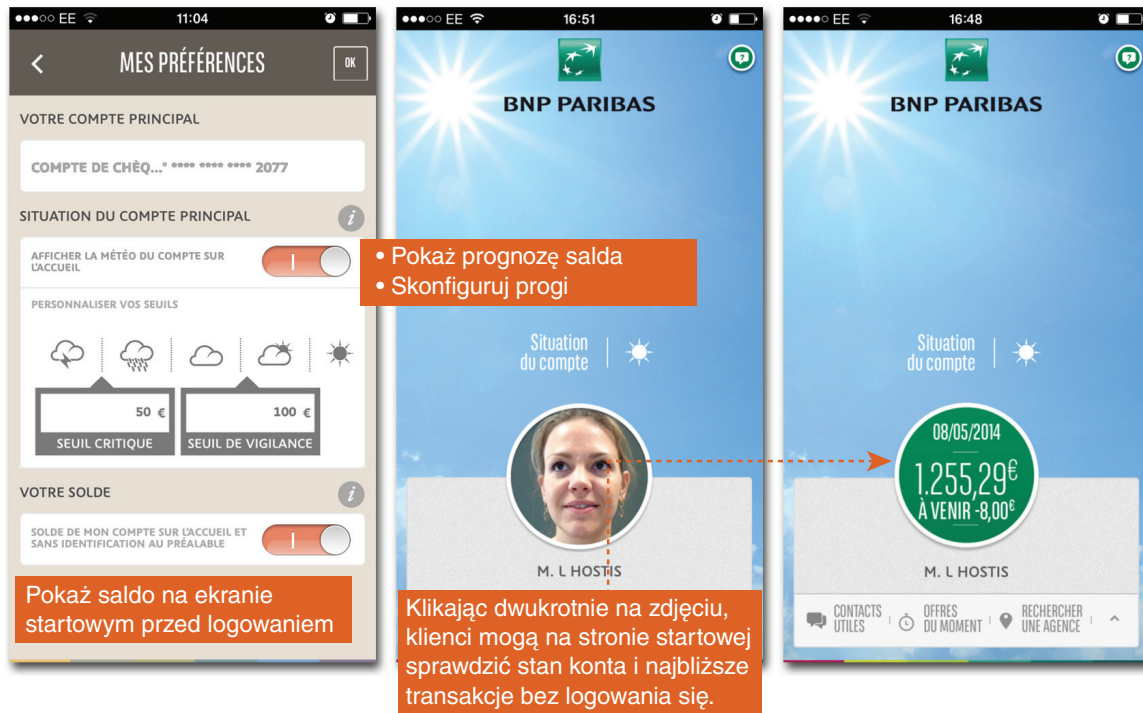


Źródło: Postbank mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 8 Bank BNP Paribas pozwala klientom personalizować stronę docelową wyświetlaną przed zalogowaniem.

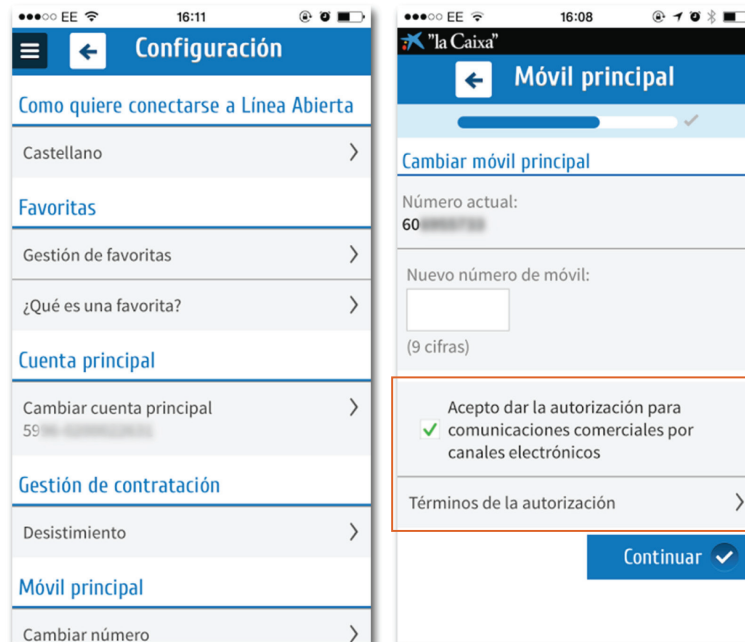


Źródło: BNP Paribas mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 9 Bank La Caixa udostępnia zasady zachowania poufności w sposób kontekstowy.



Źródło: la Caixa mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

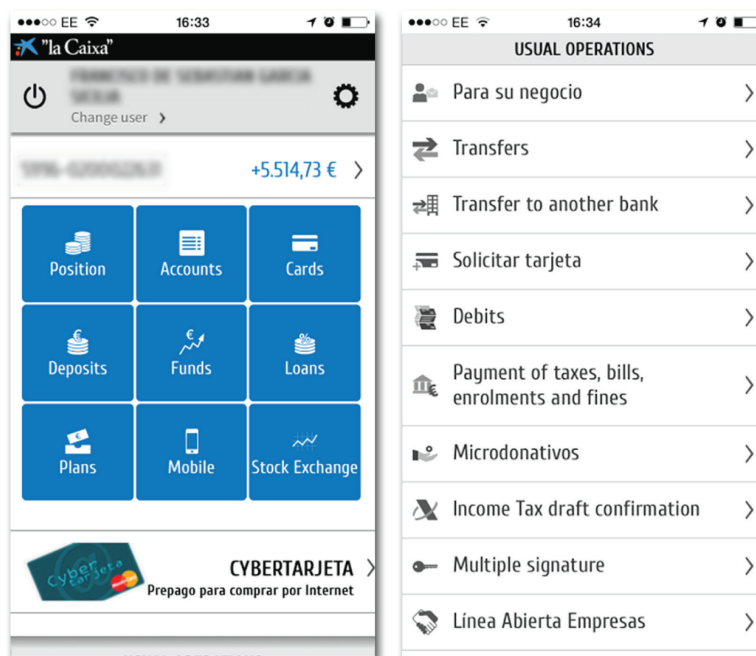
Informacje dotyczące konta są wyczerpujące, a opcje zarządzania środkami finansowymi stają się coraz bardziej powszechne

Klienci oczekują możliwości zrealizowania wszystkich podstawowych operacji bankowych w dowolnym zdalnym punkcie kontaktu — od bankomatu, przez telefon komórkowy do tabletu. Te podstawowe operacje obejmują dostęp do salda na koncie oraz historię zrealizowanych transakcji. Bank La Caixa oferuje w tej kategorii najszerszy zakres funkcji; mBank, BNP Paribas i Postbank mogą również pochwalić się dobrymi wynikami w tym zakresie. Wiodące firmy pomagają klientom zarządzać swoimi pieniędzmi i planować wydatki, oferując:

- **Stronę główną zawierającą czytelne informacje umożliwiające klientom realizację celów.** Ekran wyświetlany na urządzeniach przenośnych bezpośrednio po zalogowaniu odgrywa istotną rolę w ocenie jakości korzystania z bankowości mobilnej. Zespoły zajmujące się bankowością elektroniczną powinny projektować ekrany, których treść przekona klientów, że logując się w usługach bankowości elektronicznej, będą mogli pomyślnie wykonać zamierzone czynności. Świetnie sprawdza się pod tym względem aplikacja banku La Caixa, która udostępnia na stronie głównej wykres zawierający ikony oraz łącza odsyłające do kont i produktów, np. kart, lokat, pożyczek, a także rozwijane menu zawierające wszystkie popularne operacje, które klient może chcieć zrealizować, np. przelewy i płatności za rachunki (patrz rys. 10).
- **Strony główne z możliwością dostosowania treści.** Niektóre banki zorientowały się, że informacje na małym ekranie trudniej jest spersonalizować. Bank BNP Paribas pozwala klientom organizować i personalizować treści na pulpicie nawigacyjnym (tableau de bord), Garanti i la Caixa dodatkowo dają klientom możliwość wybrania funkcji dostępnych w aplikacji do obsługi bankowości mobilnej (patrz rys. 11).¹¹
- **Skonsolidowane salda na kontach.** Wyświetlanie sald na kontach to operacja najczęściej realizowana przez klientów korzystających z usług mobilnej bankowości. Wszystkie banki poddane przez nas ocenie prezentują salda w czytelny sposób i wszystkie pozwalają wyświetlić informacje o koncie użytkownika na jednym ekranie. BBVA przedstawia te informacje w widocznym miejscu strony docelowej. Kliknięcie opcji na pasku wyskakującym z informacją „Chcę” pozwala klientom wykonać powiązane zadania (patrz rys. 12).
- **Historia transakcji z możliwością wyszukiwania i sortowania.** Drugim najczęściej odwiedzanym obszarem w aplikacjach obsługujących usługi bankowości mobilnej jest ekran przedstawiający historię transakcji. W związku z tym maksymalne usprawnienie jego obsługi jest zadaniem, na którym powinni skupić się członkowie zespołów ds. bankowości elektronicznej, aby spełnić, a nawet przekroczyć oczekiwania klientów. Większość banków w Europie umożliwia użytkownikom urządzeń przenośnych przeszukiwanie lub filtrowanie historii transakcji co najmniej 90 dni wstecz.

