



Banki tradycyjne vs. neobanki

Jak ich aplikacje mobilne
mogą ze sobą konkurować?

Zawartość dodatkowa

UX w bankowości

Spis treści

Jak banki tradycyjne konkurują z neobankami w obszarze aplikacji mobilnych?	3
Wzrost znaczenia neobanków	5
Dlaczego rośnie zaufanie do neobanków?	6
Wpływ opóźnień na programy personalizacyjne	7
Porównanie neobanków i banków tradycyjnych	9
Dług technologiczny — przeszkoda dla banków tradycyjnych	10
Strategie radzenia sobie z długiem technologicznym	11
Revolut	12
Sukces Revoluta: Lekcje dla banków tradycyjnych	12
Kluczowe wnioski: Trendy i obserwacje z sektora neobanków	13
O Speednet	16
DODATEK: UX w bankowości	18
Aplikacje bankowe z najlepszym UX w 2024 roku	18
Kluczowe trendy UX dla aplikacji bankowych w 2024 roku	20

1. Jak banki tradycyjne konkurują z neobankami w obszarze aplikacji mobilnych?

W dzisiejszym szybko zmieniającym się świecie finansów tradycyjne banki muszą mierzyć się z bezprecedensową konkurencją ze strony „cyfrowych tubylców” — neobanków i fintechów. Wzrost liczby banków cyfrowych, takich jak **Revolut, który w mniej niż dekadę zdobył 30 milionów użytkowników na całym świecie**, sygnalizuje znaczną zmianę preferencji klientów oraz ewolucję praktyk bankowych.

Nowe badania przeprowadzone przez Economist Impact i wspierane przez Temenos dowiodły, że europejskie banki, bardziej niż banki w innych rejonach świata, są świadome dużej konkurencji ze strony neobanków, z którymi będą musiały się mierzyć w przeciągu najbliższych pięciu lat.

Liczyby zdają się to potwierdzać:

Według EY, **27% konsumentów na świecie utrzymuje relacje z neobankami, a liczba ta rośnie z roku na rok.**

Źródło: [EY](#)

Konsumenci pozostający w relacjach głównie z bankami tradycyjnymi, **średnio wchodzą w 2,5 relacji z różnymi instytucjami finansowymi. Dla tych, którzy korzystają przede wszystkim z neobanków, liczba ta wynosi 3.**

Źródło: [EY](#)

Do 2019 roku, 34% gospodarstw domowych korzystało z bankowości internetowej. W 2021 roku liczba ta wzrosła do 43% i nadal się zwiększa. **Prognozuje się, że do końca 2024 roku 3,6 miliarda ludzi na całym świecie będzie korzystać z banków cyfrowych.**

Źródło: [Infopulse](#)

W 2022 roku **niemal 78% dorosłych Amerykanów wolało skorzystać z usług bankowych za pośrednictwem telefonu lub komputera, niż iść do oddziału**

Źródło: [Forbes](#)

Raport Forrester wykazał, że **około 40% dorosłych Francuzów, 54% Włochów i 54% dorosłych Brytyjczyków korzystało z bankowości internetowej na swoich smartfonach w ciągu ostatniego miesiąca.**

Źródło: [Forrester](#)



Tradycyjne banki nie siedzą bezczynnie i podejmują kroki, aby zapobiec utracie swojej pozycji

Wspomniane już nowe badania przeprowadzone przez Economist Impact i wspierane przez Temenos pokazują, że europejskie banki zmagają się z presją konkurencyjną ze strony platform, neobanków i dostawców płatności. Według badania „Challenging the challengers”, banki te podejmują wyzwanie. **Niemal połowa (43%) inwestuje w startupy fintechowe, podczas gdy jedna trzecia (36%) tworzy własne banki cyfrowe lub marki fintechowe od podstaw** ([źródło: Temenos](#)).

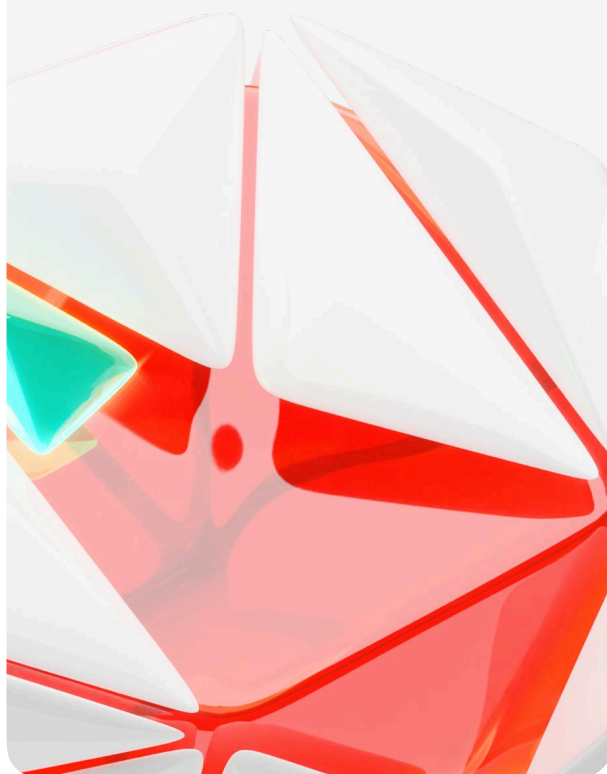
Banki w Europie stawiają także na migrację swoich kluczowych systemów bankowych do chmury publicznej i rozwiązań SaaS — bardziej niż ich odpowiedniki w innych regionach. **Ponad jedna piąta (21%) uważa, że chmura to priorytet w ich strategii biznesowej ze względu na wydajność i bezpieczeństwo operacji.** Dzięki niej mogą konkurować z bardziej nowoczesnymi rywalami.

Jednakże badanie Omdia Retail Banking Survey wskazuje, że ponad 64% globalnych budżetów technologicznych banków przeznaczane jest na utrzymanie istniejących, przestarzałych systemów, a **tylko 36% pieniędzy wydaje się na rozwój lub transformację technologiczną.** ([źródło: Omidia](#)).

Aplikacje tradycyjnych banków coraz częściej konkurują z aplikacjami neobanków jak równy z równym (np. Barclays, Credit Agricole [Ma Banque], czy Lloyds zaczynają dorównywać popularnym aplikacjom takim jak Monzo i N26 pod względem liczby pobrań). Mimo to różnica między aplikacjami neobanków, które są mocno skoncentrowane na klientach, a aplikacjami tradycyjnych banków, jest nadal spora.

