Studiu EY: serviciile financiare mobile au un potențial imens de a crește gradul de bancarizare

Serviciile financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile dispun de un potențial imens de a crește gradul de acoperire al serviciilor financiare și ușurința de utilizare pentru clienții din întreaga lume, în special pentru cei din țările emergente, se arată în raportul EY *Decoding mobile financial services – Innovation and collaboration to drive growth*.

Pentru instituțiile financiare, serviciile financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile pot ajuta la deservirea unei piețe vaste, care altfel ar fi de neatins din cauza costurilor mari ale infrastructurilor fizice. Pentru operatorii de telecomunicații, astfel de servicii acționează ca flux suplimentar de venituri și stimulează dezvoltarea de servicii cu vânzări încrucișate.

Aurelia Costache, Financial Services Advisory Leader EY România declară: *"Zona serviciilor financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile se situează în vârful aisbergului digital. În următorii doi până la cinci ani, ne așteptăm să vedem schimbări majore la nivel global asupra modului în care se derulează operațiunile bancare, pe măsură ce furnizorii din telecomunicații și instituțiile financiare vor folosi mobilitatea ca platformă de creștere. Având în vedere competențele complementare și infrastructurile existente, aceștia sunt bine-poziționați pentru a colabora, pentru a genera sinergii și inovație pentru serviciile financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile și pentru a satisface cerințele în schimbare ale clienților."*

Serviciile financiare cu cel mai mare potențial de a se desfășura prin intermediul platformelor mobile

Conform raportului, categoria plăți mobile a cunoscut cea mai înaltă rată de adopție până acum, dar și alte zone de servicii au început să prindă avânt. Serviciile financiare de creditare desfășurate prin intermediul platformelor mobile au înregistrat o creștere majoră în ultimii ani pe fondul parteneriatelor strategice încheiate între instituții financiare și furnizori din zona de telecomunicații.

De asemenea, micro-finanțarea desfășurată prin intermediul platformelor mobile începe să câștige teren, pe măsură ce atât instituțiile financiare cât și cele nebancare intră în competiție pentru oferirea de servicii de creditare de mici dimensiuni. Micro-finanțarea desfășurată prin intermediul platformelor mobile permite instituțiilor financiare să ajungă la baza piramidei veniturilor prin creșterea bazei de clienți. Pentru nou intrații pe piață, se deschid căi precum *crowdfunding-ul*.

Creșterea din cadrul noului domeniu al serviciilor de asigurări desfășurate prin intermediul platformelor mobile generează oportunități semnificative de colaborare inter-sectorială în domeniu – cele mai multe astfel de servicii fiind promovate pe piață de companii de telecom în parteneriat cu firmele de asigurări.

Deservind următorul segment de oameni nebancarizaţi

La nivel global, în rândul indivizilor care încă nu dispun de acces la sistemul financiar, aproximativ 620 de milioane locuiesc în țări care au introdus noi cadre legislative sau care încurajează entitățile nebancare să activeze în domeniul serviciilor financiare. Cele mai multe astfel de țări înregistrează un decalaj considerabil în nivelurile de penetrare și incluziune a platformelor mobile în sistemele financiare. Analiza EY privind piața potențială arată că

aproximativ 434 milioane de astfel de persoane “nebancarizate” vor putea fi deservite prin intermediul serviciilor financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile în viitorul apropiat.

Securizarea serviciilor financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile

Dacă inovația din zona serviciilor financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile a generat o creștere a ușurinței de utilizare în rândul consumatorilor și a adoptării noilor servicii digitale, tot ea a generat noi provocări legate de confidențialitate și securitate. Exemplele recente de atacuri cibernetice reflectă dimensiunea daunelor care pot fi provocate organizațiilor, de la daune financiare substanțiale la deteriorarea reputației și scăderea prețului acțiunilor, așa cum subliniază raportul. Companiile nu numai că și-ar putea pierde baza de clienți, dar ar putea fi afectate de penalități din partea autorităților pentru neconformare la directivele de protejare a datelor clienților.

