

Uživatelský zážitek: Tajná zbraň pro banky v digitálním věku

Chcete vědět, jak banky v digitálním věku posilují svou konkurenceschopnost a budují loajalitu klientů? Jaká je tajná ingredience, kterou se banky odlišují od svých rivalů a zanechávají nezapomenutelný dojem? Co kdybychom vám řekli, že klíčem k úspěchu v digitálním věku bankovníctví není jen efektivita transakcí, ale také to, jak se cítíte při jejich provádění? Jakou roli hraje uživatelský zážitek (user experience – UX), co utváří zákaznickou zkušenost (customer experience – CX) a jak zkušenost se značkou (brand experience – BX) doplňuje tento trojúhelník interakce mezi bankou a klientem?

V dnešní době digitální transformace je bankovníctví mnohem víc než jen přenos peněz. Jedná se o interaktivní emoční zážitek, který si klienti spojují s pohodlím, spolehlivostí a efektivitou.

Uživatelé si dnes nevybírají banku pouze na základě produktů a služeb, ale také podle toho, jak se cítí při interakci s bankovními aplikacemi a webovými stránkami. Pozitivní emoční zážitek může posílit důvěru a vést k dlouhodobé věrnosti. Naopak negativní zkušenost může vést ke ztrátě klienta a poškození pověsti finanční instituce. Proto je důležité, aby banky nejen poskytovaly funkční a efektivní služby, ale také aktivně pracovaly na vytváření pozitivního emočního zážitku pro své zákazníky.

Porozumění uživatelům: Základní kámen úspěchu

V dnešní digitální době není žádný aspekt důležitější než porozumění potřebám a preferencím uživatelů. Není to pouze teoretický koncept, ale klíčový krok při navrhování a vývoji bankovních aplikací. Bez hlubokého porozumění uživatelům není možné vytvořit uživatelsky přívětivé a efektivní aplikace, které budou splňovat očekávání a potřeby klientů.

Při tvorbě bankovních aplikací hraje klíčovou roli UX designer. Jeho práce zahrnuje důkladné studium chování, potřeb, preferencí a očekávání uživatelů v rámci bankovních služeb. To konkrétně znamená provádění hloubkových analýz uživatelských dat, realizaci testů k ověření navrhovaných funkcí, sledování a analýzu interakcí s aplikacemi a provádění hloubkových rozhovorů s uživateli. Ve spolupráci s týmem zákaznické zkušenosti (CX team) se pak zaměřuje na pochopení celkového způsobu, jakým klienti interagují s bankou napříč různými kanály, jako jsou webové stránky, mobilní aplikace, sociální média, ale i bankomaty či fyzická návštěva pobočky. Díky tomu lze pak navrhnout uživatelská rozhraní a funkce, které budou v souladu s identitou a hodnotami značky, a posílí se tak celková pozitivní zkušenost klientů s bankou.

Uživatelské testování je základním prvkem v procesu UX designu. Získávání feedbacku od

V dnešní digitální době není žádný aspekt důležitější než porozumění potřebám a preferencím uživatelů. Není to pouze teoretický koncept, ale klíčový krok při navrhování a vývoji bankovních aplikací.

potenciálních zákazníků umožňuje identifikovat slabá místa v uživatelském zážitku a předcházet možným problémům ještě předtím, než aplikace dorazí na trh. Iterativní vývoj, v němž jsou provedeny opakované cykly testování a zpětné vazby od uživatelů, se integruje do designového procesu, umožňuje neustálé zdokonalování produktu. Tento přístup vede k vytváření aplikací, které skutečně odpovídají potřebám a očekáváním.

Týmy zabývající se analýzou uživatelů vytvářejí tzv. persony. Ty jsou založeny na reálných datech a výzkumech a představují zjednodušené charakteristiky typických uživatelů nebo zákazníků. Identifikují se zde jejich de-



mografické údaje, cíle, potřeby, zvyklosti a motivace. Persony poskytují UX designerům konkrétní cílové skupiny, na něž se mohou zaměřit při návrhu uživatelských rozhraní a funkcí. V oblasti CX persony slouží k lepšímu pochopení zákaznických segmentů a jejich potřeb. BX týmy je zase využívají k pochopení toho, jak různé skupiny zákazníků vnímají značku, jaké jsou jejich hodnoty a očekávání, což jim umožňuje vytvářet komunikační strategie a obsah, který je relevantní a přitažlivý pro cílové publikum a posiluje jejich vztah se značkou.

