



**KLIENT
360°**

W jakim stopniu instytucje finansowe potrafią inwestować nową „walutę” - dane klientów – w poprawę doświadczeń klientów i rozwój biznesu?

Marek Chlebicki, Dyrektor, PwC

Kluczowe aspekty prezentacji



Zmiany w bankowości
- nowe regulacje
i nowi klienci, nowe
oczekiwania
względem CX



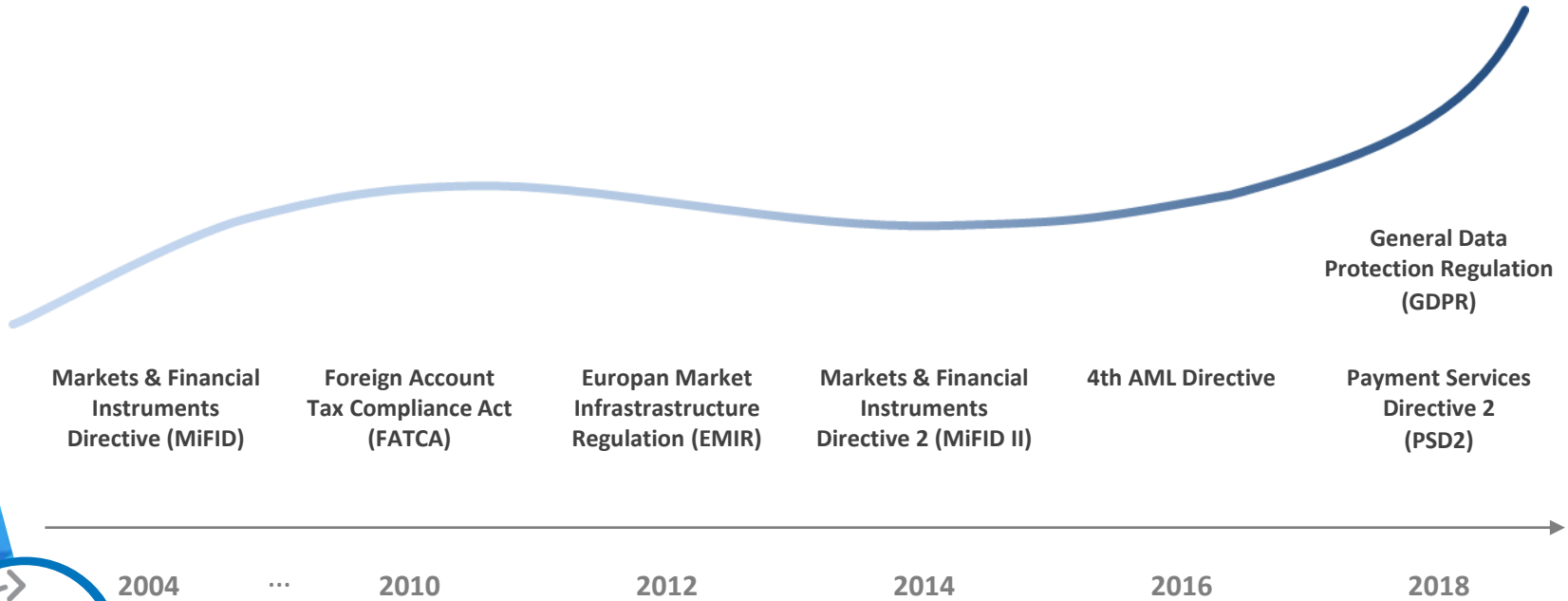
Co instytucje
finansowe już wiedzą
o swoich klienta, a co
wiedzieć mogą /
powinny i dlaczego



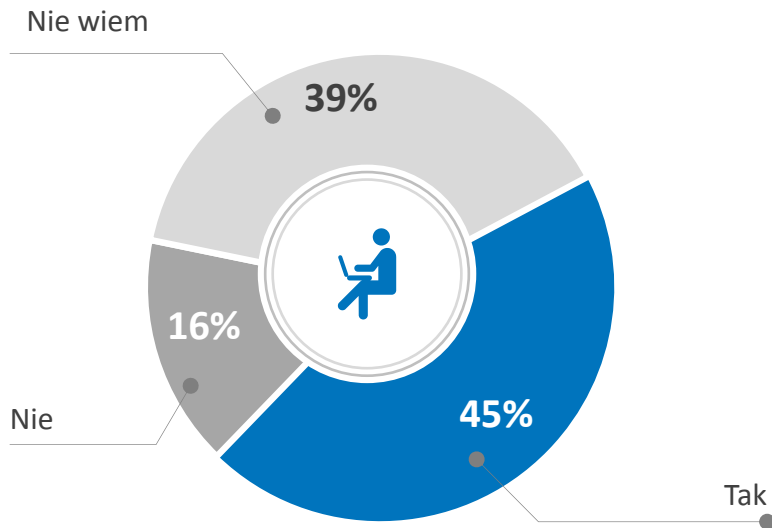
Jak w praktyce
wykorzystać tę
wiedzę - dane jako
nowa "waluta"



