

Wyzwanie dla banków – działać jak Uber

Dzisiaj za zakupy płaci się najczęściej kartami kredytowymi i debetowymi, poprzez bezpośrednie łącza z bankami. Sklepy wykorzystują dane z banku klienta, dzięki czemu zakupy można realizować on-line w sieci, za pośrednictwem przeglądarki lub firmowych aplikacji. Chociaż ostatnio wprowadzane przez Apple, Google i innych sposoby płatności mobilnych wprowadzają pewne zamieszanie, to zasadniczo model działania pozostaje ten sam. Dane są przekazywane do firm obsługujących płatności i po stwierdzeniu wystarczającej ilości środków na koncie realizowana jest płatność.

Powoduje to, że niektórzy postrzegają oddziały bankowe jako coraz mniej przydatne. Dlaczego? Ponieważ takie mobilne transakcje, jak płatności, czy dokonywanie lokat (można je realizować na przykład wylegując się w domu) eliminują potrzebę wizyty w siedzibie banku.

Rozszerzanie zakresu usług

Instytucje finansowe tracą. Co by się stało, gdyby instytucje z osiemnastowiecznymi pomysłami na prowadzenie biznesu, zaczęły realizację innowacyjnego podejścia, takiego jak firma Uber? I co gdyby zamiast jednej aplikacji na telefonie klienta była tylko jedna? A do tego, gdyby aplikacja ta była związana z bankiem, a nie ze sklepem?

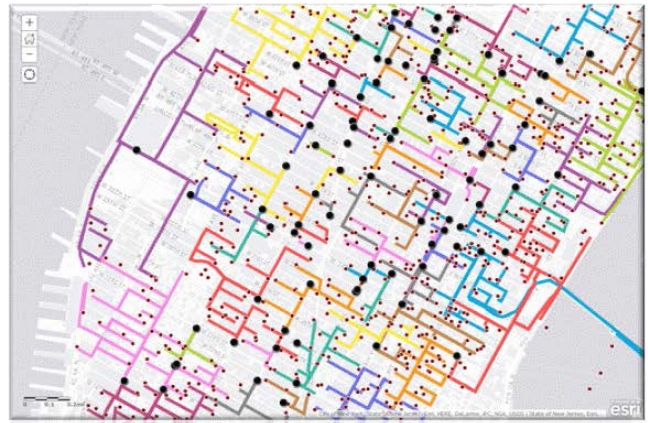
Czy słyszeliście o UberEATS? Usługa ta polega na dostarczaniu zależnych od pory dnia zestawów jedzenia z określonych restauracji znajdujących się w zasięgu działania Uber. Jedzenie dociera do was, ponieważ już ono jest w samochodzie, który jest w pobliżu. Nie jest ono przygotowywane i dostarczane na zamówienie. Klienci wybierają z dostępnych zestawów i korzystają z tego samego, bezgotówkowego systemu

płatności, który jest znany użytkownikom Ubera.

Wyobraź sobie, że banki działają tak, jak UberEATS. Po prostu uruchamiasz aplikację bankową i to, co kupujesz, jest gotowe i dostępne w sklepie, z którego kupujesz i może być do Ciebie dostarczone przez kierowcę, albo drona. Usługa ta pozwoliłaby klientom dokonywać zakupów przed odbiorem towaru, na skalę niespotykaną wcześniej.



Na piechotę: piesi mogą poruszać się w dowolnych kierunkach po chodnikach, nie są ograniczani ulicami jednokierunkowymi i mogą używać przejść podziemnych i kładek. Mogą poruszać się łatwiej niż pojazdy.



Samochodem: ulice jednokierunkowe, zakazy skrętów, nakazy jazdy w określonych kierunkach, okresowa dostępność określonych miejsc istotnie wpływają na to, gdzie i kiedy mogą być realizowane dostawy samochodowe.

Rys. 1. Różnica między dostawą na piechotę i samochodową

Rys. po lewej – na piechotę: piesi mogą poruszać się w dowolnych kierunkach po chodnikach, nie są ograniczani ulicami jednokierunkowymi i mogą używać przejść podziemnych i kładek. Mogą poruszać się łatwiej niż pojazdy.

Rys. po prawej – samochodem: ulice jednokierunkowe, zakazy skrętów, nakazy jazdy w określonych kierunkach, okresowa dostępność określonych miejsc istotnie wpływają na to, gdzie i kiedy mogą być realizowane dostawy samochodowe.

I nie mówimy tu o filiżance porannej kawy, którą zamawiasz stojąc w kolejce w najbliższym Starbucks'ie. Dlaczego nie umożliwić klientom wybrania i zapłacenia za lunch podczas porannego mycia zębów, zanim jeszcze wyjdą do pracy? Albo

dłaczego nie zamienić porannego babskiego gadania o najnowszych butach na popołudniową dostawę tych butów, przed wieczornym wyjściem? Istnieją już tysiące firm oferujących takie usługi. Ale nie ma jednej firmy, która oferowałaby je wszystkie.

Usprawnienie płatności to lepsze społeczeństwo

Z Uber nigdy nie muszę pamiętać numeru telefonu ani martwić się o to, czy firma przyjmuje karty płatnicze, a jeśli tak, to jakie. Otrzymuję żadaną usługę za dotknięciem jednego guzika.

