

# Jak nowoczesny Customer Experience wpływa na wzrost sprzedaży i detekcję fraudów

**Badania rynkowe dowodzą, że instytucje finansowe na całym świecie kierują swoją uwagę na Customer Experience, a firmy mierzące ROI uwzględniając CX notują w 50 proc. wzrost nie tylko satysfakcji i lojalności swoich klientów, ale przede wszystkim wzrost sprzedaży i większą konwersję leadów.**



Michał Góra

członek zarządu Alfavox

W dobie wzmożonej cyberprzestępczości, bezpieczeństwo staje się priorytetem placówek bankowych, a eksperci zastanawiają się, gdzie leży punkt równowagi między optymalnym poziomem bezpieczeństwa i przyjaznym dla klienta Customer Experience. Czy to oznacza konieczność rezygnacji z usability, podczas gdy fraudy generują straty rzędu 70 mld \$ a tradycyjne metody, takie jak hasła czy kody PIN, nie gwarantują już wystarczającej ochrony? Rozwiązaniem jest zastosowanie biometrycznej video identyfikacji, która natychmiast przekłada się na wzrost Customer Experience oraz wzrost biznesu.

Customer Experience coraz częściej decyduje o sukcesie marki. Wpływa na takie wskaźniki pomiaru rozwoju firmy jak: wartość przychodów, czas finalizacji transakcji czy indywidualne rezultaty managerów. Z badania przeprowadzonego w 2018 roku pośród największych firm świata działających w branży finansowej wynika, że 93 proc. organizacji mierzących ROI potwierdza, iż dzięki realizacji i monitorowaniu działań Customer Experience wzrastają wskaźniki satysfakcji klienta czy NSP (Net Promoting Score), a w 50 proc. organizacji wzrastają również dochody firmy.

W biznesie nie liczy się tylko sam wzrost sprzedaży. Chodzi o to, by robić to mądrze. Należy bowiem pamiętać, że w bankowości cały czas trwa wyścig. Wyścig przede wszystkim o klienta, jego zaufanie i lojalność. Szybkość jest w nim siłą napędową sprzedaży. Szybkość obsługi klienta, szybkość dotarcia do niego czy wreszcie szybkość

autoryzacji. Dla instytucji bankowych szczególnie ważne jest posiadanie narzędzia, które w realny sposób zagwarantuje szybką obsługę przy wysokiej skuteczności wykrywania prób nadużyć finansowych. Analiza wiarygodności dokumentacji i weryfikacja dokumentu tożsamości to procesy wymagające czasu, dlatego stają się punktem zwrotnym w tym wyścigu. Odpowiedzią jest biometryczna video weryfikacja, która gwarantuje spełnienie najwyższych norm bezpieczeństwa z jednoczesnym zachowaniem wysokich standardów obsługi, oczekiwanych od instytucji bankowych. Klienci otrzymują gwarancję poufności i ochrony swoich danych oraz mogą wygodnie zrealizować operacje finansowe w krótkim czasie. Jest to szczególnie istotne w obliczu rosnącej ilości cyber fraudów i perspektywy, że do 2020 roku aż 75 proc. firm, które używają wielu kanałów komunikacji z klientami, poniesie straty spowodowane przez cyberprzestępców. Jednocześnie w tym czasie zaledwie 30 proc. firm będzie stosowało zintegrowane, wielokanałowe rozwiązania, skutecznie wpływające na detekcję i zapobieganie fraudom.

## Ogromne skutki rosnącej defraudacji

Wyciek danych klientów czy spadek zaufania do instytucji to tylko

niektóre konsekwencje fraudów. Dotkliwie są też straty finansowe, które w 2014 roku sięgały 70 mld USD, a w 2016 roku, w samej tylko Wielkiej Brytanii przekroczyły 1 mld \$. Niepokoją przy tym dynamika wzrostu cyber fraudów, dla przykładu w 2014 roku liczba instytucji, które zanotowały straty w wysokości między 10 mln USD a 22 mln USD wzrosła o 150 proc. w stosunku do roku poprzedniego.

## (Nie)bezpieczne hasła

Powodem rosnącej defraudacji jest często słabość dotychczasowych zabezpieczeń. Jak wynika z badań, do 2022 roku liczba wizyt w oddziałach tradycyjnych banków spadnie jeszcze o blisko 70 proc. Bankowość elektroniczna i technologia wideo wypierają dotychczasowy model kontaktu z klientami. Wymusza to na instytucjach potrzebę wysokiej jakości uwierzytelniania dokumentacji oraz weryfikacji tożsamości swoich klientów. Choć dwupoziomowe hasła gwarantują wyższe bezpieczeństwo danych, nie są powszechnie stosowane ze względu na Customer Experience i wygodę użytkowników. To pogarsza wskaźniki konwersji i sprzedaży. I choć zabezpieczenie dostępu hasłem nadal jest najpopularniejszym rozwiązaniem, najnowsze raporty pokazują, że hasła nie gwarantują już 100 proc. bezpieczeństwa i stają się bezużyteczne w przypadku wielu nowych typów nadużyć. Już sam fakt, że w 2016 roku zgłoszono kradzież 3 mld danych użytkowników, a blisko 59 proc. klientów posługuje się

tym samym hasłem podczas korzystania z różnych usług sprawia, że instytucje finansowe powinny zainwestować w nowocześniejsze rozwiązania gwarantujące cyberbezpieczeństwo.