W treści ebooka chcemy nakreślić podstawowe strategie i działania, które tradycyjne banki powinny wziąć pod uwagę, aby nie zostać za konkurencją.

Prestiż, zaufanie, rozpoznawalność i skala operacji są ich kartą przetargową. **To, co dziś pozwala neobankom na zwycięstwo, to wygoda, efektywność, personalizacja i zrozumienie użytkownika.** Wszystko to mogą zapewnić również banki tradycyjne dzięki odpowiedniemu zarządzaniu danymi, dobrze dobranym technologiom i postawieniem konsumenta w centrum swoich działań.



2. Wzrost znaczenia neobanków

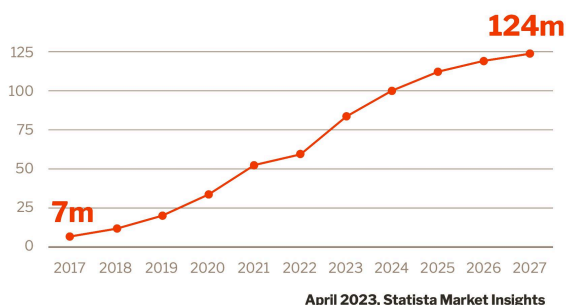


Najważniejsze aplikacje bankowe w Europie i regionie WNP

Źródło: Best Mobile Banking Apps Database 2023

Prognozowane wzrosty

Prognozy pokazują, że rynek neobanków będzie stale się rozwijał, a liczba użytkowników wzrośnie z 6,69 miliona w 2017 roku do nawet 124,30 milionów w 2027 roku. To oznacza prawie 50% wzrost w stosunku do obecnych statystyk.



Wgląd w zachowania konsumentów

- **Wiele kont:** 90% klientów posiada konta w co najmniej dwóch bankach, co wskazuje na trend utrzymywania zdywersyfikowanych relacji bankowych.

- **Konta powiernicze:** 75% klientów posiada konta powiernicze na oszczędności i inwestycje bezpośrednio w instytucjach z nimi związanych lub właśnie w neobankach.

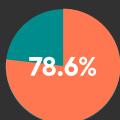
Trendy rynkowe

- **Cyfrowe rozwiązania bankowe:** Coraz większą popularność zyskują cyfrowe rozwiązania bankowe, w tym bankowość mobilna i otwieranie kont online.
- **Ekspansja na nowe rynki:** Neobanki rozszerzają swoją działalność na nowe rynki, np. w obszarze pożyczek dla MŚP lub usług inwestycyjnych.
- **Usługi bankowe typu white-label:** Partnerstwo z tradycyjnymi instytucjami finansowymi w celu oferowania usług bankowych typu white-label staje się coraz bardziej powszechne.

Source: Backbase

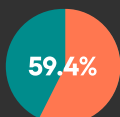
Powody, aby ufać neobankom

Świadoma decyzja



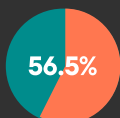
78,6% klientów ufa neobankom, ponieważ umożliwiają one podejmowanie świadomych i niezależnych decyzji finansowych.

Efektywne kosztowo produkty



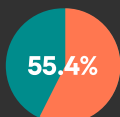
59,4% klientów docenia neobanki za oferowanie najbardziej opłacalnych produktów i usług.

Najlepsze produkty i usługi



56,5% klientów uważa, że neobanki ogólnie oferują najlepsze produkty i usługi.

Najnowsze innowacje



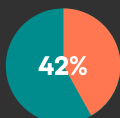
55,4% klientów stawia na neobanki, gdyż skupiają się one na wprowadzaniu najnowszych innowacji z obszaru finansów.

Hiperpersonalizacja w sektorze finansowym

Znaczenie

W miarę jak konkurencja z neobankami rośnie, klientocentryczność i hiperpersonalizacja stają się kluczowe dla instytucji finansowych.

Strategie banków



42% banków planuje symulować i testować strategie hiperpersonalizacji na podstawie danych klientów w nadchodzącym roku.

Ryzyko

Jeżeli nie jest wdrożona poprawnie, hiperpersonalizacja może mieć poważne negatywne konsekwencje.

Źródło: [Backbase](#)



Implikacje dla tradycyjnych banków

Wzmacnianie zaufania i więzi z klientami

Dawanie klientom możliwości

Zapewnianie narzędzi i zasobów, które umożliwiają podejmowanie świadomych i niezależnych decyzji finansowych.

Efektywne kosztowo rozwiązania

Oferowanie konkurencyjnych produktów i usług oraz transparentne komunikowanie cen, aby dorównać ofertom neobanków.

Innowacyjne produkty

Ciągłe wprowadzanie innowacji i aktualizowanie produktów finansowych, aby sprostać ewoluującym potrzebom i oczekiwaniom klientów.

Wykorzystanie hiperpersonalizacji**Wgląd w klientów**

Wykorzystywanie analizy danych do uzyskania szerszych informacji na temat preferencji i zachowań klientów.

Spersonalizowane doświadczenia

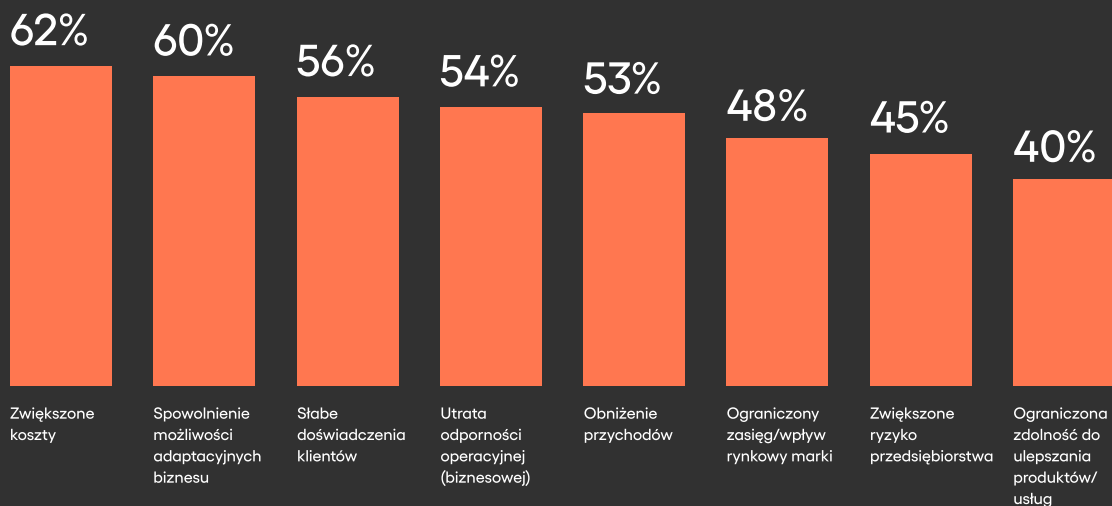
Opracowywanie spersonalizowanych doświadczeń bankowych, które odpowiadają indywidualnym potrzebom klientów, co zwiększa satysfakcję i lojalność.