Důvěra a spolehlivost

Pro bankovní instituce je jedním z nejcennějších aktiv důvěra. Uživatelé očekávají, že jejich peníze a osobní údaje budou v bezpečí. A právě v budování této důvěry hraje UX design klíčovou roli, protože intuitivní a bezpečný uživatelský zážitek posiluje dojem spolehlivosti a profesionality banky. Určuje totiž, jak jsou implementovaná bezpečnostní opatření prezentována uživatelům. Klienti banky by vždy měli mít pocit, že jsou jejich finance a osobní informace v bezpečí. K tomu slouží bezpečnostní prvky jako silná hesla, dvoufaktorová autentizace a ochrana proti phishingu. Podstatný je také dojem ze situací, v nichž se klient k něčemu zavazuje, tedy elektronické podepisování a obecně přehled smluv. Správný UX design také dbá vždy na to, aby nedošlo k zahlcení uživatele kvůli složitosti či nepřehlednosti uživatelského rozhraní nebo procesu.

Dobře navržená aplikace s přívětivým přehledným uživatelským rozhraním a jasnými bezpečnostními funkcemi poskytuje klientům pocit jistoty a pohodlí, což vede ke zvýšené loajalitě a důvěře zákazníků.

Diferenciace na trhu: Konkurenční Edge

V dnešním komoditizovaném bankovním prostředí je konkurenční výhoda klíčová. Uživatelský zážitek se stává jedním z hlavních faktorů, které banky mohou využít k odlišení od konkurence. Bankovní aplikace s vynikajícím UX designem mohou přitahovat a udržovat více klientů, což přináší zvýšené tržby a větší loajalitu zákazníků. Díky pokročilým technologiím jako AI a sběru dat mají banky stále více možností přizpůsobit služby svým klientům na míru. UX design hraje klíčovou roli v tom, jak jsou tyto personalizované zážitky prezentovány. Personalizace může zahrnovat například doporučení produktů a služeb na základě historie transakcí, individuální nastavení preferencí, nebo dokonce nabídky a akce přizpůsobené konkrétním uživatelům.

UX design není statický proces. Neustále se vyvíjí spolu s potřebami uživatelů a novými technologiemi. Banky, které investují do UX, nejen zlepšují současný uživatelský zážitek, ale také se připravují na budoucí výzvy a příležitosti. Inovativní přístup bankám

umožní předpovídat a reagovat na změny chování uživatelů a tržních trendů, což jim v dlouhodobém výhledu poskytuje konkurenční výhodu. Investice do UX tak není pouze investicí do designu aplikace, ale také do budoucnosti banky jako celku.

UX, CX i BX nejsou jen o bankovním a finančním sektoru. Jsou klíčové v celé e-commerce a svoje pevné místo mají i v dalších oblastech. V Unicornu vyrábíme aplikace pro své klienty napříč business oblastmi a UX je nedílnou součástí našich procesů při návrhu aplikací. Naše zkušenosti z různých odvětví dokážeme efektivně propojovat a pomáhat tak digitalizaci napříč trhem.



B Text Adam Ráž, Unicorn
www.bankovnictvionline.cz



Adam Ráž

Vystudoval Matematicko-fyzikální fakultu Univerzity Karlovy. Ve společnosti Unicorn Systems působí od roku 2016. V průběhu let zastával role Senior FE Developer, UX Designer a Business Architect. Podílel se na implementaci CRM a dalších projektech pro Komerční banku. V rámci Unicorn Top Gun Academy školí juniorní Frontend vývojáře a také přednáší na Unicorn University.

”

UX design není statický proces, neustále se vyvíjí spolu s potřebami uživatelů a novými technologiemi. Banky, které investují do UX, nejen zlepšují současný uživatelský zážitek, ale také se připravují na budoucí výzvy a příležitosti.