- **Wbudowane narzędzia do zarządzania pieniędzmi.** Rosnąca liczba europejskich banków oferuje szeroki zakres funkcji elektronicznego zarządzania środkami finansowymi za pomocą aplikacji przeznaczonych dla użytkowników smartfonów. Prym w tej kategorii wiodą banki Garanti, Société Générale, BNP Paribas oraz Postbank. Aplikacja banku Garanti automatycznie kategoryzuje wydatki i wykorzystuje uzyskane informacje wraz z zaplanowanymi płatnościami w celu poinformowania klienta, jakimi środkami dysponuje do końca miesiąca (patrz rys. 13).

Rysunek 10 Bank La Caixa udostępnia na głównym ekranie czytelne informacje na temat możliwości realizacji kluczowych zadań.

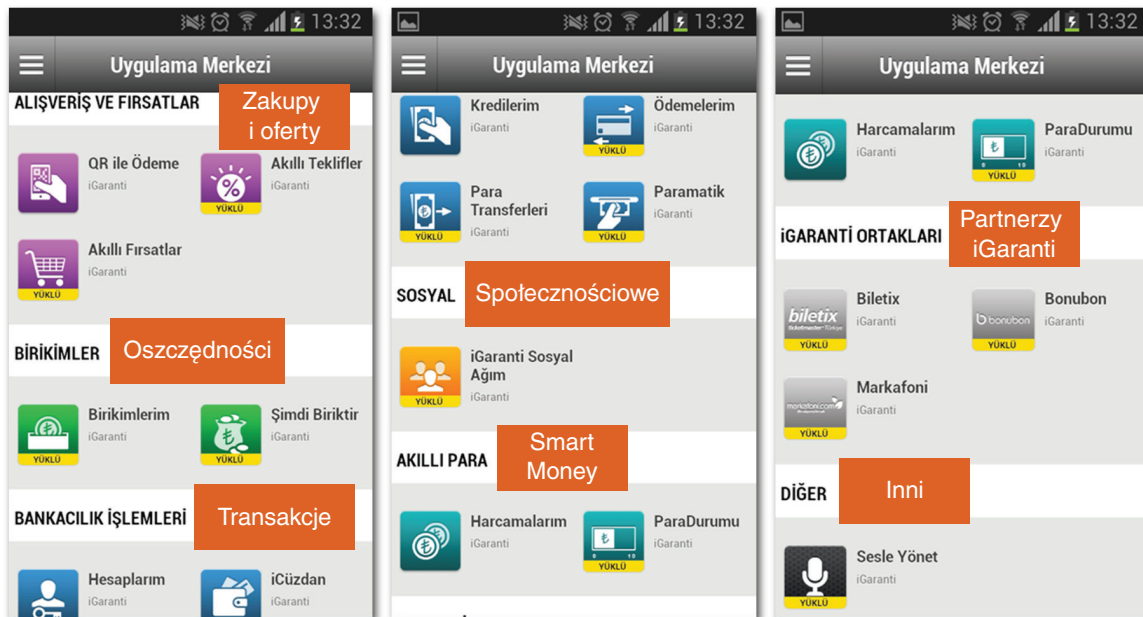


Źródło: la Caixa mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 11 Bank Garanti pozwala klientom dostosować treści wyświetlane w witrynie iGaranti poprzez wybieranie aplikacji.

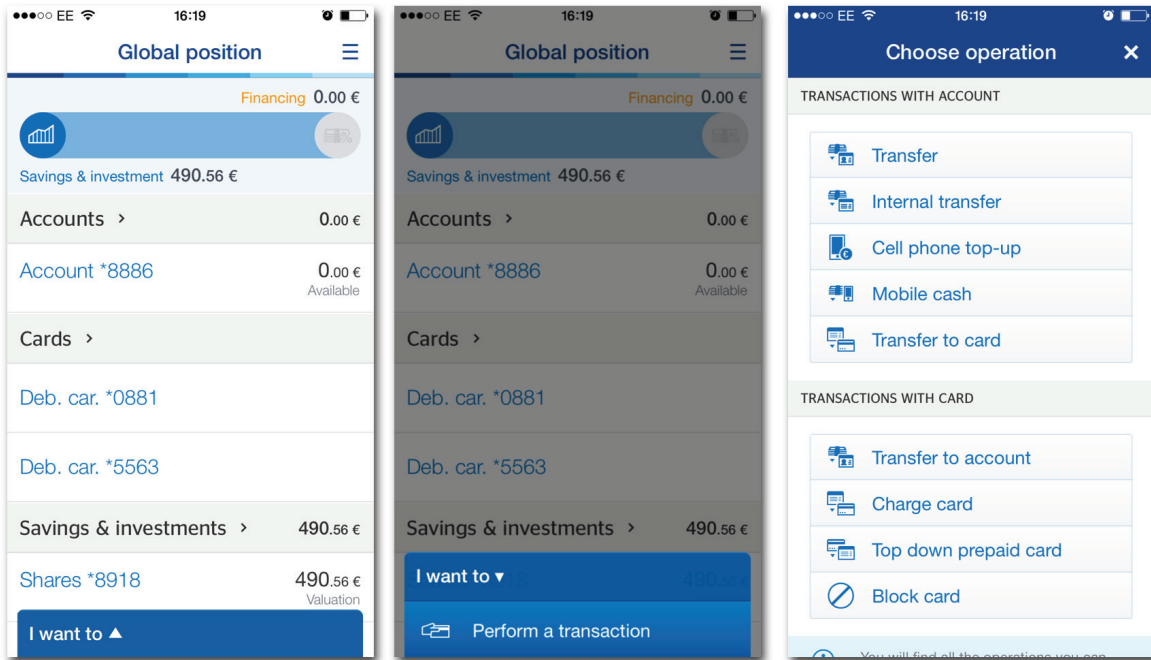


Źródło: Garanti mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 12 W witrynie banku BBVA wyświetlany jest pasek z informacją „Chcę”, który umożliwia wykonanie powiązanych operacji.



Źródło: BBVA mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 13 Aplikacja banku Garanti pokazuje klientom, jakimi środkami finansowymi dysponują.