Ostrożne wdrażanie

Pewność, że strategia hiperpersonalizacji jest starannie zaplanowana i wdrażana, aby uniknąć potencjalnych problemów.

Wpływ opóźnień na programy personalizacyjne

Nieosiągnięcie celów związanych z personalizacją może mieć znaczące konsekwencje dla wszystkich operacji bankowych. Kluczowe skutki to:



- **Zwiększone koszty (62%):** Nieskuteczne i utrudnione dostosowywanie usług do indywidualnych potrzeb, co prowadzi do wyższych kosztów operacyjnych.
- **Spowolnienie możliwości adaptacyjnych biznesu (60%):** Brak spersonalizowanych usług może utrudniać bankowi szybkie reagowanie na zmiany rynkowe i potrzeby klientów.
- **Słabe doświadczenie klientów (56%):** Klienci oczekują spersonalizowanych interakcji. Ich niedostarczenie może prowadzić do niezadowolenia oraz utraty lojalności.
- **Utrata odporności operacyjnej (54%):** Brak personalizacji może utrudniać bankom utrzymanie wydajności i odporności operacyjnej.
- **Obniżenie przychodów (53%):** Niemożność spełnienia oczekiwań klientów może mieć bezpośredni wpływ na strumień przychodów banku.
- **Ograniczony zasięg i wpływ marki (48%):** Personalizacja pomaga w budowaniu silnego wizerunku marki. Opóźnienia w tym obszarze mogą osłabić jej wpływ na rynek.
- **Zwiększone ryzyko przedsiębiorstwa (45%):** Niespersonalizowane usługi mogą narażać banki na wyższe ryzyko, w tym te związane ze zgodnością czy konkurencyjnością.
- **Ograniczona zdolność do ulepszania produktów/usług (40%):** Ciągłe doskonalenie oferty opiera się na zrozumieniu preferencji klientów. Brak personalizacji może hamować innowacyjność.

Źródło: Backbase

Implikacje dla tradycyjnych banków

Obszary do zaopiekowania w celu zmniejszenia ryzyka

Inwestowanie w analizę danych

Rozwijanie solidnych kompetencji w obszarze analityki danych pozwala zrozumieć i przewidywać potrzeby klientów, co wzmacnia wysiłki włożone w personalizację.

Elastyczne podejście

Stworzenie elastyczniejszych struktur biznesowych, które można szybko dostosowywać do potrzeb klientów związanych z personalizacją.

Ulepszanie doświadczeń klienta

Priorytetowe traktowanie doświadczeń klientów poprzez dostosowywanie usług i interakcji do ich indywidualnych preferencji.

Efektywność operacyjna

Wzmacnianie odporności operacyjnej poprzez spersonalizowaną ofertę usług, która usprawnia procesy i obniża koszty.

Optimalizacja przychodów

Dostosowanie strategii personalizacji do aktywności generujących przychody w celu poprawienia wyników finansowych.

Pozycjonowanie marki na rynku

Wykorzystanie personalizacji do wzmocnienia lojalności wobec marki i rozszerzenia zasięgu rynkowego.

Zarządzanie ryzykiem

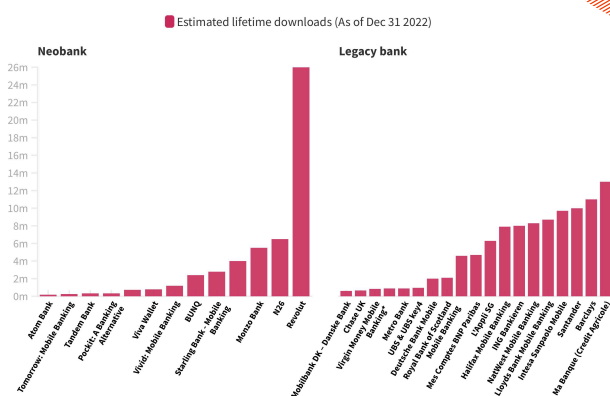
Wdrażanie solidnych strategii personalizacji w celu uniknięcia ryzyka związanego z niezgodnością czy presją konkurencji.

Innowacja i rozwój

Promowanie kultury ciągłego doskonalenia i innowacyjności dzięki informacjom od klientów na temat personalizowanych interakcji.

Porównanie neobanków i banków tradycyjnych

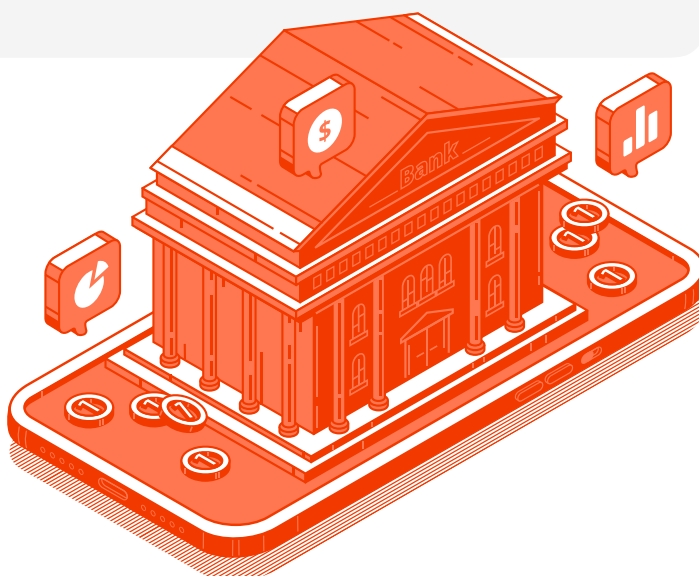
Aplikacje bankowe sklasyfikowane według liczby pobrań



Źródło: App Radar

Tradycyjne banki działają na zupełnie innej skali.
Revolut jest dostępny w ponad 200 krajach na całym świecie, a N26 w 21 krajach strefy euro.

