

Rekomendujemy:

1. Edukację finansową klientów i odpowiedzialne informowanie o produktach BNPL (Buy Now, Pay Later):

- Instytucje finansowe powinny komunikować się prostym językiem, rzetelnie informować o produktach i prowadzić kampanie edukacyjne, które pomogą klientom lepiej zrozumieć swoje zobowiązania finansowe i zarządzać nimi. Edukacja na temat odpowiedzialnego korzystania z kredytów i pożyczek może zmniejszyć ryzyko niewypłacalności.
- Popularność BNPL wśród młodszych klientów, zwłaszcza kobiet, wskazuje na rosnące zainteresowanie tym modelem finansowania. Banki i instytucje pożyczkowe powinny rozwijać i promować produkty BNPL, aby przyciągnąć młodszych klientów i edukować ich o innych produktach finansowych.

2. Rozwój i wzmacnianie systemów antyfraudowych:

- W obliczu rosnącej liczby ataków phishingowych, kradzieży tożsamości i fraudów inwestycyjnych, konieczne jest ciągłe doskonalenie systemów antyfraudowych. Instytucje finansowe powinny inwestować w nowoczesne technologie i współpracować w ramach sektorowych rozwiązań, aby skutecznie przeciwdziałać zagrożeniom.

3. Rozwój e-commerce i cyfrowego procesu kredytowego:

- Wzrost e-commerce stwarza zapotrzebowanie na nowe formy płatności, takie jak BNPL (Buy Now, Pay Later). Powinniśmy rozwijać i promować te formy płatności, aby sprostać rosnącym oczekiwaniom klientów.
- Wprowadzenie i rozwój cyfrowych procesów kredytowych, które umożliwiają szybkie i bezproblemowe składanie wniosków kredytowych online, może zwiększyć satysfakcję klientów i przyspieszyć proces decyzyjny.

4. Rozwój zaawansowanej analityki i wdrażanie najnowszych technologii:

- Zmieniające się preferencje klientów, takie jak zaciąganie kredytów gotówkowych w różnych bankach, wskazują na potrzebę elastyczności w ofertach finansowych. Instytucje powinny analizować dane dotyczące specyfiki potrzeb, kanałów i zachowań klientów oraz dostosowywać swoje produkty i usługi, aby lepiej odpowiadać na ich potrzeby i oczekiwania.

5. Wprowadzenie synergii kanałów dystrybucji (omnikanałowość):

- Powinniśmy dążyć do integracji różnych kanałów dystrybucji, takich jak oddziały, aplikacje mobilne, strony internetowe i call center, aby zapewnić spójne i zintegrowane doświadczenie klienta.