

Υπηρεσίες Mobile Banking: Πρόκληση για τράπεζες και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα

Aν και οι περισσότερες μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στην Ελλανική τραπεζική προσφέρουν τραπεζικές υπηρεσίες μέσω κινητού τηλεφώνου που βασίζονται κυρίως στην τεχνολογία των γραπτών μηνυμάτων (SMS) και το διαδίκτυο, μόνο το 5% των χροστών τις χρησιμοποιούν σήμερα, τονίζει σε πρόσφατη έρευνα της η εταιρία μελετών Forrester Research (η έρευνα αφορά Τράπεζες με πανευρωπαϊκή παρουσία). Πρόκειται κυρίως για νέους στην ηλεκτρικά χρήστες, στην πλειοψηφία άντρες, τεχνολογικά ενημερωμένους, υψηλού εισοδήματος με εμπειρία στις online τραπεζικές υπηρεσίες. Αυτοί χρησιμοποιούν το κινητό τους για απλές διαδραστικές υπηρεσίες όπως είναι ο έλεγχος του τραπεζικού τους λογαριασμού και ειδοποιήσεις μέσω SMS από την τράπεζά που είναι πειθάτες. Το ερώτημα όμως που απασχολεί την τραπεζική αγορά απλή και τους αναθυτές του τεχνολογικού κλάδου είναι γιατί το mobile banking έχει τόσο χαμηλά ποσοστά διείσδυσης στο κοινό. Όσοι δε χρησιμοποιούν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες πλένε ότι δεν αντιλαμβάνονται τα οφέλη αυτών των υπηρεσιών, δε γνωρίζουν ότι υπάρχουν τέτοιους είδους υπηρεσίες ή προτάσσουν τα προβλήματα ασφαλείας κατά τη χρήση τέτοιου είδους υπηρεσιών. Όπως τονίζουν οι αναθυτές της Forrester Research, οι τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες mobile banking πρέπει να καταστήσουν σαφές στους πειθάτες τους την απλότητα και την εγκυρότητα αυτών των υπηρεσιών. Όπως υποστηρίζουν, πρέπει να γίνει συνείδοση των καταναλωτών ότι αυτές οι υπηρεσίες προσφέρονται οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή.

Πρόκληση

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Forrester Research, οι υπηρεσίες mobile banking είναι μια "καυτή" πολλά υποσχόμενη

αγορά για την ευρωπαϊκή Ελλανική τραπεζική. Πολλές τράπεζες έχουν επενδύσει στο συγκεκριμένο τομέα θεωρώντας πως θα αποτελέσουν ένα ακόμα κανάλι αυτόξενης πρότησης των καταναλωτών.

Σύμφωνα με τα μέχρι τώρα δεδομένα:

- Οι περισσότερες μεγάλες τράπεζες προσφέρουν κάποιο είδους υπηρεσιών mobile banking. Η πρώτη που δραστηριοποιήθηκε στη συγκεκριμένη αγορά ήταν η ABN-AMRO το 1997. Το 2000 και το 2001, όπως συνέβη με τις τράπεζες στη Βόρεια Αμερική, πολλές ευρωπαϊκές τράπεζες

προώθησαν υπηρεσίες mobile banking βασισμένες στην τεχνολογία WAP, για να τις κλείσουν μερικά χρόνια αργότερα ελλιπείψει των χροστών. Μετά την αποτυχία μέντον προσπάθεια οι τράπεζες έχουν επιστρέψει βαθμιαία στις υπηρεσίες mobile banking διαφοροποιώντας όμως το μοντέλο προσφοράς αυτών των υπηρεσιών. Σχεδόν όλες οι μεγάλες τράπεζες στη Γερμανία, τη Γαλλία, τη Μεγάλη Βρετανία, την Ιταλία, την Ισπανία, τις Κάτω Χώρες, και τη Σουηδία προσφέρουν κάποιο είδος κινητής τραπεζικής υπηρεσίας, Πίνακας 1.