Jako konsument wyobraź sobie robienie każdego zakupu używając tylko jednego przycisku. Koniec z poszukiwaniem właściwej aplikacji, kiedy jesteś w sklepie, czy z aktualizowaniem niezliczonych baz pełnych informacji o transakcjach, z zapamiętywaniem wielu haseł i wielu list zakupów. Działasz zawsze tak samo, bez względu na to, gdzie kupujesz i zawsze masz wgląd w stan swojego konta.

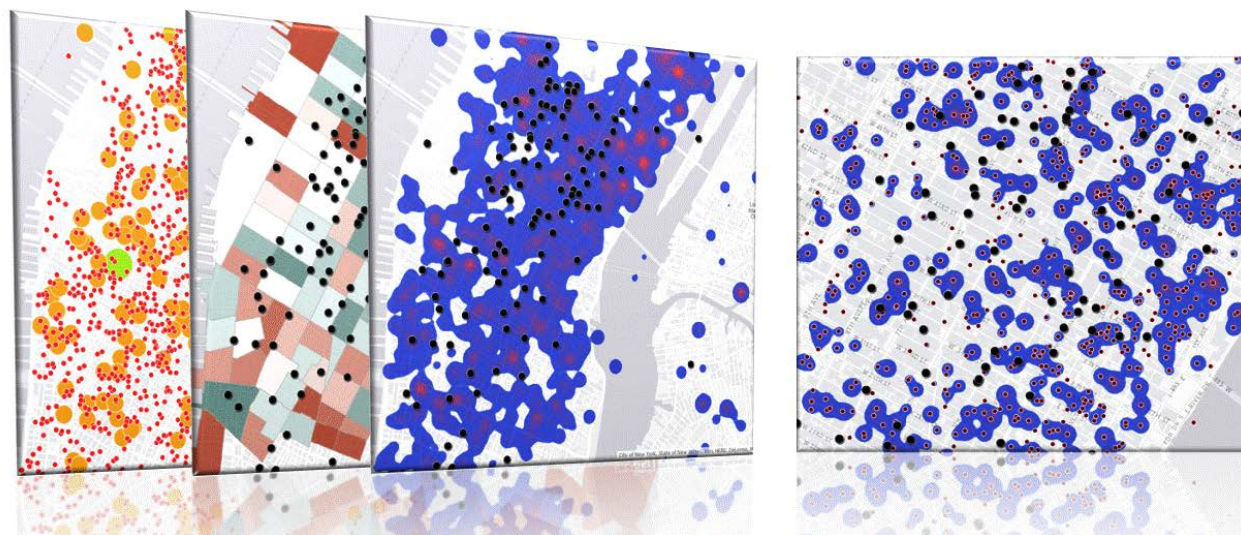
Z biznesowego punktu widzenia, wyobraź sobie, jak wygodnie jest móc nagrodzić sumiennych i lojalnych klientów, ponieważ masz dostęp do informacji o każdej transakcji. Banki będą również wiedzieć dużo więcej o swoich klientach.

Location-as-a-Service

Czy to wszystko jest możliwe? Wierzę, że tak. To jest możliwe, ponieważ zdążamy do nowego etapu w rozwoju technologicznym – Location-as-a-Service (LaaS). LaaS wykracza poza zwykłe ustalanie tego, gdzie mieszkają klienci, gdzie pracują i robią zakupy mające na celu określanie dostaw i potrzeb. LaaS wykorzystuje *kontekst* geograficzny do określenia tego, co jest gdzie potrzebne, jak to się zmienia w czasie i przestrzeni i jakie z tego wynikają możliwości dla biznesu.

Kontekst geograficzny poszerza wgląd w miliardy transakcji

kupna, które mają miejsce każdego dnia. Dzięki zrozumieniu zależności czasoprzestrzennych w handlu detalicznym (gdzie i kiedy coś jest kupowane), handlowcy mogą identyfikować nie tylko to, co gdzie jest i kto tego potrzebuje, ale również określać luki rynkowe i możliwości biznesowe.



Rys. 2. Wymagania dotyczące modelowania: zależności czasoprzestrzenne transakcji osobistych i grup działań. Zakupy, preferencje i potrzeby klientów i grup klientów stale się zmieniają.

Bliskość w przestrzeni – klienci w jednym, konkretnym sklepie, transakcje realizowane na określonym rynku, czy osoby podróżujące na danym obszarze – to wszystko parametry, które można połączyć z informacjami społecznościowymi i lojalnościowymi o klientach. Dodanie takich informacji z aplikacji, jak polubienia, zmiany w listach życzeń, czy przeglądy dokonanych zakupów, pozwala na doprecyzowanie kontekstu.

LaaS jest wyjątkową usługą, ponieważ można ją dostosowywać zarówno do potrzeb regionalnych, jak i bardzo lokalnych. Jest ona również powiązana z czasem, z dokładnością do minuty. Kierowanie działań do określonego odbiorcy można udoskonalić tak, że usługi i towary mogą być dostarczane do konkretnego miejsca w określonym czasie (np. wielu klientów o ósmej rano

zamawia Pumpkin Spice Latte – latte z aromatem dyniowo-korzennym – w The Grind Coffee Shop). Korzyści osiągają wszyscy: oddziały, marketing, obsługa klienta, zarządzanie majątkiem, itp. Wszyscy i wszędzie.

Taka wyjątkowa aplikacja bankowa mogłaby być używana przez konsumentów niezależnie od miejsca dokonywania zakupów. Mogłaby ona stać się również mapą drogową dla tworzenia bardziej ekologicznego i efektywnego modelu podaży i popytu. Jest to ten rodzaj handlu, w kierunku którego trzeba przekształcać usługi bankowe.