

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 04, sierpień 2021 13:16

Tomasz Smaś

Odłony: 755

Ponad połowa Polaków w zamian za dodatkowe korzyści jest skłonna udostępnić innym podmiotom dane ze swojego rachunku bankowego. Prawie 30 proc. z nich przekonałaby lepsza cena, co 5. liczy na dodatkową usługę, szybszą obsługę lub oszczędność czasu podczas weryfikacji tożsamości. Takie wnioski płyną z badania na temat otwartej bankowości w Polsce zleconego przez spółkę Easy Check i Krajowy Rejestr Długów. Wszystko to jest możliwe dzięki obowiązującej dyrektywie PSD2, o której słyszała 1/3 badanych.

Zapytani o to, z jakich usług finansowych najczęściej korzystają, większość ankietowanych wskazała na zlecenia transakcji i przelew środków (61,5 proc.), ubezpieczenia (60 proc.) oraz pożyczki (24,5 proc.). Co 5. badany z myślą o przyszłości lokuje swoje środki kupując np. papiery wartościowe.

Pandemia jeszcze bardziej przyspieszyła postępujący proces cyfryzacji usług i przenoszenia ich do przestrzeni wirtualnej. Jak wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie spółki Easy Check i Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczej SA, do usług finansowych, z których za pośrednictwem Internetu korzysta najczęściej Polaków, należą płatności online (79 proc.) oraz bankowość mobilna (74 proc.). Popularne są również ubezpieczenia online, wskazane przez 29 proc. badanych. To oznacza, że z większości najczęściej wybieranych przez siebie usług finansowych korzystamy w sieci. Wciąż nieco mniejszym zainteresowaniem cieszą się jeszcze pożyczki online (13,5 proc.).

O wyborze usługi decydują priorytety związane z wiekiem

Wpływ na decyzję przy wyborze firmy oferującej usługi finansowe mają przekonania związane z wiekiem. Porównując wyniki w poszczególnych grupach widać różnice między pokoleniami. Ogólnie najważniejsze dla Polaków przy wyborze firmy oferującej usługi finansowe są bezpieczeństwo usług (62 proc.) oraz ich cena (61 proc.). Do istotnych czynników należą także szybkość procesu (50 proc.), wcześniejsze pozytywne doświadczenia związane z daną firmą (47 proc.) oraz wygoda, oznaczająca minimum formalności i możliwość korzystania z usług całkowicie online (45 proc.).

Nieco inaczej sprawa wygląda wśród najmłodszych ankietowanych (18-24 lata). O ile, podobnie jak pozostali, dużą wagę przykładają do ceny i bezpieczeństwa, o tyle bardzo istotne są dla nich również pozytywne opinie na temat firmy (58 proc.) oraz rekomendacje ze strony znajomych i rodziny (50 proc.). Znacznie częściej niż w przypadku innych ankietowanych zwracają także uwagę na wygodę usług (54 proc.). Nie bez znaczenia jest także wizerunek firmy, który ma wpływ na decyzję w przypadku 42 proc. ankietowanych w wieku między 18 a 24 rokiem życia.

– Rozwiązania spełniające oczekiwania konsumentów korzystających z usług finansowych już dziś są możliwe dzięki wdrożeniu dyrektywy PSD2. Oprócz wprowadzenia procedury silnego uwierzytelnienia, czyli podwójnej weryfikacji tożsamości klienta podczas m.in. logowania do konta i inicjowania przelewów. Dyrektywa wprowadziła również szereg zmian, które otwierają przed nimi nowe możliwości. Udostępniając informacje o swoim rachunku innym podmiotom, np. sklepom internetowym albo firmom pożyczkowym, konsumenci mogą liczyć na błyskawiczne decyzje bez konieczności odwiedzania siedziby firmy z plikiem dokumentów, oraz na spersonalizowaną ofertę dopasowaną do ich potrzeb i możliwości. Ponad połowa Polaków (53 proc.) oceniła możliwość korzystania z indywidualnie dopasowanych usług finansowych w instytucjach innych niż banki jako przydatną – mówi Zbigniew Hordecki, prezes Zarządu Easy Check, spółki oferującej bezpiecznie rozwiązanie technologiczne, umożliwiające dostęp do informacji o rachunku bankowym kontrahenta.

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 04, sierpień 2021 13:16

Tomasz Smaś

Odśłony: 755

Jak wynika z przeprowadzonego badania, o obowiązywaniu prawa dotyczącego otwartej bankowości (dyrektywa PSD2) słyszało 35,5 proc. Polaków. Najlepiej zorientowane w tym zakresie są osoby w wieku 25 – 34 lata (47 proc.).

Polacy pokażą swój rachunek w banku, ale nie za darmo

Wgląd w informacje o rachunku mogą mieć tylko podmioty posiadające odpowiedni wpis do rejestru Komisji Nadzoru Finansowego i tylko za zgodą i na życzenie właściciela rachunku. Takie dane mogą być wykorzystane przez firmy do tego, żeby na podstawie analizy zachowań płatniczych klienta, dopasować odpowiednio ofertę do jego potrzeb.

– Na podstawie udostępnionych i odpowiednio uporządkowanych danych, sprzedający są w stanie dokonać rzetelnej oceny sytuacji klienta. To z kolei pozwoli im nie tylko dopasować ofertę finansowania do jego możliwości, ale przede wszystkim lepiej ocenić ryzyko i zadbać o swoje bezpieczeństwo finansowe czy nawet przyspieszyć decyzję o odroczeniu płatności. Sprzedający otrzymuje bardzo wiele informacji o kliencie m.in. jego charakterystykę i predyspozycje do kupowania. To zupełnie nowa forma weryfikacji wypłacalności konsumenta – mówi Zbigniew Hordecki, prezes spółki Easy Check, partnera Krajowego Rejestru Długów.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, ponad połowa Polaków (55 proc.) byłaby skłonna do przekazania danych ze swojego rachunku bankowego w zamian za określoną korzyść. Prawie 30 proc. badanych deklaruje, że do przekazania danych z rachunku bankowego innym podmiotom finansowym przekonałaby ich niższa cena produktu. Dla 23 proc. ważnym argumentem byłaby dodatkowa usługa do tej już zakupionej.

Blisko 20 proc. ankietowanych wskazało z kolei na uproszczenie procesu sprzedaży i weryfikacji tożsamości, która jest potrzebna np. podczas wnioskowania o pożyczkę online lub przy wyborze odroczonej płatności w trakcie zakupów w sieci. Listę najważniejszych korzyści, które mogłyby przekonać konsumentów do tego, żeby podzielić się z firmą historią transakcji swojego konta bankowego zamyka możliwość specjalnej oferty w postaci np. dodatkowego ubezpieczenia oraz prostsza i szybsza weryfikacja zdolności kredytowej. Wskazało to ok. 18 proc. respondentów.

Źródło: ip