Χώρα	Τράπεζα	Ενημέρωση μέσω SMS	Προσφέρουν συναλλαγές mobile banking
Μεγάλη Βρετανία	Lloyds TSB	Ναι	Όχι
Μεγάλη Βρετανία	Barclays	Ναι	Ναι
Μεγάλη Βρετανία	HSBC	Όχι	Ναι
Μεγάλη Βρετανία	Nationwide Building Society	Όχι	Ναι
Μεγάλη Βρετανία	Alliance & Leicester	Όχι	Ναι
Γερμανία	Sparkassen	Ναι*	Ναι*
Γερμανία	Volksbanken Raiffeisenbanken	Ναι*	Ναι*
Γερμανία	Deutsche Postbank	Όχι	Ναι
Γερμανία	Sparda-Banken	Ναι*	Ναι*
Γερμανία	Deutsche Bank	Όχι	Ναι
Ολλανδία	Postbank	Ναι	Όχι
Ολλανδία	Rabobank	Ναι	Ναι
Ολλανδία	ABN AMRO Bank	Ναι	Ναι
Σουηδία	Swedbank	Ναι	Ναι
Σουηδία	Nordea	Ναι	Ναι
Σουηδία	Svenska Handelsbanken	Ναι	Ναι
Γαλλία	Crédit Agricole	Ναι	Ναι
Γαλλία	La Banque Postale	Ναι	Ναι
Γαλλία	Caisse d'Epargne	Ναι	Ναι
Γαλλία	Crédit Mutuel	Ναι	Ναι
Γαλλία	Société Générale	Ναι	Ναι
Γαλλία	BNP Paribas	Ναι	Ναι
Ισπανία	la Caixa	Ναι	Ναι
Ισπανία	BBVA	Ναι	Ναι
Ισπανία	Caja Madrid	Ναι	Ναι
Ισπανία	Banco Santander	Ναι	Ναι
Ιταλία	UniCredit Banca	Ναι	Ναι
Ιταλία	Intesa Sanpaolo	Ναι	Ναι
Ιταλία	Banca Monte dei Paschi di Siena	Ναι	Ναι
Ιταλία	Banca Popolare di Milano	Ναι	Ναι

Πίνακας 1. Τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες mobile banking στην Ευρώπη,

*Ανάλογα με τους πειθάτες, Πηγή: Forrester Research, 2007

Υπηρεσίες Mobile Banking: Πρόκληση για τράπεζες και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα

Οι περισσότερες μεγάλες τράπεζες στην Ευρώπη προσφέρουν υπηρεσίες mobile banking αλλά λίγοι καταναλωτές τις χρησιμοποιούν

- Οι παρεχόμενες υπηρεσίες αφορούν τις απλές ειδοποιήσεις μέσω SMS αλλά και πιο περίπλοκες συναλλαγές. Η υπάρχουσα τεχνολογία βοηθά τις τράπεζες, είτε να προσφέρουν απλές υπηρεσίες mobile banking βασισμένες κυρίως στη χρήση SMS που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από μεγάλο αριθμό πελατών που επιθυμούν να επιβαρυνθούν με λογικό κόστος, είτε να παρέχουν πιο σύνθετες δια-δραστικές υπηρεσίες σε πελάτες που μπορούν να επιβαρυνθούν με υψηλότερο κόστος. Είναι χαρακτηριστικές οι υπηρεσίες SMS των Lloyds. Οι πελάτες τους μπορούν να λάβουν δωρεάν μια φορά την εβδομάδα SMS για τις τελευταίες έξι συναλλαγές και τον έλεγχο του τρέχοντος λογαριασμού τους. Με μικρό μνιαίο αντίτιμο οι χρήστες μπορούν επίσης να λάβουν ενημέρωση μέσω SMS για το κλείσιμο του λογαριασμού τους ή όταν έχουν ξεπεράσει το όριο των πιστωτικών τους λογαριασμών. Υπάρχουν όμως και πιο σύνθετες υπηρεσίες, όπως η μεταφορά χρημάτων, η πληρωμή λογαριασμών, ο έλεγχος δανείων μέσω mobile Internet.
- Αυτές οι υπηρεσίες είναι διαθέσιμες σε όλους τους κατόχους συσκευών κινητής τηλεφωνίας. Ογδόντα έξι τοις εκατό των ευρωπαϊκών ενηλίκων χρησιμοποιούν κινητό τηλέφωνο και για τις τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες mobile banking, κάθε πελάτης με ένα κινητό τηλέφωνο είναι δυνητικός χρήστης, επειδή

όλα τα τηλέφωνα υποστηρίζουν SMS. Η Rabobank έχει δημιουργήσει το δικό της δίκτυο κινητής τηλεφωνίας για να υποστηρίξει υπηρεσίες mobile banking, τη RaboMobi, προκειμένου να διαθέσει στους πελάτες της δικές της συσκευές κινητής τηλεφωνίας.

Χαμηλή διείσδυση mobile banking

Από τη στιγμή που οι κινητές τραπεζικές υπηρεσίες είναι διαθέσιμες από τις περισσότερες μεγάλες τράπεζες της Ευρώπης ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του '90, θα ήταν επόμενο η διείσδυση αυτών των υπηρεσιών να κυμαίνεται σε υψηλά ποσοστά. Η έρευνα όμως της Forrester Research δείχνει το αντίθετο. Είναι λίγοι οι Ευρωπαίοι που χρησιμοποιούν τις κινητές τραπεζικές υπηρεσίες σήμερα. Λίγες μόνο τράπεζες έχουν πείσει μεγάλο αριθμό πελατών τους να χρησιμοποιήσουν τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω SMS. Για παράδειγμα η υπηρεσία Messalia SMS της Giroline Societi έχει περισσότερους από 675.000 χρήστες. Στη Μεγάλη Βρετανία υπάρχουν περίπου 460.000 χρήστες τραπεζικών υπηρεσιών μέσω SMS. Άλλα αυτοί είναι οι πρωτόποροι και οι εξαιρέσεις. Υπολογίζεται πως το 5% όλων των χρηστών διαδικτύου χρησιμοποιούν τις κινητές τραπεζικές εργασίες - λίγο περισσότερο απ' ότι στις ΗΠΑ ή τον Καναδά, Διάγραμμα 1.