Źródło: Garanti mobile app

116628

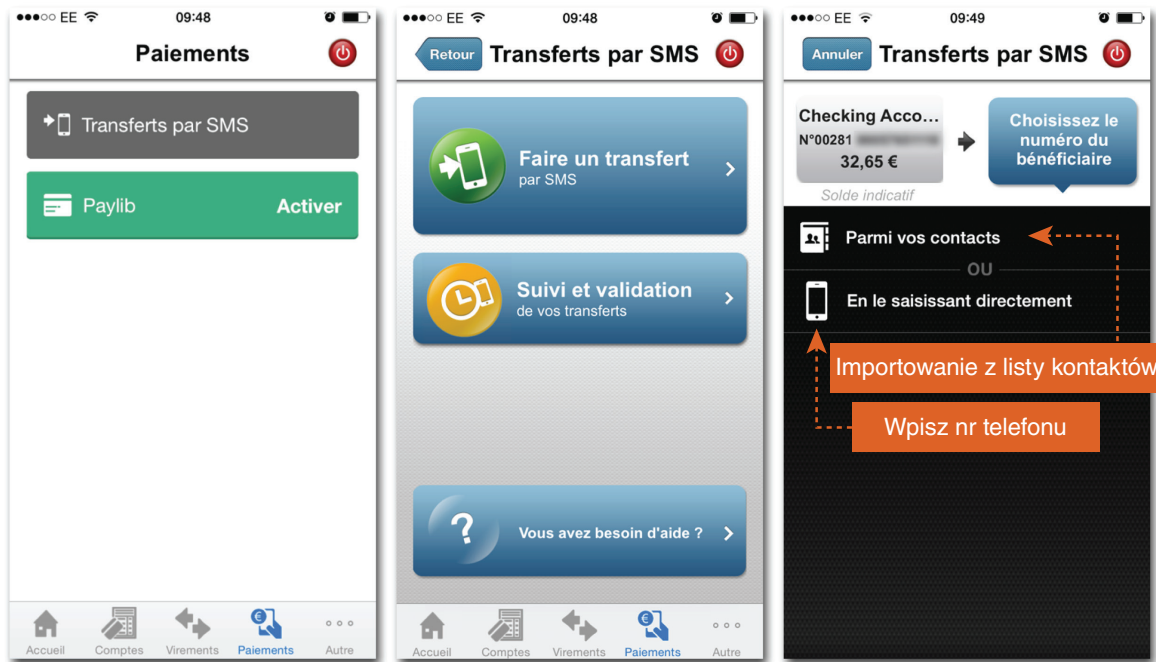
Źródło: Forrester Research, Inc.

Zwiększa się liczba funkcji oraz ilość informacji o transakcjach

Użytkownicy usług z zakresu bankowości mobilnej coraz częściej dokonują transakcji za pośrednictwem smartfonów, ponieważ są one coraz wygodniejsze — w związku z tym rośnie znaczenie transakcji mobilnych. Jest to jeden z obszarów, w których bank Garanti wyróżnia się spośród innych europejskich banków. Klienci mogą w nim zrealizować praktycznie każdą transakcję. Dzięki temu bank Garanti uzyskał wynik bliski ideałowi. Intesa Sanpaolo, ING Bank, UniCredit i Bank Millennium również obsługują szeroką gamę transakcji z poziomu urządzeń przenośnych. Wiodące firmy spełniają oczekiwania użytkowników w tym obszarze, oferując:

- **Różnorodne opcje przelewów.** Prawie wszystkie banki, które poddaliśmy ocenie, udostępniają opcje realizacji transakcji jednorazowych i zaplanowanych na przyszłość z poziomu aplikacji mobilnych. Postbank, ING Bank i Garanti pozwalają też klientom konfigurować na smartfonach przelewy wielokrotne lub zlecenia stałe. Banki Postbank i Garanti wykazały się w tym zakresie szczególną innowacyjnością, umożliwiając klientom dokonywanie przelewów z wykorzystaniem funkcji rozpoznawania głosu.
- **Łatwe sposoby przelewania środków innym osobom.** Wszystkie ocenione przez nas banki oferują płatności typu P2P. Société Générale, Intesa Sanpaolo, mBank, BBVA oraz Garanti obsługują natychmiastowe przelewy P2P, które można zainicjować bezpośrednio z poziomu listy kontaktów w urządzeniu użytkownika (patrz rys. 14). Garanti jest jedynym europejskim bankiem poddanym przez nas ocenie, który udostępnia aktualnie opcje płatności za pośrednictwem serwisu Facebook.
- **Regulowanie rachunków.** Schematy regulowania rachunków w poszczególnych krajach są różne. Wielu Europejczyków korzysta z opcji automatycznego polecenia zapłaty w celu uregulowania większości swoich rachunków, dlatego w niektórych krajach i segmentach funkcja regulowania rachunków ma większe znaczenie niż w innych. Bank Millennium udostępnia opcję łatwego płacenia rachunków poprzez zeskanowanie kodu QR umieszczonego na rachunku (patrz rys. 15).
- **Opcje bezdotykowych płatności mobilnych pozwalają klientom płacić za pomocą telefonów komórkowych za zakupy w sklepach.** Garanti to jedyny oceniony przez nas bank europejski, który w sklepach umożliwia klientom dokonywanie bezdotykowych płatności mobilnych za pośrednictwem telefonów komórkowych.¹² Kilka banków, w tym BNP Paribas i mBank, oferuje opcje płatności bezdotykowych za pośrednictwem aplikacji, które nie zostały uwzględnione w niniejszym zestawieniu.¹³
- **„Elektroniczny portfel” pomaga klientom zarządzać ofertami, płatnościami i premiami.** Firma Forrester uważa, że „elektroniczne portfele” skupiające oferty, kupony, płatności i premie za lojalność mogą przyczynić się do zmiany sposobu dokonywania zakupów i płatności przez klientów.¹⁴ Jednak większość europejskich banków nie skorzystała jeszcze z tej możliwości. Bank Garanti wyprzedza pod tym względem inne firmy. Klienci tego banku mogą skanować rzeczywiste karty w celu dodania ich do mobilnego portfela przedstawionego w formie graficznej (patrz rys. 16). Oprócz kart banku Garanti klienci mogą też dodawać karty kredytowe innych banków oraz karty lojalnościowe, ubezpieczeniowe i dowody tożsamości.¹⁵

Rysunek 14 Klienci banku Société Générale mogą wykonywać przelewy typu P2P na rzecz osób zapisanych na liście kontaktów.



Źródło: Société Générale mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 15 Bank Millennium udostępnia klientom opcję skanowania kodu QR umieszczonego na fakturach i rachunkach.

nazwa odbiorcy
Gazownia

nr rachunku odbiorcy
11 0000 0011 0000 1100 0011 0001

nr rachunku zleceniodawcy (przelew) / kwota słownie (wpłata)
pięćdziesiąt jeden złotych

nazwa zleceniodawcy
Adam Millenniumski

kwota
51,00

PLN

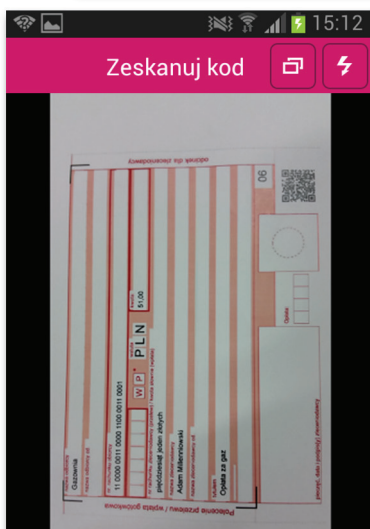
W P

06

Oplata:

pieczęć, data i podpis(y) zleceniodawcy

odbiątek dla zleceniodawcy



Skieruj aparat na kod QR do zeskanowania.

Skieruj aparat na kod QR, który chcesz zeskanować. Trzymaj urządzenie nieruchomo i upewnij się, że kod jest widoczny w całości.

Źródło: Bank Millennium mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 16 W witrynie iGaranti, w „elektronicznym portfelu” przechowywane są wszystkie karty klientów, co umożliwia dokonywanie płatności mobilnych.



Źródło: Garanti mobile app

116628

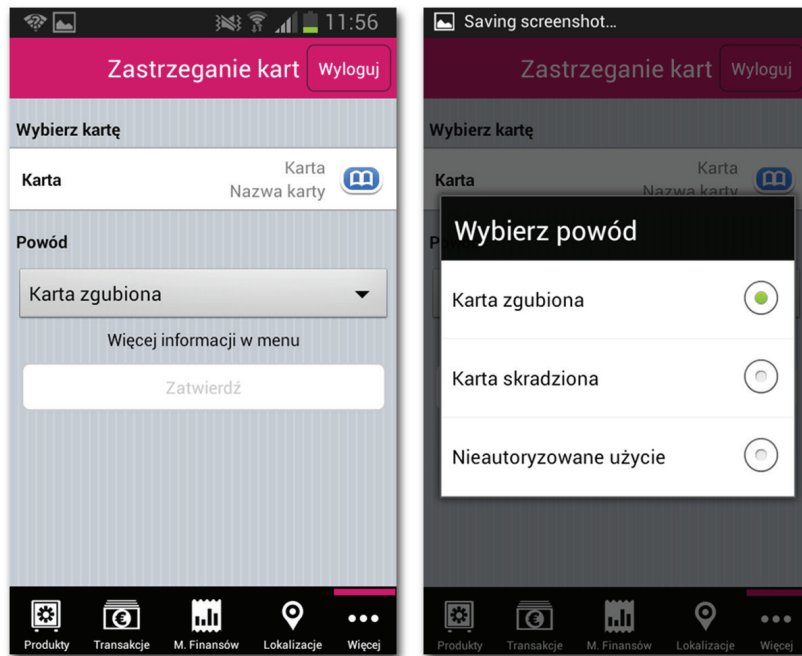
Źródło: Forrester Research, Inc.