## Inwestycje w bezpieczeństwo

Z badań prowadzonych przez globalne firmy analityczne wśród dyrektorów CEO i CTO w instytucjach finansowych, wynika, że firmy te alokują coraz większe budżety w rozwiązania nowej generacji, które wzmocnią lub nawet całkowicie wyeliminują przestarzałe narzędzia uwierzytelniania. Skalę działań doskonale obrazuje zapowiedziane przez Lloyd's Bank zwiększenie do 4 mld \$ nakładów na inwestycje w rozwiązania typu customer centric, low risk. Nadzedeł zatem czas, aby pracownicy działów bezpieczeństwa, zainteresowali się zabezpieczeniami biometrycznymi z co najmniej dwóch powodów.

Po pierwsze, metody autoryzacji biometrycznej, stosowane samodzielnie lub w połączeniu z tradycyjnymi metodami, np. hasłami lub nr PIN, zwiększają bezpieczeństwo. Przy czym jak wynika z raportu „Technology Insight for Biometric Authentication” już w 2020 roku w przedsiębiorstwach stosujących zabezpieczenia biometryczne aż 70 proc. będzie opierało się na łączeniu rozpoznawania twarzy czy głosu z metodami „pasywnymi”. Po drugie, stosowanie zabezpieczeń biometrycznych wpływa na komfort i zadowolenie klientów, którzy nie muszą pamiętać haseł (lub korzysta

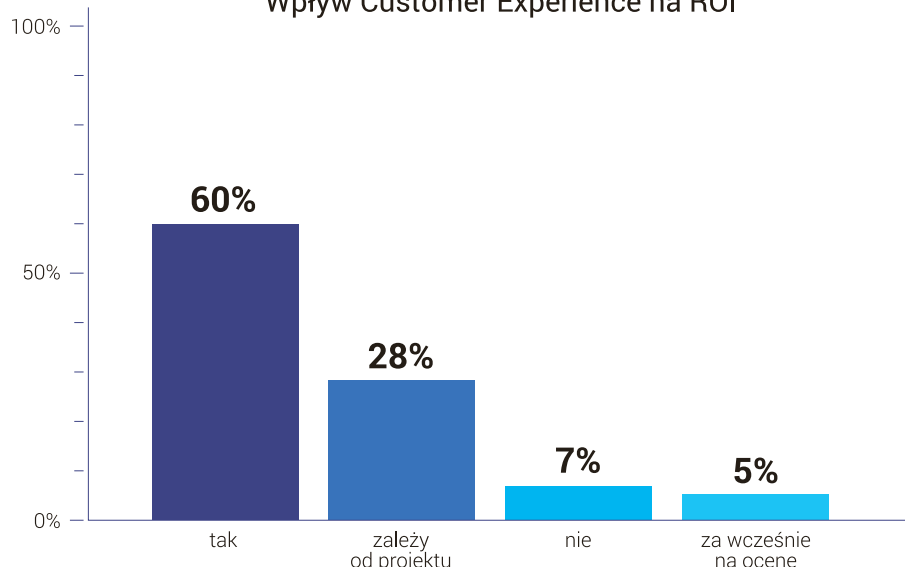
z programów do ich gromadzenia) ani też nosić ze sobą karty kredytowej, żeby podać jej numer czy kody CVV, CVC.

## Biometryczna video identyfikacja Alfavox przyszłością bezpiecznej bankowości

Wzrost skuteczności wykrywania fraudów o 78 proc., optymalizacja procesów weryfikacji tożsamości i 2-krotne skrócenie czasu potrzebnego do zawarcia umowy to rezultat, który mogą osiągnąć instytucje finansowe wykorzystując rozwiązanie biometrycznej video weryfikacji. O tym, że takie rozwiązanie skutecznie zwiększają bezpieczeństwo przekonuje Alfavox, producent rozwiązań Customer Experience, w tym przełomowego systemu biometrycznej video weryfikacji, docenionego nagrodą w tegorocznej edycji konkursu «Hit Roku» 2018 dla instytucji finansowych. Dzięki systemowi, który opiera się na użyciu zaawansowanych modułów biometrycznych, możliwa jest zdalna i automatyczna weryfikacja dokumentu tożsamości oraz identyfikacja twarzy klienta w kanale video. Rozwiązanie to pozwala na bezpieczne uwierzytelnienie klienta w zaledwie kilka sekund. Moduł video identyfikacji sprawdza dane biometryczne, poprawność, integralność i oryginalność dokumentu okazanego przez klienta. System weryfikuje numer dokumentu oraz numer PESEL, jednocześnie sprawdzając bazy zgubionych i skradzionych dokumentów, prowadząc w ten sposób do wzrostu wskaźnika wykrywalności fraudów o 78 proc. Proces obsługi klienta zostaje przy tym skrócony 2-krotnie co wpływa korzystnie na budowanie pozytywnych relacji między klientami a marką oraz podkreśla innowacyjny i nowoczesny wizerunek instytucji na rynku. Teraz konto online można otworzyć zaledwie w 5 minut, z dowolnego miejsca, bez planowania wizyty w placówce banku czy wykonywania przelewu weryfikacyjnego z innego banku.

Dzięki takim rozwiązaniom lojalność klientów rośnie, firmy doskonalą Customer Experience, a ich sprzedaż rośnie. Jeśli zatem zadbamy o stały wzrost usability zyskamy niepowtarzalną wartość. Będzie to unikalna przewaga konkurencyjna, która zapewni firmie stały rozwój biznesu.

Wpływ Customer Experience na ROI



Wyniki badania przeprowadzonego w 2017 roku na grupie 160 firm na świecie potwierdzają, że organizacje dbające o CX odnotowują znaczące zwroty z inwestycji.