To duży kontrast w porównaniu do Starlinga, który pozwala na otwieranie kont tylko mieszkańcom Wielkiej Brytanii czy Monzo, który dopiero w lutym ubiegłego roku uruchomił swoją działalność na drugim rynku, w USA.



Najlepsze banki tradycyjne (wg liczby pobrań aplikacji)

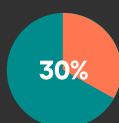
 CRÉDIT AGRICOLE S.A.	13m
 BARCLAYS	11m
 Santander	10m
 INTESA  SANPAOLO	9.7m

 CRÉDIT AGRICOLE S.A.	13m
 BARCLAYS	11m
 Santander	10m
 INTESA  SANPAOLO	9.7m



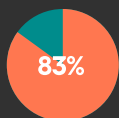
Dług technologiczny — przeszkoda dla banków tradycyjnych

Alokacja budżetu technologicznego



Okolo 30% CIO uważa, że ponad 20% ich budżetów technologicznych, które powinny być przeznaczone na nowe produkty, jest zamiast tego wykorzystywana na rozwiązywanie problemów związanych z długiem technologicznym. Szacuje się, że dług technologiczny wynosi 20-40% całkowitej wartości ich majątku technologicznego przed amortyzacją.

Automatyzacja procesów



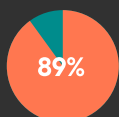
83% banków uważa automatyzację procesów za kluczową dla redukcji kosztów, przede wszystkim poprzez transformację istniejących systemów IT.

Budżet i zasoby

Mimo że banki dostrzegają potrzebę transformacji cyfrowej, ich budżety na te działania są ograniczone. Średnio tylko 5.2% personelu i 2.8% dochodów operacyjnych jest przeznaczanych na projekty związane z transformacją cyfrową.

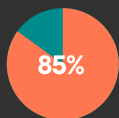
Wpływ długu technologicznego

Zwiększone koszty IT



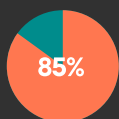
89% banków uważa, że dług technologiczny zwiększa ich koszty IT.

Ograniczenie w nowych technologiach



85% twierdzi, że dług technologiczny ogranicza ich zdolność migracyjną w kierunku nowych technologii.

Ograniczenie innowacji



85% uważa, że dług technologiczny hamuje zdolność ich działów IT do przyjmowania innowacji.

Cyfryzacja jako klucz do rentowności

Najlepsi gracze

10% najlepszych europejskich banków (ocenianych na podstawie wskaźnika kosztów do dochodów) inwestuje 2.5 raza więcej w technologie w porównaniu do najgorszych 10%.

Sztuka równowagi

W 2024 roku banki tradycyjne będą koncentrować się na redukcji długu technologicznego, jednocześnie wprowadzając nowe usługi, aby sprostać potrzebom klientów. To wymaga większych inwestycji w IT oraz odpowiednich partnerstw.

Źródło: Backbase

Strategie radzenia sobie z długiem technologicznym



Inwestowanie w automatyzację procesów

Priorytetyzowanie inwestycji w automatyzację procesów pozwala redukować koszty i zwiększać efektywność.



Zwiększenie alokacji budżetu na transformację cyfrową

Przeznaczenie większego budżetu i zasobów na projekty związane z transformacją cyfrową w celu przyspieszenia modernizacji.



Skupienie się na innowacjach

Zachęcanie do korzystania z innowacyjnych rozwiązań i promowanie kultury wspierającej postęp technologiczny.



Strategiczne partnerstwa

Współpraca z firmami fintechowymi, aby wykorzystać ich technologie i wiedzę, a następnie zredukować dług technologiczny i wdrożyć nowe rozwiązania cyfrowe.



Poprawa infrastruktury IT

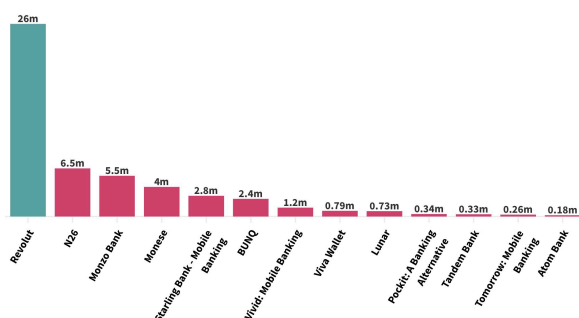
Inwestowanie w aktualizację i modernizację infrastruktury IT w celu minimalizacji długu technologicznego i zwiększenia ogólnej elastyczności operacyjnej.

Jak Revolut stał się najpopularniejszym bankiem online w Europie i najczęściej pobieraną europejską aplikacją neobanku

Revolut

Revolut to najpopularniejsza aplikacja bankowości cyfrowej w Europie. Według App Radar, od momentu uruchomienia usługi w 2015, **apka została pobrana 26 milionów razy**. Co więcej, działa w ponad 200 krajach, podczas gdy aplikacje takie jak N26 czy Monzo mają ograniczony zasięg geograficzny.

Top 13 neobanków w Europie na podstawie liczby pobrań aplikacji



Źródło: App Radar

Najwięksi konkurenci (pobrania)

N26 6.5m

monzo 5.5m

monese 4m

Starling Bank 2.8m

Lekcje dla banków tradycyjnych z historii sukcesu Revoluta

1. Kompleksowe usługi finansowe

- Revolut oferuje szeroki zakres usług, w tym wymianę walut, handel akcjami, karty debetowe, płatności P2P oraz wymianę kryptowalut.
- Obsługuje też wypłaty z bankomatów w 120 walutach i przelewy środków w 29 walutach bezpośrednio z poziomu aplikacji.

2. Globalny zasięg i ekspansja

- Jest dostępny w ponad 200 krajach — działa globalnie, w tym na znaczących rynkach, takich jak USA, Japonia i Singapur.
- Uzyskał licencje bankowe w wielu krajach europejskich, zapewniając tym gwarancję depozytów do 100 000 EUR.

3. Innowacyjność i elastyczność

- Ciągłe wprowadza innowacje, pozycjonując się jako „superaplikacja” finansowa.
- Wprowadził bezprowilny handel akcjami i rozszerzył ofertę kryptowalut.

4. Podejście zorientowane na użytkownika

- Mocno skupia się na doświadczeniach użytkownika, oferując narzędzia do łatwego zarządzania pieniędzmi oraz przejrzyste struktury opłat.
- Zdobywa wielu nowych użytkowników dzięki strategicznemu marketingowi i partnerstwom, np. globalnej umowie z Visa.