Funkcje obsługi nadal są zbyt ograniczone, jednak liczba alertów wzrosła

Skoro bankowość mobilna staje się podstawowym sposobem zarządzania przez klientów środkami finansowymi, oczekują oni możliwości realizacji szerokiego zakresu zadań w ramach obsługi bankowości mobilnej. Jednak wiele banków w Europie oferuje jedynie ograniczony zakres obsługi. Ogółem, bank Garanti oferuje najszerszy zakres funkcji obsługi, na kolejnych miejscach znalazły się banki mBank i la Caixa. Wiodące firmy oferują:

- **Opcje samoobsługi.** Pozwalają one klientom inicjować lub realizować żądania bez konieczności interakcji z pracownikiem banku. Opcje kwestionowania transakcji dokonanych kartą, zgłaszania oszustw czy zamawiania nowych kart debetowych nie są powszechnie dostępne w aplikacjach obsługujących bankowość mobilną w Europie. Klienci banków Millennium oraz la Caixa mogą zgłaszać zgubione, ukradzione bądź uszkodzone karty (patrz rys. 17). Klienci banku La Caixa mogą nawet zamawiać nowe karty bezpośrednio w aplikacji.
- **Przydatne treści pomocy.** W miarę wzrostu złożoności usług bankowości mobilnej zespoły ds. bankowości elektronicznej powinny starać się ułatwiać klientom korzystanie z dostępnych funkcji. Idealne rozwiązanie to pomoc dostosowana do kontekstu. Doskonale realizuje to zadanie Postbank, udostępniając w swej aplikacji na smartfony kontekstowe okna wyskakujące, które pomagają klientom korzystać z opcji realizacji przelewów i kategoryzowania wydatków (patrz. rys. 18). Klienci banku Garanti mogą porozmawiać z Niną, wirtualną konsultantką, na temat takich operacji, jak wyświetlenie bieżącego salda na koncie czy znalezienie pobliskiego bankomatu. Awatar może też podać przydatne informacje i udzielić porad, np. zaoferować szybką pożyczkę, gdy saldo na koncie klienta jest niskie. Wszystko to z poziomu aplikacji.
- **Wyszukiwanie w całej aplikacji.** Ponieważ korzystanie z usług bankowości elektronicznej staje się coraz bardziej skomplikowane, przy czym coraz częściej jest to podstawowy kanał interakcji z bankiem, zespoły zajmujące się nią powinny ułatwiać klientom wyszukiwanie informacji lub transakcji z poziomu aplikacji obsługujących usługi bankowości mobilnej. Banki stale udostępniają nowe funkcje bankowości mobilnej, dlatego niewielki ekran urządzeń wymusza konieczność tworzenia opcji uniwersalnego wyszukiwania informacji (w całej aplikacji) — Garanti jest jedynym europejskim bankiem, który w tej chwili oferuje taką funkcję.
- **Szeroka gama alertów.** Większość banków, które poddaliśmy ocenie, oferuje alerty obejmujące saldo oraz transakcje. Aplikacja mobilna banku Intesa Sanpaolo obsługuje szeroką gamę alertów dotyczących salda na koncie i zrealizowanych transakcji, w tym alerty wyświetlane po rozliczeniu płatności, pobraniu gotówki z bankomatu lub realizacji polecenia zapłaty w Europie. Tymczasem mBank oferuje alerty bezpieczeństwa w przypadku zmiany przez klienta numeru telefonu, adresu, identyfikatora online lub hasła albo dodania nowego odbiorcy przelewu. Klienci banków la Caixa i BBVA mogą modyfikować rodzaj otrzymywanych alertów bezpośrednio z poziomu aplikacji mobilnej (patrz rys. 19). Oprócz alertów w wiadomościach SMS i e-mail, banki BNP Paribas, Société Générale, mBank, UniCredit i Garanti oferują też powiadomienia typu push.

Rysunek 17 Bank Millennium daje klientom możliwość zgłaszania zgubionych, ukradzionych lub uszkodzonych kart.



Źródło: Bank Millennium mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 18 Postbank udostępnia pomoc kontekstową w zakresie takich funkcji, jak płatności i kategoryzacja wydatków.

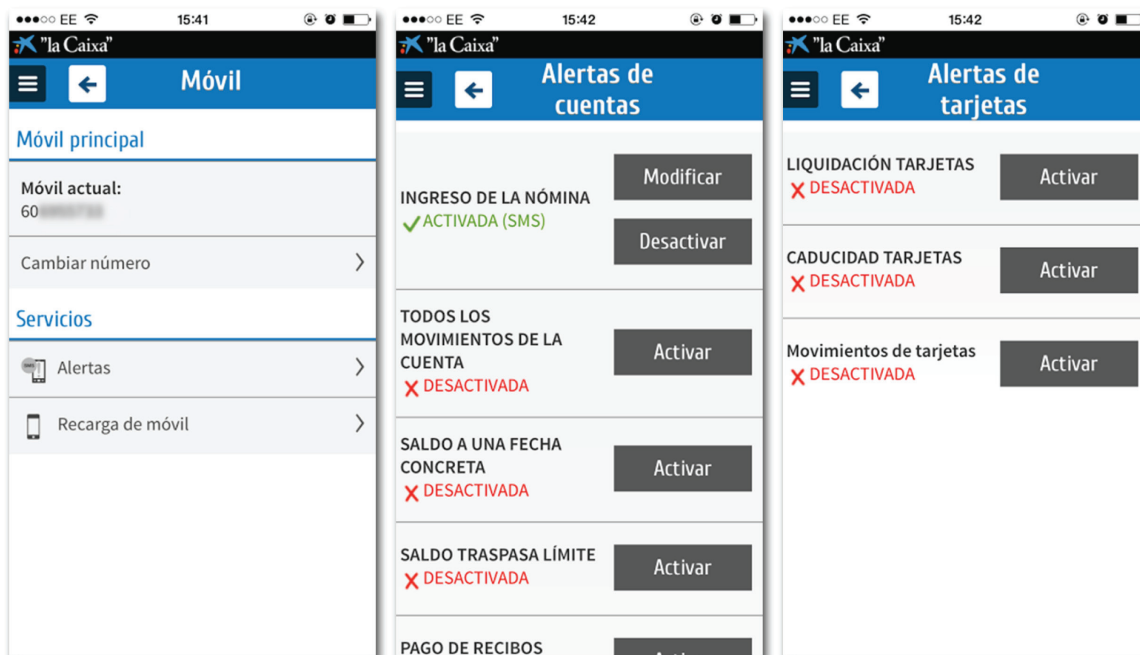


Źródło: Postbank mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Rysunek 19 Klienci banku La Caixa mogą zarządzać alertami z poziomu aplikacji.



Źródło: la Caixa mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

Obsługa wielokanałowa jest często ograniczona

Większość użytkowników bankowości elektronicznej korzysta także z innych punktów kontaktu. Przyjrzelśmy się, na ile aplikacje mobilne pomagają klientom uzyskać pomoc od pracowników banku, znaleźć oddziały banku i bankomaty oraz nawiązać kontakt z serwisami społecznościowymi. Oferty banków w tej kategorii są zróżnicowane. Bank BNP Paribas zapewnia najszerszy zakres obsługi wielokanałowej za pośrednictwem aplikacji mobilnej. Wiodące banki:

- **Ułatwiają uzyskanie pomocy od swoich pracowników.** Banki powinny dokładać starań, żeby zmiana kanału komunikacji była jak najprostsza. Wszystkie oceniane banki udostępniają numery telefonów do kontaktu w aplikacjach przeznaczonych na urządzenia iPhone oraz z systemem Android. Witryna mBanku zawiera czytelny ekran Kontakt z widocznymi danymi do kontaktu telefonicznego i za pośrednictwem poczty elektronicznej. Natomiast bank Garanti jako jedyny oferuje opcję czatu w aplikacji.