“Având în vedere schimbările din rândul preferințelor și nevoilor consumatorilor, organizațiile trebuie să fie capabile să genereze un echilibru între ușurința de utilizare și aspectele ce țin de securitatea serviciilor financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile. În acest scop, măsuri de securitate precum folosirea de token-uri și autentificarea barometrică par să aibă un impact puternic asupra industriei de plăți digitale. Cunoașterea detaliată a clientului, precum și procedurile de împiedicare a spălării de bani și de autentificare a tranzacțiilor vor rămâne un mijloc cheie de combatere a amenințărilor cibernetice,” spune Aurelia Costache.

Mobile banking în România

România ocupă ultimul loc în Europa în privința numărului de persoane care folosesc mijloacele bancare mobile, cu o cotă de

22%, conform unui studiu efectuat recent de Ipsos la nivel european. Studiul arată că mai bine de 25% dintre respondenții români declară că nu intenționează să folosească astfel de servicii în anul următor. Prin comparație, la nivel european, aproximativ 47% dintre persoane folosesc servicii de mobile banking, în timp ce în SUA procentul atinge 53%.

În ultimii ani, la nivel global, trendul de „digitizare” a transformat preferințele consumatorilor și a contribuit la stabilirea unor așteptări ridicate cu privire la livrarea serviciilor. Datorită ușurinței de utilizare, pentru mulți dintre aceștia platformele mobile devin principala opțiune atunci când vine vorba de interacțiunea cu furnizorii de servicii financiare. Generația „*mobile first*” este cea care va apela la aceste platforme ca principală metodă de interacțiune.

“Conform studiului EY, furnizorii de servicii financiare pot atinge o economie de 96% a costului pe tranzacție efectuat prin canale mobile. Acest aspect, corelat cu rata înaltă de penetrare a telefoniei mobile în România sunt premisele pentru creșterea ratei de bancarizare în țara noastră. În acest context, o abordare de tip „mobile first” este vitală pentru dezvoltarea viitoare a serviciilor financiare, iar telefonul mobil poate deveni platforma principală de livrare a acestora.

Vedem în piața din România bănci care au început să își dezvolte o strategie digitală și să se gândească la modalități de colaborare între sectoare. Pe termen scurt-mediu, atât serviciile financiare tradiționale, cât și cele de tip mobile, vor continua să co-existe. În viitor însă, o abordare integrată din partea tuturor jucătorilor din piață – telecom, instituții financiare, dezvoltatori de aplicații, vendori de platforme tehnologice – este esențială pentru a asigura capitalizarea succesului actual al serviciilor financiare desfășurate prin intermediul platformelor mobile și pentru creșterea ratei acestuia,” declară Aurelia Costache.

Aici puteți accesa întreg raportul EY:

http://ey.com/GL/en/Industries/Telecommunications/ey-decoding-mobile-financial-services-market-opportunity-for-mfs

Despre EY România

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 190.000 de angajaţi în peste 700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de aproximativ 27,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2014. Reţeaua noastră este cea mai integrată la nivel global, iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienţilor servicii prin care să beneficieze de oportunităţile din întreaga lume. În România, EY este unul dintre liderii de pe piaţa serviciilor profesionale încă de la înfiinţare, în anul 1992. Cei peste 500 angajaţi din România şi Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistenţă fiscală, asistenţă în tranzacţii şi servicii de asistenţă în afaceri către companii multinaţionale şi locale. Avem birouri în Bucureşti, Cluj-Napoca, Timişoara, Iaşi şi Chişinău. De la 1 iulie 2013, Ernst & Young a devenit EY, logo-ul s-a schimbat pentru a răspunde acestei modificări, iar noul tagline al companiei este “Building a better working world”. Această redefinire a identităţii vizuale vine să reflecte noua strategie a companiei, Vision 2020. Pentru mai multe informaţii, vizitaţi pagina noastră de internet: www.ey.com.