

چگونه هوش مصنوعی در حال تغییر صنعت بانکداری است؟

نویسنده Antonella Comes





هم بانک‌های چالش‌گر و هم بانک‌های سنتی در حال افزایش تمرکز برای کمک به مشتریان در حفظ پول و سرمایه‌شان هستند. به دلیل اینکه امروزه، مشتریان بیشتر به پس‌انداز کردن برای روز مبادا اهمیت می‌دهند، بیش‌تر بانک‌ها نیز با ارائه خدمات متنوع به این نیاز مشتریان واکنش نشان می‌دهند. طبق گزارشی که توسط انجمن جهانی اقتصاد با همکاری دیلویت (Deloitte) در سال ۲۰۱۸ منتشر شده، ۷۶ درصد از مدیران ارشد صنعت بانکداری با اولویت دادن به هوش مصنوعی یا همان AI موافق هستند، چون وجود این تکنولوژی برای ایجاد تمایز در خدمات، کلیدی است.

به صورت سنتی، این خدمات شامل اپلیکیشن‌های بودجه‌بندی یا ابزارهای دیجیتال می‌شوند، اما AI امروزه در بخش‌های متفاوتی همچون ارائه پیشنهادات به مشتریان بر مبنای تاریخچه‌ی پرداخت‌شان و منبعی از توصیه‌ها و پاسخ‌های مناسب به سوال‌های متداول مشتریان از طریق چت‌بات‌ها به کار گرفته می‌شود. همچنین هوش مصنوعی در بانکداری برای فراهم کردن گفت‌وگوهای مفیدتر با مشتریان، حل مشکلات آنان و کمک به مدیریت امور مالی‌شان کاربرد دارد.

با اینکه اکثر بانکها هنوز هم با سیستم‌های قدیمی کار می‌کنند ولی در حال تلاش برای انجام معاملات پیچیده‌تر و فراتر از نقل و انتقال پول و سپرده هستند. با این حال، هوش مصنوعی به بانکها اجازه می‌دهد تا با استفاده از داده‌هایی که در اختیار دارند روی مشتریان خود تمرکز کنند و اطلاعات اساسی از آنها کسب کنند.

به علاوه بانکها با کمک AI قادر خواهند بود تجربه مشتریان را با شخصی‌سازی بهبود دهند و تا حد امکان مشکلات را با تحلیل داده‌ها کم کنند. حتی مشتریان قدیمی که ممکن است به اندازه کافی با فناوری آشنا نباشند می‌توانند از طریق یک تجربه آنلاین خوب، تراکنش‌های بانکی خود را سریع و ساده انجام دهند.

از هوش مصنوعی می‌توان برای ایجاد تجربه‌ی مشتری، هوشمندانه‌تر و شخصی‌تر استفاده کرد؛ برای مثال، AI می‌تواند برای ردیابی داده‌هایی مانند هزینه‌های مشتریان و تاریخچه خریدهای شان در طول یک دوره‌ی زمانی به بانکها کمک کند تا اطلاعات مرتبطی را در مورد بودجه‌بندی و پس‌انداز به مشتریان ارائه دهند. با ارائه خدمات شخصی به مشتریان، رضایت و نرخ نگهداشت مشتریان افزایش خواهد یافت و برای مشتریان و بانک ارزش متقابل ایجاد می‌شود. کاربرد موفق AI در بانکداری به معنای استفاده مناسب از حجم بالای داده‌های جمع‌آوری شده است که مهم نیست از کدام کانال به دست آمده، حتی اگر از طریق ATMها، کانال‌های وب، کیف پول‌های دیجیتال، فعالیت POS یا ابزارهای موبایلی باشد.

هوش مصنوعی با شخصی‌سازی و تحول دیجیتالی، خدمات یکسان را به خدمات فردی و شخصی‌سازی شده بر مبنای رفتار، ترجیحات و نیازهای منحصر به فرد مشتریان تبدیل می‌کند. این همان چیزی است که به مزیت رقابتی بانکها تبدیل می‌شود؛ یعنی انطباق، افزایش تعامل با مشتریان و بهبود کارایی عملیاتی.

برای ایجاد سطح بالایی از تعامل مشتریان، بانکها باید اطلاعات کاملی از تاریخچه‌ی فعالیت مشتریان برای درک عادت‌ها و نیازهای بانکداری شخصی‌شان به دست آورند. بنابراین بانکها نیازمند سیستم‌های سازمانی یکپارچه‌ای هستند که داده‌های مشتریان را از همه‌ی منابع، اپلیکیشن‌ها و APIها برای طرف‌های سوم جمع‌آوری و سپس از AI برای ارائه توصیه‌ها به منظور افزایش وفاداری و ایجاد ارزش استفاده کند.