- **Pomagają klientom znaleźć oddziały i bankomaty.** Większość ocenianych przez nas banków uzyskało dobre wyniki za funkcje informowania o lokalizacji oddziałów i bankomatów, a także udostępnianie kluczowych informacji, np. o godzinach pracy, oraz szczegółowych wskazówek umożliwiających znalezienie drogi do banku. Żaden z europejskich banków, które oceniliśmy, nie umożliwia umówienia się na wizytę w oddziale za pośrednictwem telefonu komórkowego.
- **Odsyłają do informacji w mediach społecznościowych.** W związku z rosnącą popularnością serwisów społecznościowych jako kanału informacji pomiędzy usługodawcą i klientami oraz coraz powszechniejszym korzystaniem z serwisów społecznościowych z poziomu urządzeń przenośnych, zespoły ds. bankowości elektronicznej powinny wziąć pod uwagę kwestię powiązania usług mobilnych z wiadomościami dotyczącymi obsługi klientów publikowanymi w serwisach Facebook oraz Twitter. Chociaż większość europejskich banków ma konta w serwisach społecznościowych, tylko kilka udostępnia łącza do tych serwisów w aplikacjach na urządzenia przenośne. Garanti, la Caixa oraz Société Générale to jedyne banki, które udostępniają łatwe do odnalezienia łącza, dzięki którym użytkownicy urządzeń przenośnych mogą skorzystać z serwisów społecznościowych.

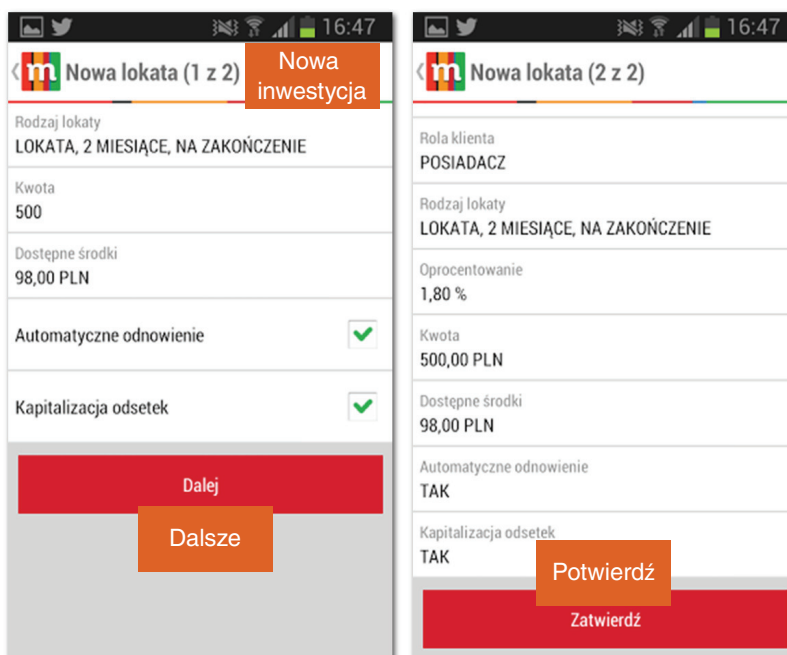
Marketing i sprzedaż za pośrednictwem urządzeń przenośnych praktycznie nie są realizowane

Nie licząc kilku wyjątków, strategie obejmujące urządzenia przenośne realizowane przez banki w Europie skupiają się głównie na obsłudze bieżących klientów. Ponieważ jednak bankowość mobilna wypiera bankowość elektroniczną jako kanał interakcji wielu klientów z bankami, zespoły ds. bankowości elektronicznej powinny wykorzystywać urządzenia przenośne, aby docierać do nowych klientów, a także sprzedawać więcej produktów i usług istniejącym klientom. Również w tym obszarze bank Garanti wyróżnia się na tle innych banków, uzyskując fantastyczny wynik, chociaż banki la Caixa i mBank także uzyskały dobre wyniki. Z drugiej strony spektrum zaobserwowaliśmy całkowity brak działań marketingowych, informacji o produktach czy funkcji sprzedaży dodatkowych produktów w pięciu aplikacjach mobilnych banków — podobnie jak w witrynach banków dziesięć lat temu. Wiodące firmy:

- **Promują ważne produkty i usługi.** Bankowość mobilna jest doskonałym kanałem umożliwiającym sprzedaż dodatkowych produktów obecnym klientom. Większość banków nie realizuje aktywnie działań marketingowych za pośrednictwem aplikacji mobilnych, a wyświetlane w nich informacje zazwyczaj nie są dostosowane do zainteresowań i wymagań klientów. Bank Garanti wykorzystuje informacje uzyskane za pośrednictwem narzędzi do planowania budżetu, aby składać klientom oferty o interesującej ich treści dotyczące oszczędzania i pożyczek, o które można się starać bezpośrednio z poziomu aplikacji.

- **Dostarczają szczegółowe informacje o produktach zainteresowanym klientom.** Chociaż większość klientów nadal najchętniej poszukuje informacji dotyczących kwestii finansowych na komputerach, tabletach lub w oddziałach banku, część z nich zaczyna poszukiwać informacji o produktach na urządzeniach przenośnych. Klienci wielu banków nie znajdują takich informacji. Dla odmiany, klienci banków Garanti, BNP Paribas i la Caixa mają dostęp do informacji na temat produktów przed zalogowaniem się w aplikacji mobilnej banku lub po tej operacji.
- **Pomagają klientom składać wnioski o dodatkowe produkty.** Sądzymy, że rosnąca liczba osób korzystających z usług bankowości mobilnej jest zainteresowana co najmniej zainicjowaniem procesu składania wniosku o produkty na urządzeniu przenośnym, a część tych osób jest zdecydowana zrealizować cały proces na telefonie komórkowym. Bank Millennium, mBank, la Caixa i Garanti to jedyne banki, których klienci mogą składać wnioski o produkty za pośrednictwem aplikacji przeznaczonej na smartfony (patrz rys. 20).

Rysunek 20 mBank pozwala klientom założyć rachunek oszczędnościowy, korzystając z aplikacji.



Źródło: mBank mobile app

116628

Źródło: Forrester Research, Inc.

ZALECENIA

WYRÓŻNIENIE SIĘ POPRZEZ ZAPEWNIENIE WYGODY W SPOSÓB KONTEKSTOWY

Zespoły ds. rozwiązań cyfrowych w bankach europejskich mają powody do dumy z usług bankowości mobilnej stworzonych w ciągu ostatnich trzech, pięciu lat, jednak nie jest to powód, żeby osiąść na laurach. Aplikacje potencjalnej konkurencji często znajdują się na liście popularnych aplikacji finansowych w sklepach z aplikacjami, np. iTunes czy Google Play, i stanowią poważne zagrożenie dla ciągłości współpracy z klientami. Firmy o ustalonej pozycji, np. Amazon, Apple, Facebook czy Google nieprzerwanie testują oferty obejmujące płatności oraz opcje powiązane z „portfelem elektronicznym”.¹⁶ Aplikacje do przesyłania i odbierania wiadomości na urządzeniach przenośnych, np. WhatsApp, przyczyniają się do gwałtownej zmiany stylu interakcji banków z klientami.¹⁷ Podobnie jak „portfele elektroniczne”.¹⁸ Biorąc pod uwagę szybki rozwój konkurencyjnych firm oraz technologii, firma Forrester przygotowała następujące zalecenia dla zespołów ds. bankowości elektronicznej w bankach:

