Jak dělat sexy a zisková řešení pro zákazníky a zaměstnance ve velkých bankách

—

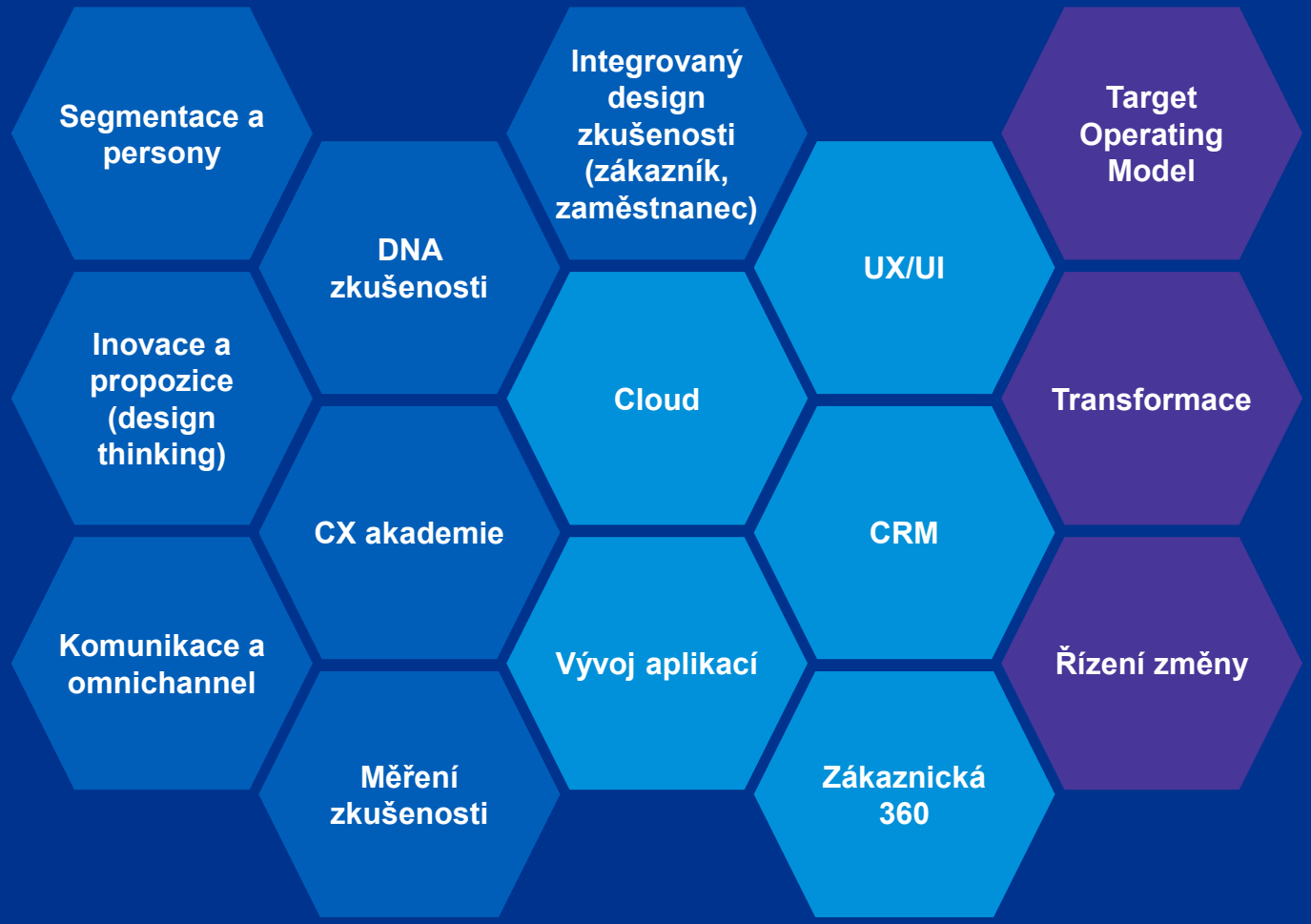
11. května 2022

Dnes se budeme bavit o zkušenosti

Libor Hykeš

Expert na CX a EX

KPMG, Customer & digital



Obsah

1 Co je to zákaznická zkušenost?

2 Zákazník

3 Principy zákaznické zkušenosti

4 Design zákaznické zkušenosti

5 Praktický příklad, HSBC

6 Praktický příklad, Virgin Money

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Co je to zákaznická zkušenost?