5. Mocne wsparcie finansowe

- Zebrał spory kapitał inwestycyjny, osiągając wycenę na poziomie 33 miliardów dolarów do 2021 roku.
- Wykorzystał fundusze na poprawę infrastruktury technologicznej i rozszerzenie oferty usług.

Source: TechHQ

3. Kluczowe wnioski: Trendy i obserwacje z sektora neobanków



Konsumeryzacja rynku

Stare podejście do bankowości, opierające się na instytucjach, prestiżu i oddziałach fizycznych, to przeszłość. Konsumenci podróżujący po mieście Uberem, robiący zakupy przez Glovo i nocujący w Airbnb oczekują tej samej wygody i elastyczności wobec usług bankowych. Neobanki pokazały konsumentom, że jest to możliwe i nie ma już odwrotu od takiej bankowości. Konsumeryzacja rynku bankowego wyznacza kierunek zmian.



Równowaga między bezpieczeństwem a prostotą użytkowania

Aplikacje neobanków są znane z łatwości użytkowania i prostego dokonywania przelewów. Jednak to, co dla niektórych konsumentów (otwartych na nowości innowatorów, wczesnych naśladowców i wczesnej większości) jest zaletą, dla bardziej konserwatywnych (ufającej tradycyjnym rozwiązaniom późnej większości i maruderów) może być barierą i niepotrzebnym ryzykiem. Stworzenie dobrze zrównoważonej aplikacji, która z jednej strony zapewnia bezpieczeństwo, a z drugiej jest oparta na prostym interfejsie i wygodna dla użytkownika, jest kluczem do pozyskiwania nowych klientów.



Integracja z usługami zewnętrznymi

Dziś usługi bankowe nie są związane tylko z pieniędzmi. Są one skorelowane ze stylem życia użytkownika, mobilnością, dzieleniem się doświadczeniami z grupą i świadomym podejściem do wielu spraw. Oznacza to, że aplikacje bankowe muszą łączyć się z usługami zewnętrznymi i współpracować z różnymi ekosystemami technologicznymi. Takie połączenia wymagają zarówno elastyczności w podejściu do projektowania, jak i większej czujności w zapewnianiu wysokiego poziomu bezpieczeństwa oraz rozważnej polityki ochrony danych.



Dostosowanie aplikacji do specyficznych rynków

Poziomy cyfryzacji i różne systemy płatności online w każdym z krajów Europy oznaczają, że świadomość konsumentów i otwartość na usługi bankowości online różni się w zależności od rynku (nie wspominając o USA czy Azji — w Chinach 92% konsumentów korzysta z płatności cyfrowych). Rozwiązaniem może być dostosowywanie aplikacji bankowej do specyfiki danego rynku, zarówno pod kątem samych usług i funkcji bezpieczeństwa, jak i projektowania UX/UI.

Firmy technologiczne i fintechy odpowiadają na to wyzwanie, tworząc rozwiązania typu white-label, oparte na kompleksowych zestawach konfigurowalnych komponentów, takich jak system typografii, powtarzalne moduły czy usługi bankowe, szybkie prototypowanie oraz integracje z określonymi systemami płatności. Takie podejście pozwala znacznie skrócić czas wprowadzania aplikacji na rynek i ułatwia bankom pojawianie się w kolejnych krajach.



Podejście oparte na danych

Dane zbierane z aplikacji mobilnych pozwoliły neobankom szybko zdobyć szczyt. W ten sposób mogą dostarczać użytkownikom spersonalizowane informacje, indywidualne oferty, konkretne wskazówki budżetowe oraz analizy predykcyjne. Wraz z rosnącą popularnością bankowości online (szacuje się, że do końca 2024 z tego typu usług będzie korzystać ponad 1 miliard ludzi), ilość danych będzie tylko rosta. Tradycyjne banki muszą tworzyć ekosystemy, w których te cenne informacje o konsumentach nie będą się marnować, a będą służyć jako źródło obserwacji i tworzenia ofert dla klientów przyzwyczajonych do wygod aplikacji neobanków.



UX/UI kluczowe dla utrzymania klientów

Raport White Case pokazuje, że co ósmy europejski bank stracił 30-40% swoich dotychczasowych klientów z powodu słabych doświadczeń użytkownika. Tradycyjne banki są uważane za „muzea technologii”, które dostarczają usługi w sposób przestarzały, budując niepotrzebny dystans poprzez nienowoczesny interfejs. Tymczasem neobanki od początku projektują w myśl obecnie panujących trendów UX i UI. Wprowadzenie nowoczesnego podejścia do projektowania aplikacji i interfejsów pozwala technologiom działać w tle podczas korzystania z usług finansowych. Jeżeli tradycyjne banki połączą je z zaufaniem, jakim się cieszą wśród klientów, mogą długo utrzymać swoją wysoką pozycję.

Spodziewam się wzrostu konkurencji ze względu na poszerzającą się ofertę produktów neobanków takich jak Monzo i Revolut, które będą chciały konkurować z tradycyjnymi bankami. Te z kolei będą inwestować w funkcjonalność produktów i innowacyjne oferty, dążąc w ten sposób do nadrobienia zaległości wobec fintechów