- **Stale dążyć do poprawy poziomu zadowolenia klientów.** Nowe, doskonałe funkcje na urządzenia przenośne mogą okazać się nieprzydatne, jeśli będą trudne do opanowania. Zespoły ds. rozwiązań cyfrowych muszą dążyć do pogodzenia coraz większej liczby funkcji ze sprawnością obsługi, zapewniając łatwiejszą nawigację, skuteczniejsze prezentowanie informacji i lepszy design. Należy wdrożyć rygorystyczne procesy analizy obejmujące testowanie przez użytkowników, porównanie przez osoby trzecie, a także pilotowanie nowych usług przez pracowników banku.
- **Wykorzystać kontekst w celu opracowania skutecznych ofert marketingowych oraz opcji sprzedaży dodatkowych produktów.** Zespoły ds. bankowości elektronicznej powinny bardziej aktywnie wykorzystywać kontekst — czyli ogół informacji udostępnionych przez klienta oraz danych uzyskanych na temat klienta w momencie przeglądania witryny.¹⁹ Zespoły ds. bankowości elektronicznej powinny korzystać z takich rozwiązań, jak reklamy wyświetlane w oddzielnych oknach, reklamy na bannerach oraz reklamy wbudowane, aby promować przydatne produkty i usługi bieżącym klientom. Kontekst jest często powiązany z lokalizacją, jednak dopasowanie treści informacji do potrzeb poszczególnych klientów wymaga także wykorzystania bankowego systemu CRM w powiązaniu z usługami mobilnymi. Liderzy, np. mBank czy Garanti, już publikują interesujące klientów oferty produktów oraz dotyczące wcześniej dokonanych operacji na podstawie profili klientów, ich zachowań, a także lokalizacji podczas korzystania z aplikacji mobilnej banku.²⁰
- **Pomagać klientom w podejmowaniu bardziej przemyślanych decyzji poprzez udostępnianie wbudowanych rozwiązań do zarządzania pieniędzmi.** Zarządzanie pieniędzmi powinno być pierwszą rzeczą, o jakiej myślą klienci otwierający aplikację na smartfonie lub tablecie. Zamiast pokazywać klientowi, jakie jest jego saldo na koncie, lepiej udostępniać mu informację, czy stać go na wakacje albo nowy smartfon Samsung Galaxy S5 po zapłaceniu wszystkich rachunków i pokryciu wydatków w ciągu następnych trzech miesięcy.

- **Opracowywać i realizować strategię „elektronicznego portfela”.** „Elektroniczne portfele” pozwalają zgromadzić w jednym miejscu oferty, kupony, płatności i premie za lojalność, co może przyczynić się do zmiany sposobu dokonywania zakupów i płatności przez klientów, zwiększając wartość produktów i usług oraz wygodę, a także umożliwiając dostarczenie klientom interesujących dla nich informacji.²¹ Banki, które nie podejmują żadnych działań, ryzykują utratę znaczenia, a co gorsza, utratę klientów na rzecz bardziej aktywnych firm.²² Zdaniem specjalistów z firmy Forrester bankowość mobilna to naturalne rozwiązanie w zakresie płatności mobilnych. Zespoły ds. bankowości elektronicznej powinny dążyć do poznania potrzeb klientów, opracowania wizji roli banku w „elektronicznym portfelu” klientów, dokonania oceny aktualnie udostępnianych funkcji oraz potencjalnych partnerów.
- **Poszukiwanie możliwości stworzenia i dostarczenia nowej wartości klientom.** Poszukując pomysłów na nowe funkcje, warto inspirować się aplikacjami finansowymi, za pobranie których użytkownicy płacą w sklepach internetowych. Często wymaga to uzyskania dostępu do informacji z innych źródeł, np. smartfonów klientów czy ogólnodostępnych danych. Przykładowo bank Garanti podjął współpracę z innymi firmami, aby zawrzeć w aplikacji mobilnej iGaranti takie innowacyjne rozwiązania, jak płatności mobilne, zarządzanie pieniędzmi, oferty dostosowane do zainteresowań na podstawie poprzednich zakupów czy obsługa sterowania głosem.²³
- **Określić rolę, jaką odegra bank w szerszym ekosystemie tworzenia wartości.** Według firmy Forrester przyszłością biznesu są rozwiązania cyfrowe. Klienci poszukujący rozwiązań problemów mają natychmiastowy dostęp do całej gamy produktów i usług cyfrowych od dostawców banku, partnerów, konkurencji na rynku rozwiązań cyfrowych, innych klientów i konkurencyjnych banków.²⁴ Tę nową rzeczywistość nazywamy „dynamicznym ekosystemem wartości”. Aby osiągnąć sukces, trzeba stać się częścią tego ekosystemu i wykorzystać możliwości, jakie oferuje; zacząć postrzegać współpracę z innymi firmami w nowych kategoriach, dążąc do stworzenia nowych możliwości dla klientów.

JAK FIRMA FORRESTER MOŻE POMÓC

PORÓWNAJ SWOJE MOBILNE USŁUGI BANKOWE Z INNYMI, ABY POZNAĆ MOCNE I SŁABE STRONY SWOICH USŁUG

Każdy bank ma inne mocne i słabe strony, a w związku z tym inne priorytety. Jak więc zespoły bankowości elektronicznej mogą ocenić, czy oferowane przez nie usługi bankowości mobilnej są konkurencyjne, i zdecydować, które funkcje są najbardziej istotne dla klientów oraz w kontekście strategii biznesowych? Pomocne może być tu porównanie funkcji bankowości mobilnej firmy Forrester poprzez:

- **Możliwość przeprowadzenia niestandardowej analizy oferty mobilnej.** Firma Forrester stosuje metodologię opisaną w tym raporcie w celu dostarczenia zespołom ds. bankowości elektronicznej niestandardowej analizy świadczonych usług bankowości mobilnej. Dajemy pełny wgląd w ocenę każdego kryterium, każdej kategorii i usług mobilnych jako całości. Opracowujemy też ranking przedstawiający usługi bankowości mobilnej na tle konkurencji.

- **Zwrócenie uwagi na mocne i słabe strony usług mobilnych.** Poprzez porównanie wyników bankowości mobilnej z wynikami innych banków w kategoriach jednostkowych Forrester pomaga zespołom ds. usług elektronicznych wskazać kluczowe mocne strony i obszary możliwości w ramach bankowości mobilnej. Omawiamy także szerzej najlepsze praktyki opisane w raporcie, podając dodatkowe przykłady i dodatkowe wskazówki odpowiednio do możliwości wprowadzenia usprawnień.
- **Przekazanie przydatnych zaleceń na podstawie luk i możliwości.** Porównanie funkcji bankowości elektronicznej firmy Forrester może ułatwić określenie natychmiastowych działań i długoterminowych usprawnień w strategii obejmującej bankowość mobilną.

MATERIAŁY DODATKOWE

Metodologia porównawcza

Firma Forrester przeprowadziła porównanie funkcji oferowanych przez aplikacje do obsługi bankowości mobilnej w dniach od 1 do 19 maja 2014 roku. Przyjęta przez nas metodologia polega na poddaniu ocenie usług mobilnych świadczonych przez banki w 37 kategoriach. Tam, gdzie było to możliwe, korzystaliśmy z urządzenia iPhone 5 do oceny aplikacji i witryn przeznaczonych dla smartfonów oraz urządzeń przenośnych. Do oceny banków w Polsce użyliśmy urządzenia Samsung S2 Galaxy.

Jeśli są Państwo zainteresowani udziałem w porównaniu funkcji bankowości mobilnej firmy Forrester lub uzyskaniem dodatkowych informacji o badaniach z zakresu bankowości mobilnej stale realizowanych przez nas, prosimy o kontakt z opiekunem klienta lub zespołem ds. informacji firmy Forrester pod adresem inquiry@forrester.com.

Firmy ankietowane na rzecz niniejszego raportu

Chcielibyśmy podziękować osobom z poniższych firm oraz wszystkim tym, którzy poświęcili swój czas w trakcie prowadzenia badań na potrzeby niniejszego raportu.