با همهی این اطلاعات، امروزه بانکها میتوانند با تصمیم‌گیری بر مبنای AI و کلیک روی پروفایل مشتریان، توصیه‌های مالی بهتر و محصولات و خدمات متناسب با نیازهای شخصی آنان در یک پکیج ارائه دهند. کاربردهای متنوعی از هوش مصنوعی در بانکداری وجود دارد؛ برای مثال، تاکنون بسیاری از استارت‌آپها مانند Trussle and Habito در انگلستان با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی به مشتریان کمک می‌کنند تا بهترین خدمات را در بازار پیدا کنند.

هم اکنون بانکها میتوانند محصولات بیشتری را که باعث وفاداری مشتری هستند، توسعه دهند. در مقابل، مشتریان هم میتوانند از مزایای کار با یک سازمان مورد اطمینان بهره‌مند شوند که نیازهای شخصی آنان را درک می‌کند. هرچه تطابق با ابزارهای تصمیم‌گیری بر مبنای AI افزایش یابد، مدیران ارتباطات قادر به ارائه دقیق‌تر و بهتر محصولات و خدمات مدیریت امور مالی شخصی‌شان خواهند بود و میتوانند تجربه‌ی بانکی مشتریان را در کانال‌های موجود تحلیل کنند. انجام این کار به بانکها امکان می‌دهد تا تعیین کنند آیا فرایندهای فعلی آنها به‌طور مؤثر عمل می‌کند یا برخی از آنها با مشکلاتی مواجه هستند؟

همچنین آنها قادر به مدل‌سازی و اجرای بهینه فرایندها در همهی کانال‌های فیزیکی، وب، دیجیتالی و موبایلی هستند تا خدمات و تجربه بهتری به مشتریان ارائه دهند. وقتی یک نقطه تماس انسانی در دسترس نباشد، دستیاران مجازی مبتنی بر هوش مصنوعی یا چت‌بات‌ها قادر به پاسخگویی به نیازهای بانکی ساده مشتریان هستند؛ از شناسایی وجوه در جریان نقدینگی مشتری که میتواند به‌طور خودکار به یک حساب پس‌انداز منتقل شود گرفته تا هشدار دادن به مشتریان درباره هرگونه فعالیت غیرمعمول در حساب‌هایشان و ارائه مشاوره در مورد مدیریت مالی شخصی.

علاوه بر این موارد، تصمیم‌گیری بر مبنای هوش مصنوعی میتواند به بانکها در تسریع جریان کارهایشان، کاهش حجم تماس‌های ورودی مشتریان در مرکز تماس و ارتقای خدمات به مشتریان کمک کند. استفاده هوشمند از AI به معنی مشاهده فعالیت‌های بانکی هم از منظر اتوماسیون و هم از منظر تقویت و بهبود است. بنابراین بانکها میتوانند از داده‌های آماری حاصل از چت‌بات‌ها برای ارتقا بهره‌وری بانکی و افزایش تعامل با مشتریان‌شان استفاده کنند.

با استفاده از این امکان، مشتریان می‌توانند در مورد سوالات پیچیده مدیریت مالی شخصی – که چت‌بات‌ها قادر به پاسخگویی نیستند – از مدیر بانکی به‌عنوان یک منبع قابل اعتماد و معتبر، مشاوره مالی بگیرند. بنابراین بانک‌ها با استفاده از AI به اطلاعات بیش‌تری از محیط بانکداری دست پیدا می‌کنند که نه تنها آن‌ها را قادر می‌سازد برای مشتریان‌شان اطلاعات آماری و توصیه‌های کمکی فراهم کنند، بلکه مشتریان کنترل بیش‌تری بر امور مالی شخصی‌شان خواهند داشت و در عین حال امنیت مالی‌شان حفظ می‌شود. چت‌بات‌ها در حال تحول هستند به‌صورتی که در سطح هوش انسان توسعه یافته‌اند. در نتیجه، می‌توانند یک تجربه‌ی احساسی مرتبط با مشتریان را در فرایند تصمیم‌گیری‌های مهم زندگی‌شان به آنان ارائه دهند.

منبع ATMmarketplace



«این مقاله توسط عصر بانک و با حمایت داتین، ترجمه و بازتولید شده است»