Phillip O'Neil

Dyrektor ds. Usług Finansowych
@ Kin + Carta Europe

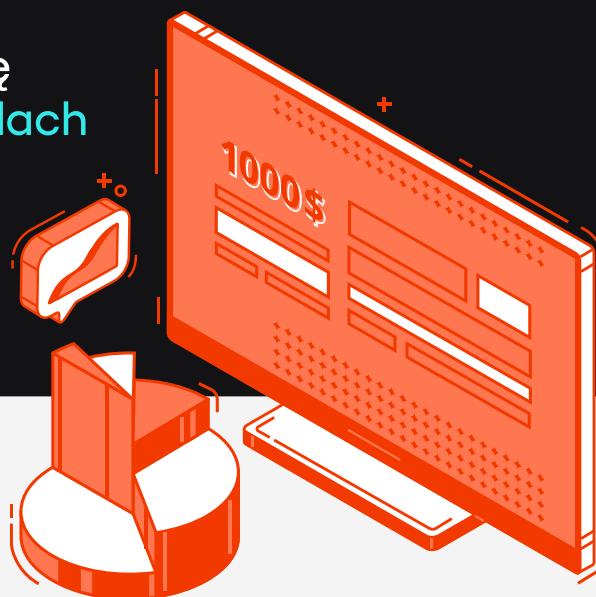
Dla FinTech Magazine

Główne obszary do poprawy w aplikacjach banków tradycyjnych

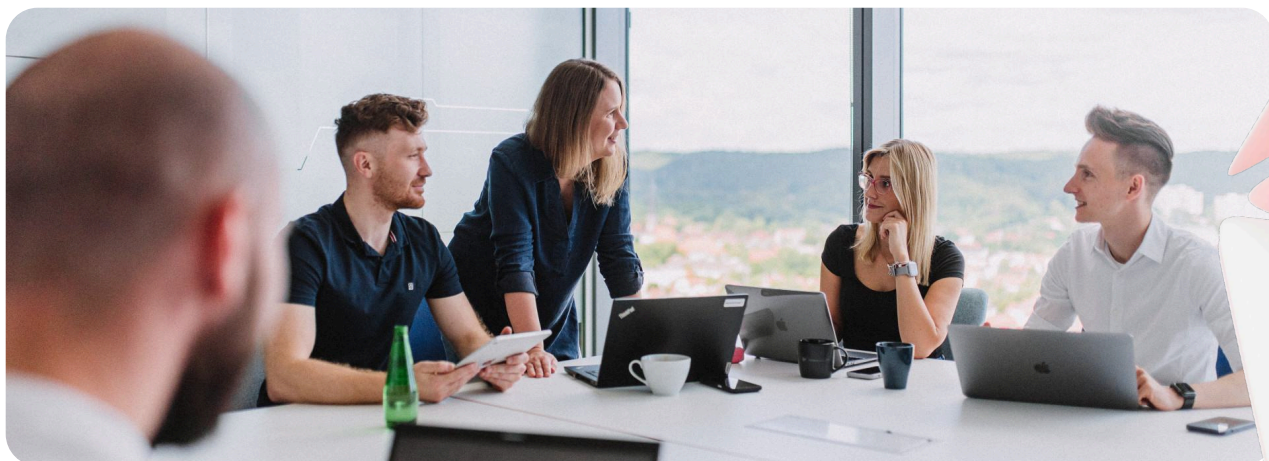
1. Mechanika sprzedaży
2. Przelewy
3. Wsparcie
4. Płatności
5. Marketplace'y i E-commerce
6. Zarządzanie produktem
7. Onboarding nowych klientów
8. Transakcje kryptowalutowe
9. Benefity i promocje
10. Zaangażowanie i motywacja
11. Personalizacja
12. Historia transakcji
13. Analiza budżetu
14. Informacje o produkcie
15. Powiadomienia
16. Obszary przed zalogowaniem
17. Nawigacja w aplikacji

Jeżeli chcesz dowiedzieć się
więcej o **najnowszych trendach**
i **newsach** dotyczących
bankowości i fintechów

[Sprawdź nasze artykuły na ten temat →](#)



O Speednet



Jesteśmy polską firmą programistyczną specjalizującą się w tworzeniu aplikacji webowych i mobilnych, designie produktów cyfrowych oraz doradztwie technologicznym dla firm z branży finansowej.

Mamy ponad 23-letnie doświadczenie w fintechu i bankowości, a nasz zespół zrealizował już ponad 200 projektów — w tym aplikacje wzbogacone o usługi dodane.

Interesuje Cię głębsza analiza tematów przedstawionych w tym ebooku? A może potrzebujesz **zaufanego partnera technologicznego**, który pomoże Twojej firmie przezwyciężyć wyzwania przed nią stojące?

Specjaliści Speednet są do Twojej dyspozycji.

[Kontakt →](#)



Michał Grela
Head of Sales & Marketing
michal.grela@speednet.pl

Nasza strona - speednetsoftware.com

sales@speednet.pl

[f](#) [@](#) [in](#) [d](#) [X](#)

Źródła

- [Revolut: Revolut surpasses 30 million retail customers worldwide](#)
- [Temenos: Challenging the challengers: Europe's banks face the competition](#)
- [EY: How can banks transform for a new generation of customers?](#)
- [Infopuls: Forces Shaping the Future of the Banking Industry: Tech Trends 2024](#)
- [Forbes: U.S. Consumer Banking Statistics 2024](#)
- [Forrester: European Banks Still Struggle To Balance App Functionality With User Experience](#)
- [Omidia: Legacy modernization remains a dream, not a reality](#)
- [Database of mobile banks in Europe: best practices \(markswebb.com\)](#)
- [European_Banking_Trends_2024_infographic.pdf \(backbase.com\)](#)
- [Which European banking app is winning the race for customers? | Sifted](#)
- [How Revolut became Europe's most popular online bank - TechHQ](#)
- [Guide: TOP Banking Apps with the Best UX 2024 | Velmie](#)

Illustrations by upklyak on Freepik

Autorzy



Adam Rasiewicz

Senior Business
Development Manager



Michał Grela

Head of Growth



Marcin Banaszek

Product Designer



Filip Stachak

Project Manager



Mikołaj Kortalla

Business Analyst

UX w bankowości

TOP Banking Apps with the Best UX 2024

Revolut

revolut.com

One app, all things money



Doświadczenie użytkownika: Intuicyjny design z podglądem wydatków w czasie rzeczywistym i analizą trendów.

Unikalne funkcje: Logowanie za pomocą Face ID, konta wielowalutowe, handel kryptowalutami i natychmiastowe powiadomienia o płatnościach.

venmo

capitalone.com

Pay. Share. Connect.

Funkcje społeczne: Możliwość podziału transakcji, co pozwala tworzyć doświadczenia społeczne w kontekście płatności.

Duża baza klientów: Transakcje o wartości 244 miliardów dolarów tylko w 2022 roku. Ponad 78 milionów użytkowników w USA.

Popularność: Słynie z prostoty użytkowania i integracji z mediami społecznościowymi.

ally

ally.com

Do it right

Design przyjazny użytkownikowi: Łatwa nawigacja podczas korzystania z bankowości i inwestycji w jednej aplikacji.

Kompleksowe funkcje: Dostęp do zasobów, automatyczne inwestowanie, oszczędności emerytalne i narzędzia do zarządzania majątkiem.

Bezpieczeństwo i niezawodność: Wysoko oceniana za bezpieczeństwo, z inteligentnymi narzędziami do oszczędzania i brakiem opłat za wejście na debet.