Bank Millennium	la Caixa
BBVA	mBank
Garanti	Postbank
ING Bank	Société Générale
Intesa Sanpaolo	UniCredit

PRZYPISY

- ¹ Wybraliśmy 11 przykładowych banków spośród wiodących banków detalicznych w Europie. Aby bank mógł zostać uwzględniony w zestawieniu porównawczym, musiała istnieć możliwość dokonania oceny rzeczywistego konta lub w pełni funkcjonalnego konta testowego. Nie należy sądzić, że 11 banków poddanych przez nas ocenie oferuje najlepsze funkcje z zakresu obsługi bankowości mobilnej w Europie. Jednak w naszej ocenie są one reprezentatywnym punktem odniesienia dla stanu bankowości mobilnej w Europie.
- ² Wykorzystaliśmy także własną metodologię porównującą funkcje oferowane w ramach bankowości mobilnej do oceny ofert bankowości mobilnej największych europejskich banków detalicznych w Kanadzie, USA i Wielkiej Brytanii. Więcej informacji: raport pt. „[Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w USA w 2014 r.](#)” z dnia 27 maja 2014 r., raport pt. „[Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w Kanadzie w 2014 r.](#)” z dnia 27 maja 2014 r. oraz raport pt. „[Porównanie funkcji oferowanych w ramach bankowości mobilnej w Wielkiej Brytanii w 2014 r.](#)” z dnia 23 czerwca 2014 r.
- ³ Przyjęta przez nas logika, zgodnie z którą w porównaniu została uwzględniona wyłącznie główna aplikacja banku do obsługi funkcji bankowości, zakłada, że klient nie powinien pobierać dodatkowych aplikacji w celu realizacji popularnych zadań z zakresu bankowości detalicznej, jak sprawdzanie salda na koncie czy dokonywanie płatności. Warto zwrócić uwagę na fakt, że decydując się na ocenę każdego banku na podstawie głównej aplikacji do obsługi bankowości detalicznej stawiamy w potencjalnie niekorzystnej sytuacji firmy oferujące wiele aplikacji, np. do obsługi kredytów hipotecznych, zarządzania pieniędzmi czy dokonywania płatności. Jednak głównym celem niniejszego badania jest ujawnienie dobrych praktyk, a nie ocena banków.
- ⁴ Założone cele realizujemy z wykorzystaniem danych uzyskanych z ankiet Consumer Technographics®.
- ⁵ W tym roku zmodyfikowaliśmy wyważenie w celu nieznacznego zwiększenia wagi kategorii Rejestracja i logowanie oraz Sprzedaż i zakupy. Na skutek zwiększenia nacisku na te kategorie ogólny wynik uzyskany przez niektóre banki w tym roku okazał się niższy pomimo wprowadzenia usprawnień w wielu kategoriach.
- ⁶ Bank Garanti wprowadził w aplikacji mobilnej iGaranti (dostępnej od maja 2013 r.) szereg innowacji, np.: płatności mobilne, zarządzanie pieniędzmi z poziomu urządzeń przenośnych, oferty publikowane na podstawie dokonywanych zakupów, a także obsługa funkcji głosowych. Zachęcamy do przeczytania niniejszego raportu w celu uzyskania dodatkowych informacji na temat procesu modernizacji bankowości mobilnej. Przeczytaj raport pt. „[Case Study: iGaranti Reimagines The Mobile Banking Experience](#)” z dnia 8 stycznia 2014 r.
- ⁷ Bank La Caixa oferuje imponujący zakres usług bankowych realizowanych za pośrednictwem SMS-ów. Klienci mogą za pomocą SMS-ów przelewać kwoty na ulubione konta, sprawdzać saldo na koncie, sprawdzać punkty w programie lojalnościowym, przysyłać pieniądze za granicę (do banków, które podpisały umowę z bankiem la Caixa), sprawdzać saldo na karcie kredytowej, uiszczać należności za zakupy ratalne, zwiększać limity na kartach kredytowych czy doładowywać karty typu prepaid. Źródło: la Caixa (https://portal.lacaixa.es/caixamovil/store/applosms_es.html).
- ⁸ Udostępnianie funkcji mobilnych, np. informacji o koncie wyświetlanych przed zalogowaniem się, to kierunek, w jakim zmierza bankowość mobilna. Firma Forrester przedstawiła w skrócie swoją wizję przyszłości bankowości mobilnej, gdzie dokłada się starań o utrzymanie klientów, generowanie nowych zysków i wyróżnienie się marki spośród konkurencji, a zespoły ds. rozwiązań cyfrowych nieustannie wprowadzają innowacje, dążąc do zaspokojenia popytu, mając świadomość, że oferty wiodących banków oraz konkurencyjnych firm są stale ulepszane. Aby uzyskać więcej informacji, przeczytaj raport pt. „[The Mobile Banking Imperative](#)” z dnia 12 listopada 2012 r.

- ⁹ Bank Intesa Sanpaolo udostępnia swoim klientom urządzenie O-Key, które co 16 sekund generuje nowy, sześciocyfrowy kod numeryczny (hasło jednorazowe). Aby się zalogować, klienci muszą tylko odczytać kod na urządzeniu O-Key i wpisać go w urządzeniu przenośnym.
- ¹⁰ Bank Garanti stworzył aplikację Security Picture, która ma za zadanie chronić klientów korzystających z Internetu lub bankowości mobilnej przed atakami typu phishing. Podczas pierwszego korzystania z witryny internetowej banku Garanti w systemie jest wyświetlanych osiem zdjęć. Klient wybiera jedno z nich. Wybrane zdjęcie jest zachowywane jako zdjęcie bezpieczeństwa. Po wpisaniu hasła w witrynie banku na komputerze lub urządzeniu przenośnym klienci widzą wybrane przez siebie zdjęcie.
- ¹¹ Opcja dostosowywania działa na podobnej zasadzie, jak w smartfonach, gdzie użytkownicy wybierają aplikacje wyświetlane na ekranie głównym urządzenia. Platforma jest dostarczana wraz z zestawem aplikacji. Niektóre z nich znajdują się na panelu nawigacyjnym, inne może dodać użytkownik.
- ¹² 12 lipca 2010 roku we współpracy z firmami MasterCard i Gemalto, Garanti Payment Systems oraz operatorem telefonii komórkowej Avea uruchomiono pierwszą na świecie kartę SIM do komunikacji bliskiego zasięgu. Karta NFC SIM, którą można umieścić w dowolnym urządzeniu przenośnym, aby dokonywać płatności bezdotykowych, eliminuje konieczność stosowania telefonów zgodnych z technologią NFC. Źródło: Garanti Payment Systems (http://www.garantiodemesistemleri.com/web/54-576-1-1/gosas_en/latest_news/latest_news/nfc_technology_first_in_the_world).
- ¹³ Bank BNP Paribas oferuje płatności w punktach sprzedaży za pośrednictwem aplikacji Kix, mBank za pośrednictwem aplikacji mBank Orange, a bank Intesa Sanpaolo — Move&Pay. Więcej informacji można znaleźć w witrynach wymienionych banków: BNP Paribas (https://www.secure.bnpparibas.net/banque/portail/particulier/Fiche?type=folder&identifiant=KIX_20111007104731), mBank (<http://www.mbank.pl/indywidualny/karty/karta-nfc-mastercard-orange-cash/>) oraz Intesa Sanpaolo (<http://www.intesasanpaolo.com/carte/move-and-pay.jsp>).
- ¹⁴ Firma Forrester definiuje „elektroniczny portfel” jako usługę cyfrową — dostępną z poziomu Internetu lub aplikacji mobilnej — która umożliwia zatwierdzanie transakcji płatniczych z jednego lub kilku źródeł i umożliwia korzystanie z innych funkcji powiązanych z dokonywaniem zakupów, np. ofert, kuponów, premii za lojalność, potwierdzeń elektronicznych oraz informacji o produktach. Mobilne portfele elektroniczne to takie, z których można korzystać na urządzeniach przenośnych.
- ¹⁵ Umożliwiają one dokonywanie zakupów online i w sklepach stacjonarnych, a także wypłatę pieniędzy z bankomatów przy użyciu kodu QR. Chcąc zainicjować płatność, klient skanuje kod QR udostępniony przez sprzedawcę na terminalu w punkcie sprzedaży, rachunku lub fakturze. Podobnie, żeby wypłacić gotówkę z bankomatu, klient musi tylko zeskanować kod QR wyświetlony na ekranie bankomatu. Włączenie „elektronicznego portfela” bezpośrednio do aplikacji do obsługi bankowości mobilnej pozwala bankowi uzyskać kontrolę nad korzystaniem przez klienta z różnych opcji w ramach płatności mobilnych, w tym uwierzytelniania, rejestracji, dokonywania płatności, a także przyszłych funkcji, np. programów lojalnościowych bądź promocji.
- ¹⁶ „Elektroniczne portfele” mogą przyczynić się do zmiany sposobu dokonywania płatności za zakupy detaliczne, posiłki w restauracji, usługi itp. Pierwsze portfele pozwalają gromadzić oferty, kupony, punkty lojalnościowe oraz płatności. Skutecznie zarządzane portfele przyczynią się do zwiększenia poziomu zadowolenia klientów w zakresie korzystania z ofert handlowych poprzez zwiększenie wartości oferowanych produktów i usług, wygody, a także dostosowanie treści ofert do faktycznych potrzeb i zainteresowań klientów. Przeczytaj raport pt. „[Craft The Right Digital Wallet Strategy For Your Financial Institution](#)” z 2 grudnia 2013 r.

- ¹⁷ Wydaje się, że wiadomości przesyłane za pośrednictwem urządzeń przenośnych nie mają wiele wspólnego z działalnością banków, jednak nie jest trudno wyobrazić sobie przyszłość, w której funkcjonuje mniej portali oferujących usługi mobilne, których treść jest bardziej dostosowana do potrzeb klientów. Firmy powinny brać pod uwagę wizję przyszłości, w której ich dostęp do konsumentów jest możliwy wyłącznie poprzez niewielką liczbę usług. Przeczytaj raport pt. „[Mobile's Trojan Horse: The Messaging Platform](#)” z dnia 27 marca 2014 r.
- ¹⁸ Informacje o tym, gdzie, w jakiej ilości i z kim klienci wydają pieniądze, to cenne dane będące w posiadaniu garstki firm świadczących usługi w zakresie kart kredytowych w takich krajach, jak USA. Firmy te wykorzystują uzyskane informacje w celach komercyjnych, tworząc niestandardowe oferty, co umożliwia pozyskiwanie kontaktów handlowych. Karty parapatnicze, np. oferowane przez firmę Starbucks zwiększyły poziom abstrakcji, umożliwiając klientom doładowywanie kart przy użyciu telefonów komórkowych. Przeczytaj raport pt. „[Mobile's Trojan Horse: The Messaging Platform](#)” z dnia 27 marca 2014 r.
- ¹⁹ Konsumentom chętnie przyjmują wygodne w korzystaniu produkty i usługi. W kwestii rozwiązań mobilnych oznacza to usługi wyróżniające się bezpośrednią skutecznością oraz prostotą dzięki dostosowaniu do potrzeb klienta. Możliwość dostosowania treści informacji do potrzeb klientów będzie zwiększać się wraz ze wzrostem zaawansowania technologii stosowanych w telefonach komórkowych. Specjaliści z dziedziny e-biznesu i strategii wielokanałowej muszą wykorzystywać kontekst, aby móc dostarczać odpowiednie informacje w odpowiednim czasie i miejscu, co przyczyni się do zwiększenia zainteresowania ofertą. Przeczytaj raport pt. „[The Future Of Mobile eBusiness Is Context](#)” z dnia 1 maja 2012 r.
- ²⁰ Bank Garanti współpracuje z witryną Foursquare, dzięki czemu w aplikacji są stale wyświetlane oferty. Ich treść jest dostosowana do zainteresowań klientów; zachowania związane z wydawaniem pieniędzy są wykorzystywane w celu zidentyfikowania ulubionych marek klientów. Uzyskane informacje są często wykorzystywane, aby dostarczać klientom informacje o wyjątkowych ofertach wybranych marek. Dzięki współpracy pomiędzy witrynami Foursquare i iGaranti można dodatkowo dostosowywać treść ofert do lokalizacji użytkownika. Użytkownicy, którzy zarejestrują się w witrynie Foursquare, są informowani za pośrednictwem powiadomień typu push o ofertach w pobliskich sklepach. Ponadto w witrynie iGaranti można umieszczać aplikacje innych firm, np. witryny publikującej codziennie ciekawe oferty, Bonubon, klubu zakupowego dla wybranych – Markafoni czy dystrybutora biletów – Biletix. W ten sposób witryna iGaranti znalazła się w samym centrum działań klientów związanych z finansami. Przeczytaj raport pt. „[Case Study: iGaranti Reimagines The Mobile Banking Experience](#)” z dnia 8 stycznia 2014 r.
- ²¹ Firma Forrester definiuje „elektroniczny portfel” jako usługę cyfrową — dostępną z poziomu Internetu lub aplikacji mobilnej — która umożliwia zatwierdzanie transakcji płatniczych z jednego lub kilku źródeł i umożliwia korzystanie z innych funkcji powiązanych z dokonywaniem zakupów, np. ofert, kuponów, premii za lojalność, potwierdzeń elektronicznych oraz informacji o produktach. Mobilne portfele elektroniczne to takie, z których można korzystać na urządzeniach przenośnych.
- ²² Banki, które nie podejmują żadnych działań, są wyprzedzane przez innych dostawców „portfela”. Co więcej, banki ryzykują utratę pozycji oraz możliwości wyróżnienia się spośród konkurencji, ponieważ zaufanie ich klientów mogą zdobyć inne firmy dostarczające produkty i usługi o większej wartości oraz bardziej wygodne w obsłudze. Przeczytaj raport pt. „[Craft The Right Digital Wallet Strategy For Your Financial Institution](#)” z 2 grudnia 2013 r.
- ²³ Bankowość mobilna to rozwiązanie przyszłości. Jednak wiele banków nadal nie wykorzystuje jej pełnego potencjału, zamiast tego przyjmując nową wersję starych rozwiązań. Bank Garanti w Turcji przyjął inny sposób myślenia. Przeczytaj raport pt. „[Case Study: iGaranti Reimagines The Mobile Banking Experience](#)” z dnia 8 stycznia 2014 r.
- ²⁴ Jest to możliwe, ponieważ każda firma, każdy agregator cyfrowych treści, każdy dostawca i każdy sprzedawca detaliczny tworzy aplikacje i witryny, dzięki którym klienci mogą wybierać dowolne produkty. Przeczytaj raport pt. „[The Digital Business Imperative](#)” z dnia 26 marca 2014 r.

Informacje o firmie Forrester

Liderzy ds. marketingu globalnego i strategii globalnej zwracają się do firmy Forrester o pomoc w podejmowaniu trudnych decyzji, niezbędnych do czerpania korzyści ze zmian zachodzących w marketingu, technologii i zachowaniach konsumentów. Zapewniamy sukces naszym klientom, oferując im:

- oparty na danych wgląd w sytuację, niezbędny do zrozumienia wpływu zmian zachowań konsumentów;
- przyszłościowe badania i analizy pomocne w podejmowaniu decyzji;
- obiektywne porady dotyczące narzędzi i technologii zapewniających lepszy kontakt z klientami;
- najlepsze praktyki w dziedzinie marketingu i strategii wielokanałowej.

WIĘCEJ INFORMACJI

Aby dowiedzieć się, jak firma Forrester Research może pomóc odnosić sukcesy na co dzień, należy skontaktować się z naszym lokalnym oddziałem lub odwiedzić nas pod adresem www.forrester.com. Pełną listę naszych oddziałów na całym świecie można znaleźć pod adresem www.forrester.com/about.

DZIAŁ OBSŁUGI KLIENTA

Aby uzyskać informację w formie drukowanej lub elektronicznej, należy skontaktować się z działem obsługi klienta pod numerami telefonu +1 866.367.7378, +1 617.613.5730 lub adresem clientsupport@forrester.com. Oferujemy rabaty ilościowe i ceny specjalne dla uczelni i organizacji non profit.

Firma Forrester koncentruje uwagę na specjalistach z dziedziny e-biznesu i strategii wielokanałowej

Osoby odpowiedzialne za opracowanie strategii sprzedaży i obsługi w wielu kanałach muszą zoptymalizować sposób adaptacji ludzi, procesów i technologii w dynamicznie zmieniających się punktach kontaktu z klientami. Firma Forrester pomaga opracowywać przyszłościowe strategie, aby uzasadnić podejmowane decyzje oraz zoptymalizować wydajność poszczególnych pracowników, ich zespołów i całej korporacji.

« **ERIC CHANG**, typowy klient reprezentujący specjalistów z dziedziny e-biznesu i strategii wielokanałowej