Αυτός ο αριθμός διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα. Η Σουηδία και η Ιταλία - οι χώρες με πολύ υψηλά ποσοστά χρήστης κινητής τηλεφωνίας στην Ευρώπη - εμφανίζουν ποσοστά χρήστης υπηρεσιών mobile banking γύρω στο 11% και 9% αντίστοιχα. Οι χρήστες είναι κυρίως νέοι ηλικιών μεταξύ 25 - 35 ετών, που χρησιμοποιούν επίσης τις on line τραπεζικές εργασίες, Διάγραμμα 2.



Ανήκουν στην κατηγορία των υψηλών εισοδημάτων, είναι τεχνολογικά ενημερωμένοι και η πλειοψηφία χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο καθημερινά, Πίνακας 2.

	Χρήση mobile banking	Δε χρησιμοποιούν mobile banking
M.O. Ηλικίας % Ανδρών	38 61%	39 51%
Υψηλό εισόδημα	36%	31%
Τεχνολογικά ενημερωμένοι	71%	58%
Online για περισσότερα από 7 χρόνια	47%	33%
Online καθημερινά	64%	51%
Χρήση online banking	80%	56%

Πίνακας 2. Χαρακτηριστικά Ευρωπαίων χρηστών υπηρεσιών mobile banking, Βάση: 7.160 χρήστες, Πηγή: Forrester Research, 2007

Τέσσερις από τους πέντε χρήστες υπηρεσιών mobile banking κάνουν χρήση on line τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του υπολογιστή τους. Το 57% των χρηστών υπηρεσιών mobile banking χρησιμοποιούν συνήθως απλές υπηρεσίες και ο πιο συνηθισμένη είναι ο έλεγχος τραπεζικού υπολογίστη. Εξίσου δημοφιλείς είναι οι ειδοποιήσεις μέσω SMS (29% και 28%), ενώ ένα ποσοστό γύρω στο 27% κάνουν έλεγχο των τραπεζικών τους συναλλαγών μέσω του κινητού τους τηλεφώνου. Πιο σύνθετες συναλλαγές,

όπως μεταφορά χρημάτων ή απλαγή τραπεζικού κωδικού, είναι λιγότερο συνηθισμένες μέσω του mobile banking, Διάγραμμα 3.

ρά. Η πλειονότητα επίσης δεν γνωρίζει ότι υπάρχουν οι συγκεκριμένες υπηρεσίες ενώ παράλληλα νιώθουν ανασφαλείς κατά τη χρήση τους. Επίσης ένα σημαντικό



Διάγραμμα 3. Χρήση υπηρεσιών mobile banking στην Ευρώπη ανά ηλικία, Βάση: 374 χρήστες, Πηγή: Forrester Research, 2007

Προβλήματα και πρόσεις

Οι καταναλωτές δεν αντιλαμβάνονται τα οφέλη των υπηρεσιών mobile banking γι' αυτό και δεν τις χρησιμοποιούν. Προτιμούν τη χρήση των ATM ή των παραδοσιακών μεθόδων συναλλαγής με την τράπεζα. Σύμφωνα με τους αναλυτές της Forrester Research, αυτό αποτελεί μία από τις βασικές αιτίες της χαμηλής διεύσδυσης του mobile banking στην ευρωπαϊκή αγο-

ποσοστό αναρωτιέται για το κόστος αυτών των υπηρεσιών και υποστηρίζει πως δεν κατέχει την τεχνολογικά προηγμένη συσκευή κινητής τηλεφωνίας για τέτοιου είδους εφαρμογές.

H Forrester Research επισημαίνει πως οι υπεύθυνοι των τμημάτων πληροφορικής των τραπεζών μπορούν να κάνουν πολλά για να απλάξουν τα δεδομένα. Δουλεύοντας από κοινού μαζί με τα τμήματα μάρκετινγκ των τραπεζών μπορούν να πείσουν τους πελάτες τους για τη χρησιμότητα και την απλή λειτουργία των υπηρεσιών mobile banking. Μπορούν να αποδείξουν με συγκεκριμένα παραδείγματα για την υπεραξία αυτών των υπηρεσιών. Μπορούν επίσης να εστιάσουν σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών όπως είναι οι νέοι σε ηλικία και τεχνολογικά εγγράμματοι χρήστες και να τους προσφέρουν ποικιλία υπηρεσιών mobile banking, εστιάζοντας σε έγκυρες και χωρίς χρονικούς και τοπικούς περιορισμούς υπηρεσίες.

Οι τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες mobile banking πρέπει να καταστήσουν σαφές στους πελάτες τους την απλότητα και την εγκυρότητα αυτών των υπηρεσιών. Πρέπει να γίνει συνείδηση των καταναλωτών ότι οι υπηρεσίες προσφέρονται οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή