

حال خلق شدن هستند، زنجیره ارزش مدام در حال تغییر و تحول است و مانند قدیم دیگر تصور یک زنجیره ارزش با یک حجم فعالیت در قالب یک مجموعه ثابت، وجود ندارد. به عقیده من، بانک‌ها اگر بخواهند در صنعت و حوزه رقابتی خود پیشرو باشند ناگزیر هستند که با آغوش بازپذیری بازیگران جدید حوزه تکنولوژی باشند و در زنجیره ارزش خود، هوشمندانه تغییرات را ایجاد نمایند. این مهم است که اقدام در این رابطه را قبل از تحمیل شرایط بازار ناشی از اقدام دیگر رقبا، به انجام رسانند.

به نظر شما در ارتباط با مشتریان بانکی چه باید کرد؟

در ارتباط با مشتریان که بزرگترین سرمایه ما محسوب می‌شوند ابتدا بپذیریم که در انتخاب روش ارتباط با ما اختیار کامل دارند. یعنی یک مشتری مختار است شیوه بانکداری سنتی و یا بانکداری الکترونیکی را برای رفع نیاز بانکی خود انتخاب نماید. اگر ما می‌خواهیم او بانکداری الکترونیکی را انتخاب کند لازم است روی تجربه و برداشت مشتری از خدمات و سرویس‌هایی که ارائه می‌دهیم حساس باشیم و با بهبود تجربه کاربری، وی را مجاب کنیم که بانکداری الکترونیکی را برای رفع نیازهای بانکی خود انتخاب نماید. برای این هدف هم بایستی ابتدا درک درستی از نیازهای کاربران اعم از نیازهایی که او خود به درستی تشخیص می‌دهد و همچنین نیازهای پنهان او داشته باشیم و سپس در طراحی و معماری سیستم‌های بانکداری الکترونیکی این نیاز را پاسخ گوئیم. در نتیجه لازم است آینده‌پژوهی و نگاه دایمی به مشتری و نیازهایش را در اولویت فعالیت‌های خود قرار دهیم.

ارائه خدمات بانکی در بستر شبکه‌های اجتماعی از جمله موضوعات

اساسی حال حاضر در صنعت پرداخت دنیا است ما در ایران در این زمینه

چه گام‌هایی را باید برداریم؟

ارائه خدمات بانکی در بستر شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر در دنیا توجهات را معطوف به خود نموده است. مثلاً فیدور بانک، بانکی است که در بستر شبکه اجتماعی فیس بوک خدمات بانکی ارائه مینماید و یا بانک‌هایی هستند که از طریق شبکه‌های پیام رسان قصد ارائه خدمات بانکی را دارند. بانکداری اجتماعی به‌عنوان تحولی در صنعت بانکداری محسوب می‌شود و ما نیز در شرکت داده ورزی سداد بر روی آن در حال طراحی محصولات نوآورانه و خلاق در این زمینه هستیم.

به طور کلی در زمینه نوآوری در صنعت بانکی لازم است در داخل کشور به موقع نوآوری‌ها را شناسایی کنیم و در مرحله بعد این نوآوری‌ها را متناسب با شرایط و ضوابط داخلی، بومی‌سازی و سپس سرویس‌های مبتنی بر این نوآوری‌ها را عرضه نماییم و با بهبود مستمر تجارب کاربری مشتریان سعی در ایجاد رضایتمندی و افزایش مشتریان داشته باشیم.

همان‌طور که بیان شد رگولاتور لازم است یک تعادل، نظم و سرعتی در ایجاد مقررات و همچنین حذف مقررات زاید به منظور ترویج نوآوری در حوزه بانکی داشته باشد. زیرا تکنولوژی صبر و شکیبایی قابل‌اعتنایی ندارد و هر گونه تأخیر در این زمینه، فرصت از دست رفته خواهد بود. اختلاف فاز زمانی بین ورود تکنولوژی در کشور و وضع مقررات مربوطه باید به حداقل زمان ممکن برسد. بانک مرکزی شاید بتواند یک نقشه راه و چارچوب طراحی کند که نقش هر بازیگر اعم از بانک، شرکت‌های پرداخت (PSP) و سایر فعالان حوزه مشخص باشد و در عین رقابت بتوانند با یکدیگر مثلاً در قالب به اشتراک‌گذاری اطلاعات همکاری نمایند.

برگردیم به شرکت داده ورزی سداد، لطفاً به‌طور خلاصه برای

خوانندگان بانکداری آینده این شرکت را معرفی نمایید.

فضای حاکم بر کسب‌وکار بانکداری الکترونیک در کشور را چگونه

ارزیابی می‌فرمایید؟

کسب‌وکار بانکداری الکترونیک در کشور در فضای تحریم‌های اقتصادی که بیشتر حول تحریم‌های بانکی متمرکز بود دوران رشد و توسعه خود را در کشور گذرانده است. مولفه تحریم‌ها و قطع ارتباط با دنیای خارج از کشور، هویت خاصی را برای بانکداری الکترونیک ما به وجود آورده است. قطع ارتباط با شبکه سوئیفت، در اختیار نبودن منابع مالی بانکی، عدم امکان ارتباط با شبکه‌های پرداخت جهانی نظیر ویزا و مستر کارت، دشواری در تهیه و پشتیبانی نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و مواردی اینچنینی هر یک به سهم خود در هویت بخشی به کسب‌وکار بانکداری الکترونیکی کشور تاثیر داشته و آن را دستخوش یک سری تغییرات نموده است. از طرف دیگر تحریم‌ها و شرایط، تاثیر خود را بر وضع قوانین و مقررات رگولاتوری حاکم در این بخش داشته است.

به دیگر سخن از سال ۲۰۰۱ به مدت ۱۵ سال ما تحریم بوده‌ایم؛ کارشناسان، متخصصان و حتی قانونگذاران ما در شرایط تحریم و متناسب با همین فضای محدود و بسته، رشد و پرورش یافته‌اند؛ قوانین و مقررات نیز طبیعتاً برای همین شرایط وضع شده‌اند و به‌طور کلی تحریم‌ها در کلیه شئون کسب‌وکار تاثیرگذار بوده است حال با برداشته شدن تحریم‌ها شرایط جدیدی به وجود آمده است که لازم است در آنها ایفای نقش کنیم. چالش‌های امروز ما بیشتر از جنس نگرش ما به کسب‌وکار است که در اثر مرور زمان به آن عادت کرده‌ایم. امروز لازم است در شرایط رقابتی خود را عرضه نماییم. مولفه‌های بسیار زیادی فضای جدید کسب‌وکار دارد که باید در ارتباط با آنها خود را دوباره بازمهندسی و تعریف نماییم.

برای بازمهندسی کسب‌وکار متناسب با فضای جدید کسب‌وکار که

بیان داشتید چه باید کرد؟

از سال گذشته تحریم‌ها به مرور زمان در حال کمرنگ شدن است؛ یعنی به مرور زمان و به موازات آن فضای کسب‌وکار هر روز رقابتی‌تر خواهد شد تا جایی که شاید روزی لازم شود با برترین‌های صنعت بانکی دنیا مواجه شویم. بنابراین لازم است ما به‌عنوان شرکت‌های فعال در این بازار، یک شناخت جامع و به دور از هیجان و آشفنگی از شرایط فعلی به دست آوریم و بعد از آن نسبت به ترسیم نقشه راه و تدوین استراتژی‌های خود اقدام نماییم و این کاری است که لازم بوده در یکسال گذشته در دستور کار شرکت‌های بزرگ فناوری اطلاعات کشور باشد.

از طرف دیگر رگولاتور و قانون‌گذار که سرعت آن ذاتاً از فعالان حوزه کسب‌وکار پایین‌تر است نیاز است که خود را بازسازماندهی نماید تا با یک ساختار چابک‌تر و با قابلیت انعطاف در زمان‌های کوتاه با وضع قوانین و یا حتی حذف قوانین زاید شرایط را برای کسب‌وکارهای نوآورانه جدید تسهیل نماید.

نقش بانک‌ها در مواجهه با مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه چیست؟

در بانکداری مانند هر حوزه دیگری، مدل کسب‌وکار لازم است بر اساس نیازهای مشتریان طراحی شود. مدل باید به گونه‌ای طراحی شود که برای مشتریان ارزشهای بلند مدت خلق کند. در بانکداری سنتی کل زنجیره ارزش از ابتدا تا انتها توسط بانک و در یک ساختار غیر منعطف تعریف شده است. اما امروزه با پیشرفت تکنولوژی‌ها شاهد حضور کسب‌وکارهای نوپه‌ور به‌عنوان بازیگران جدید در صنعت بانکداری هستیم که در زنجیره ارزش بانکی خواهان سهم هستند. با حضور جدی این بازیگران در بازار، دو اتفاق و بهتر است بگوییم دو تحول بزرگ رخ داده است: اول اینکه زنجیره خلق ارزش برای مشتریان دچار دگرگونی شده است و بعد اینکه با توجه به اینکه کسب‌وکار جدید مدام در