Rynek finansowy w Polsce i EU nigdy dotąd nie mierzył się z tak wieloma regulacjami



Jednocześnie będzie otwarty niemal dla wszystkich – kto może to wykorzystać?



Source: LendEDU

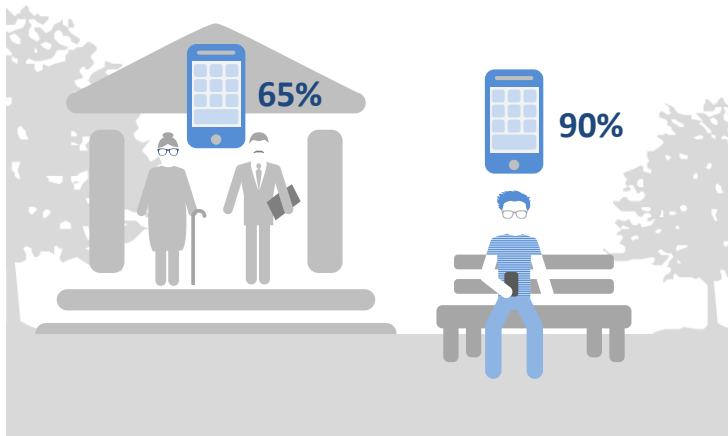


Amazon, zostań moim bankiem

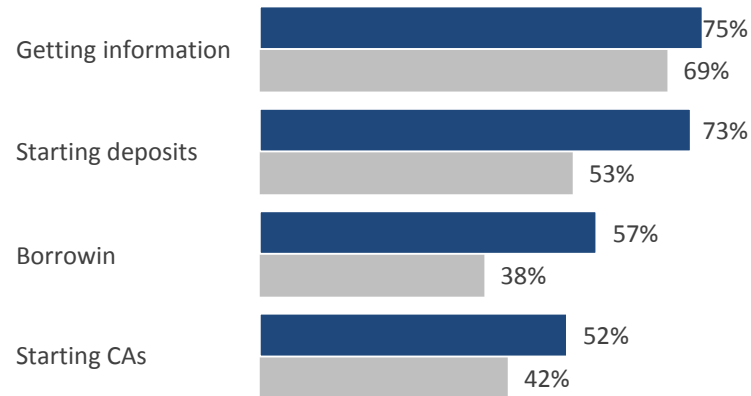
Prawie 50% Klientów Amazon potwierdziło gotowość do przeniesienia swojego „głównego rachunku” do Amazon



Oczekiwania nowych klientów się zmieniają...



Co robią on-line:



■ Ones born in 80's and 90's ■ Older generations

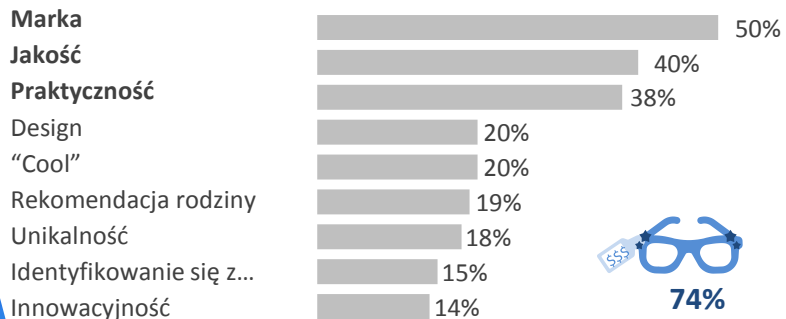
Już ponad **90% klientów** urodzonych w latach 80-tych i 90-tych korzysta na co dzień ze smartfonów (robi to także nawet **65%** ich rodziców)



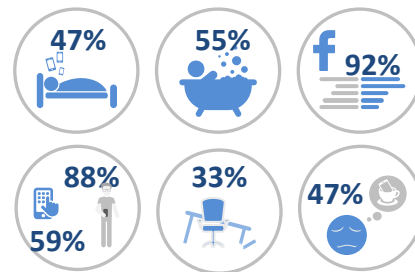
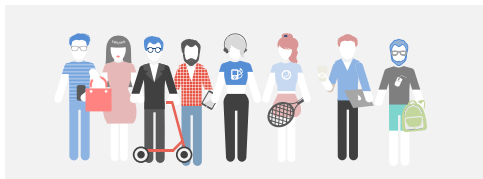
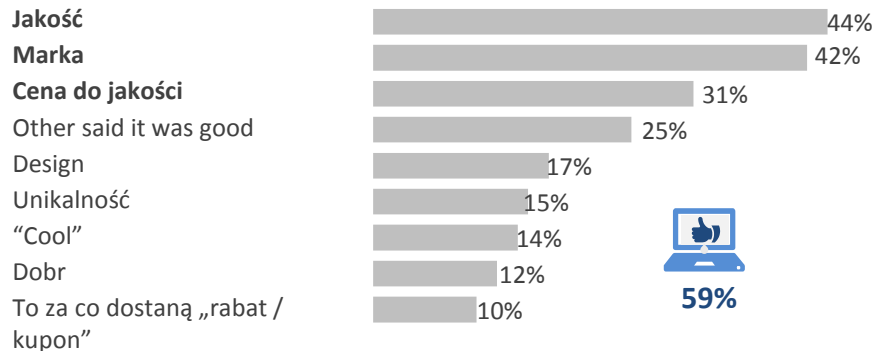
...a to oni niebawem będą korzystać z usług instytucji finansowych

Już w roku 2020, nowi „digitalowi” klienci będą odpowiedzialni za ponad 50% nowych zakupów

Za co chcą płacić



Co są gotowi rekomendować



Instytucje finansowe muszą lepiej rozumieć swoich klientów, aby spełnić ich oczekiwania

A co dziś wiedzą o swoich klientach i do czego tą wiedzę wykorzystują



Kluczowe pytania to: co wiem, jak tę wiedzę utrzymuję i jak z niej korzystam?

Gdzie mieszkają?	Gdzie pracują?	Co lubią i gdzie spędzają wolny czas?	Jakie marki ubrań lubią najbardziej?	W jaki sposób podejmują decyzje?	Jak kupują?
Tak	Czasem	Często nie	Raczej nie	Czasem	Produkty banku
Adres korespondencyjny	Miejsce zatrudnienia na wniosku kredytowym	???	???	Wiedza dobrego doradcy	???
Czy wykorzystują tę wiedzę do oceny nowego Klienta?	Czy nie lepiej popatrzeć na transakcje kartowe?	A przecież to bardzo istotna kategoria wydatkowa!	Takie rzeczy wie tylko Facebook... Czy na pewno?	Czy korzystają z możliwości współpracy z dedykowanym doradcą? Z których kanałów korzystają? Czy powracają do tej samej osoby/oddziału?	Mhmm... Bank zna dynamikę wydatków, wie, z ilu usługodawców korzysta klient, jak często powtarza transakcje w jednym punkcie oraz jaka jest jego responsywność na akcje marketingowe.

Czy wszystkie te dane są dobrze zarządzane?



Wykorzystanie nowej „waluty” – danych klienta wymaga istotnej redefinicji całej organizacji

Kompetencje



Analitycy



Eksperti branżowi



Geo



FS Strategia i operacje

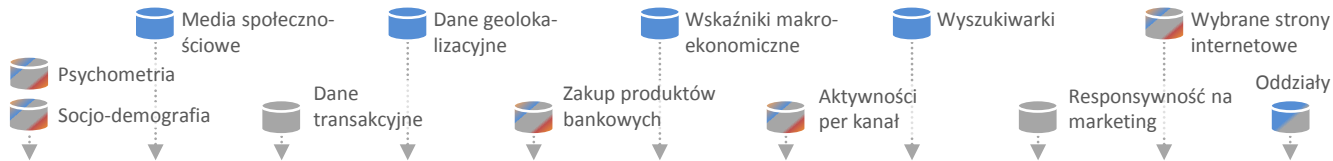


Finanse

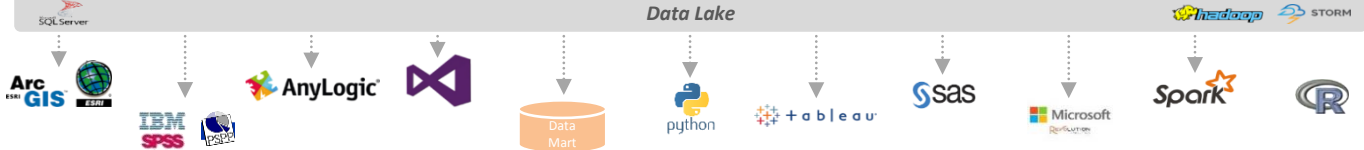


Badania

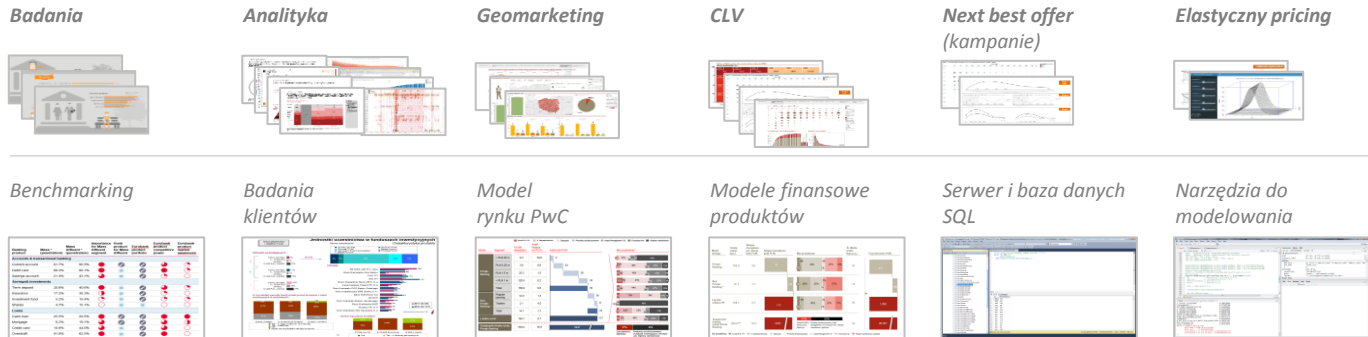
Dane



Narzędzia i metody



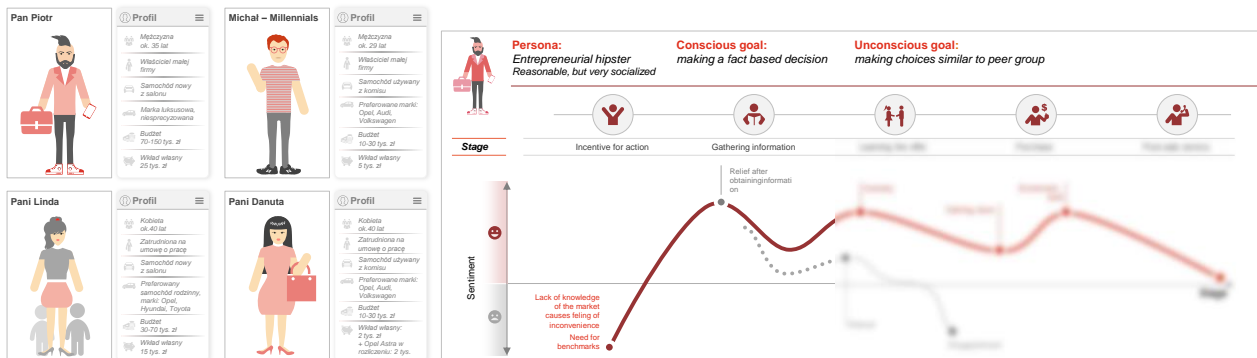
Niezbędne doświadczenie



■ Wyliczenia
 ■ Dane klienta
 ■ Dane zewnętrzne (w tym badania)
 ■ Dane o rynku



W efekcie możliwe jest tworzenie wartości nie tylko dla instytucji, ale także dla klienta!



Oferowanie kontekstowe oparte o potrzeby klientów:

- **5-25 x** zwiększona konwersja
- **<50%** mniejsza liczba kontaktów ofertowych z klientem
- **Wyższy NPS** i satysfakcja klienta



Dziękuję i zapraszam do kontaktu!



Marek Chlebicki
Dyrektor, PwC