Capital One

capitalone.com

What's in your wallet?

Narzędzia all-in-one: Zarządzanie rachunkami, śledzenie wydatków w czasie rzeczywistym, monitorowanie zdolności kredytowej i wirtualne karty.

Cyfrowy asystent: „Eno” dla spersonalizowanego wsparcia klienta oraz wglądu w finanse.

Oceny użytkowników: Ponad 10 milionów pobrań w 2022 roku, z wysokimi ocenami w App Store (4,9) i Google Play (4,6).

monzo.com

Banking made easy

Aktualizacje w czasie rzeczywistym:

Natychmiastowe powiadomienia o transakcjach dla lepszego śledzenia wydatków.

Unikalne funkcje: Płatności emoji, konkurencyjne konta oszczędnościowe i płynne doświadczenia użytkownika.

Wzrost: 5,94 miliarda funtów w depozytach, 33,6 miliarda funtów w transakcjach kartami w 2023 roku, 27,4% wzrostu bazy użytkowników do 7,4 miliona.

Możemy się spodziewać konsolidacyjnych ruchów obronnych ze strony tradycyjnych banków i ich cyfrowych awatarów. Większe neobanki będą się rozwijać i dążyć do zdobycia dodatkowych udziałów w rynku, czasem równoważąc konkurencję między sobą, zamiast walczyć tylko z bankami tradycyjnymi.

Shuvo G. Roy

Wiceprezes i Dyrektor ds. Rozwiązań Bankowych
EMEA FOR MPHASIS

starlingbank.com

Feel good about money

Klientocentryczność: Wysoka satysfakcja użytkowników dzięki funkcjonalnościom takim jak oszczędzanie i planowanie spłat.

Oferty finansowe: Debety i pożyczki dla kont osobistych oraz firmowych.

Wzrost: 453 miliony funtów przychodu w 2022 roku, 29% wzrost bazy użytkowników do 3,6 miliona w 2023 roku.

citibank.pl

The best way to manage your accounts

Bogate funkcje: Monitorowanie zdolności kredytowej, kontrola kart, płacenie rachunków i zbieranie nagród.

Skupienie na bezpieczeństwie: Mocne protokoły bezpieczeństwa, które są odpowiedzią na obawy użytkowników dotyczące prywatności.

Akceptacja użytkowników: Wysokie oceny w Apple App Store (4,9) i Google Play (4,7).

chase.com

Your money, your way

Doświadczenia użytkownika: Prosty, spójny design naśladujący interakcję z człowiekiem dla spersonalizowanej bankowości.

Atrakcyjna dla młodzieży: Aplikacja integruje się z fintechami, celując w młodsze grupy odbiorców.

Statystyki użytkowania: 58 milionów aktywnych użytkowników cyfrowych, 44 miliony klientów mobilnych oraz wysokie wskaźniki użytkowania tygodniowego (78%).

zing.me

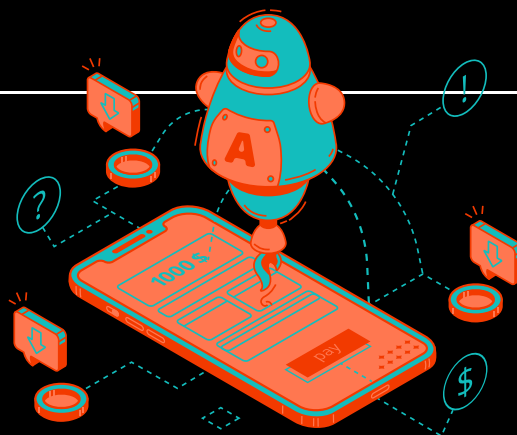
Powerful banking on the go

Płatności transgraniczne: Celuje w rynek niskokosztowych wymian walutowych i transferów pieniężnych.

Dostępność: Szybkie zakładanie konta dla klientów HSBC i niezwiązanych z HSBC.

Globalne ambicje: Dąży do stworzenia globalnej platformy dla transakcji transgranicznych.

Kluczowe trendy UX dla aplikacji bankowych w 2024 roku



Płynne wdrażanie

Aby przyciągnąć użytkownika do aplikacji, warto wdrożyć płynny i efektywny proces wdrażania.

Korzystanie z aplikacji na podstawowym poziomie powinno wiązać się z jak najmniejszą barierą wejścia, aby klient mógł zapoznać się z jej zaletami i poznać ekosystem.

Im łatwiejszy jest ten pierwszy etap, tym bardziej zadowolony, skłonny do odwiedzania aplikacji i korzystania z niej przez dłuższy czas będzie użytkownik.

Przykłady z rynku pracy udowadniają, że odpowiedni proces wdrożenia potrafi zatrzymać 52% nowych pracowników na dłużej w firmie i zwiększyć ich produktywność aż 18 razy. Jednak tylko 12% pracowników USA uważa, że ich firma dobrze przeprowadziła proces wdrożenia.

Upewnij się, że Twoja aplikacja nie powieli tych błędów, a na pewno zrobisz świetne pierwsze wrażenie.

Chatboty + Wirtualni Asystenci

Rewolucja w komunikacji z maszynami zapoczątkowana przez ChatGPT przyspieszyła rozwój chatbotów i wirtualnych asystentów, które stają się nie tylko bardziej ludzkie, ale także coraz bardziej efektywne. Szacuje się, że globalny rynek chatbotów może przekroczyć 1,25 miliarda dolarów do 2025 roku.

Okolo 67% konsumentów już teraz korzysta z chatbotów do przeprowadzania prostych interakcji.

Takie narzędzia są obecnie odpowiedzialne za około 65% rozmów między firmami a klientami.

Ponad połowa biznesów planuje rokrocznie wydawać więcej pieniędzy na tworzenie botów niż na rozwój zwykłych aplikacji mobilnych.

Do końca 2024 roku boty mają odpowiadać na około 75-90% zapytań konsumentów w sieci.

AI + ML

W nadchodzących latach sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe mogą stać się kluczowymi graczami w doskonaleniu aplikacji bankowych. Ich główną zaletą jest to, że są w stanie zrozumieć potrzeby konkretnej osoby i w ten sposób pomagają tworzyć unikalne doświadczenia użytkowników. To właśnie dzięki personalizacji usług i sprawdzaniu, co ludzie lubią i robią, neobanki zdobywają w ostatnich latach przewagę w sektorze bankowości. Takie podejście uszczęśliwia i angażuje użytkowników.

W 2024 roku prawie wszystkie firmy (92%) będą korzystać ze sztucznej inteligencji w celu personalizowania swoich działań.

Większość klientów (83%) nie ma nic przeciwko udostępnianiu danych, jeśli oznacza to uzyskanie lepszych usług dostosowanych do ich potrzeb.

Co zaskakujące, tylko niewielka część menedżerów marketingu — około 17%, powszechnie korzysta z tych technologii, mimo że większość (84%) dostrzega ich potencjał we wzbogacaniu personalizowanych doświadczeń w czasie rzeczywistym.

Biorąc pod uwagę boom na te technologie oraz ich dalszy wzrost można założyć, że AI/ML stanie się kluczowym trendem, dzięki któremu w nadchodzących latach aplikacje bankowe będą mogły tworzyć spersonalizowane interfejsy.

Opcje płatności

Dostęp do wielu sposobów na proste przesyłanie pieniędzy pomaga użytkownikom w sposób komfortowy korzystać z aplikacji bankowych i sięgać po nie częściej, niezależnie od sytuacji.

Opcje płatności, takie jak natychmiastowe transfery, portfele cyfrowe, otwarte systemy kredytowe, bankowość mobilna, a nawet waluty cyfrowe, takie jak Bitcoin, zmieniły podejście klientów do tradycyjnej gotówki i zwiększyły przepływ płatności.

Według prognoz, między 2020 a 2025 rokiem ludzie będą dokonywać o ponad 80% mniej płatności gotówkowych.

Przykładem mogą być Indie, gdzie najczęściej używanym systemem był BHIM UPI (indyjska aplikacja do płatności mobilnych), mający 67% udziałów wśród wszystkich innych aplikacji używanych do płatności.

Integracje społeczne

Kolejnym ważnym trendem jest współpraca aplikacji bankowych z mediami społecznościowymi w celu poprawy doświadczeń użytkowników (UX).

Wraz ze zmianami w technologiach cyfrowych oraz rosnącymi zasięgami mediów społecznościowych, banki wykorzystują konkretne strategie angażowania klientów, np. [oferują im płatności wspólne lub możliwość przesyłania pieniędzy pomiędzy członkami określonej grupy](#).

Ten trend ma również znaczący wpływ na wzrost popularności korzystania z bankowości przy pomocy telefonów komórkowych.

Szacuje się, że [805 milionów konsumentów w krajach Dalekiego Wschodu, a także w Chinach korzysta obecnie z bankowości online do wykonywania takich transakcji](#). Do końca 2024 roku liczba ta może osiągnąć miliard.

Łączenie platform bankowych z sieciami społecznościowymi może zwiększać liczbę interakcji użytkowników i wspierać pozyskiwanie nowych danych w celu opracowywania innowacyjnych produktów.

Przetwarzanie głosu

Korzystanie z komend głosowych z roku na rok staje się coraz popularniejsze. Szacuje się, że [w samych Stanach Zjednoczonych około 50% użytkowników codziennie komunikuje się ze swoim urządzeniem mobilnym w ten sposób](#). Jednak prawdziwym przełomem w tym sektorze może być połączenie z AI.

Gdy takie rozwiązania zostaną wprowadzone w bankach, klienci będą mogli komunikować się i wchodzić w interakcje z aplikacjami tak, jakby rozmawiali z prawdziwą osobą.

Jakość doświadczeń, płynność rozmów i reakcje aplikacji na zapytania użytkowników zmienią się diametralnie.

Różnica między obsługą przez człowieka a bota będzie coraz mniej zauważalna. Aplikacja nie tylko dostarczy kluczowych informacji, ale także będzie budować prawdziwą relację z klientem.

Integracja aplikacji

Globalnie przeprowadzone badania wykazały, że **88% osób pracujących w działach biznesowych i IT dostrzega rosnącą rolę API jako kluczowego elementu potrzebnego do automatyzowania interakcji z klientami i tworzenia unikalnych doświadczeń konsumenckich.**

Otwarta bankowość (eng. open banking) również jest niezbędna, aby umożliwić współpracę z fintechami na głębszym poziomie i pomóc tradycyjnym bankom przewyciężyć dług technologiczny.

Według przewidywań, do 2024 roku otwarta bankowość może wygenerować 2 miliardy dolarów potencjalnych przychodów tylko w Wielkiej Brytanii.

Otwarte API pomaga bankom dostosowywać się do oczekiwań klientów i zapewniać bardziej kreatywne, w pełni zintegrowane usługi.

Autoryzacja biometryczna

Od 2022 roku, szacuje się, że 81% smartfonów będzie miało włączoną autoryzację biometryczną do użytku w dowolnym momencie.

Dowiedziano również, że prawie **46% podróżujących korzystało z takich systemów na lotniskach w 2023 roku — w porównaniu do 34% rok wcześniej.**

W samych Stanach Zjednoczonych, technologia autoryzacji biometrycznej, oparta na strukturze twarzy, jest używana przez 176 milionów ludzi.

Skoro możemy odblokować w ten sposób telefon lub zalogować się do poczty elektronicznej, dlaczego nie do aplikacji bankowej? **Technologia ta poprawia zarówno bezpieczeństwo, jak i łatwość użytkowania**, co czyni ją kluczową w kwestii projektowania aplikacji bardziej przyjaznych dla użytkownika. Trend ten będzie się rozwijał w nadchodzących latach. Wartość rynkowa systemów biometrycznych może sięgnąć nawet 68,6 miliarda dolarów do 2025 roku.

Rozpoznawanie twarzy i odcisków palców to tylko niektóre z wielu metod identyfikacji biometrycznej klientów.

Blockchain + Kryptowaluty

W 2020 roku globalny rynek kryptowalut był wart 3 miliardy dolarów. Szacuje się, że do 2025 roku wzrośnie on do 39,7 miliarda dolarów. Banki zdecydowanie nie mogą pozostać obojętne wobec tego trendu — zwłaszcza że neobanki i fintechy wchodzą na ten rynek od dłuższego czasu. Nawet niektóre państwa rozważają wprowadzenie walut cyfrowych.

Korzyści dla użytkowników aplikacji bankowych?

Dodanie do nich blockchaina i kryptowalut może **zwiększyć bezpieczeństwo i poprawić doświadczenia użytkownika, szczególnie w obszarze szybkich i tanich transakcji.**

To oznacza, że technologie te wkrótce przestaną być mile widzianym dodatkiem, a staną się kluczową funkcjonalnością aplikacji bankowych.