—

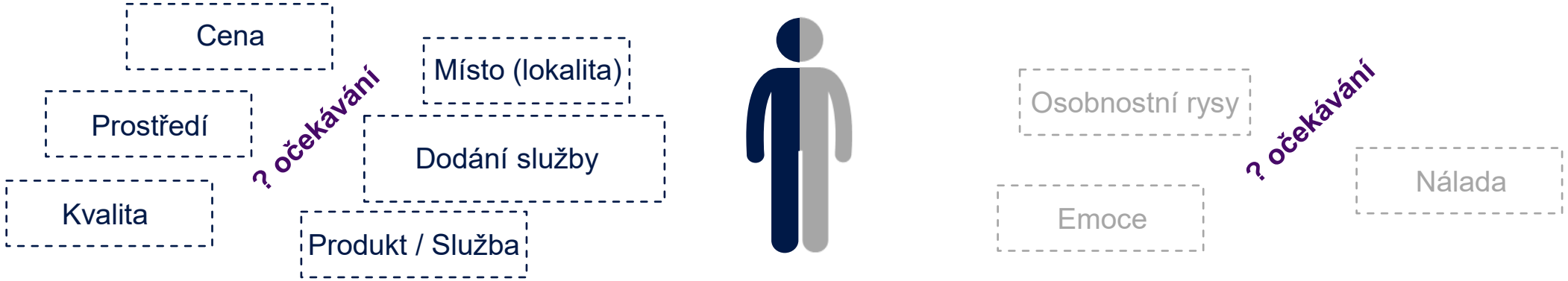
11. května 2022

Co je to zákaznická zkušenost?

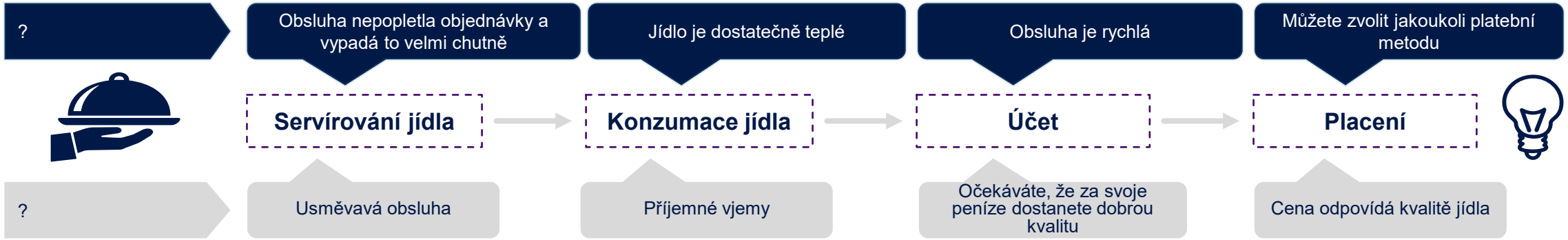
Zákaznická zkušenost

> *Jakákoli interakce mezi zákazníkem a společností po dobu trvání jejich vztahu*
> *Zahrnuje fáze povědomí o společnosti, zjišťování informací, získávání zájmu, interakce, nákupu, užívání produktu/poskytnutí služby, poprodejní podpory*

Co utváří zákaznickou zkušenost?



Příklad



© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Co je to zákaznická zkušenost?

	Místo	Prostředí	Kvalita produktu	Kvalita služby	Rychlost obsluhy	Cena
Příklad č. 1: O koho se jedná?	Zákazník nemá čas a rád by se najedl někde poblíž	Není důležité	Není důležité	Není důležité	Zákazník chce být rychle obsloužen	Zákazník nechce příliš utrácet
Příklad č. 2: O koho se jedná?	Není důležité	Zákazník chce strávit večer v příjemném prostředí	Zákazník očekává prvotřídní kvalitu jídla a nápojů	Zákazník očekává profesionální obsluhu	Není důležité	Není důležité

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Zákazník

—

11. května 2022

Poznejte důkladně svého zákazníka a držte ho na očích

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Principy zákaznické zkušenosti

—

11. května 2022

6 pilířů skvělé zákaznické zkušenosti

PERSONALIZACE

Individuální přístup se snahou vytvořit emoční pouto

ČAS A ÚSILÍ

Snaha minimalizovat zákazníkovo úsilí a odstranění procesních nedostatků a prostojů

ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ

Schopnost obrátit negativní zkušenost v pozitivní – efektivně řešit situace a patřičně kompenzovat

EMPATIE

Schopnost porozumění zákazníkovi v jeho situaci

OČEKÁVÁNÍ

Řízení a překonávání očekávání zákazníků

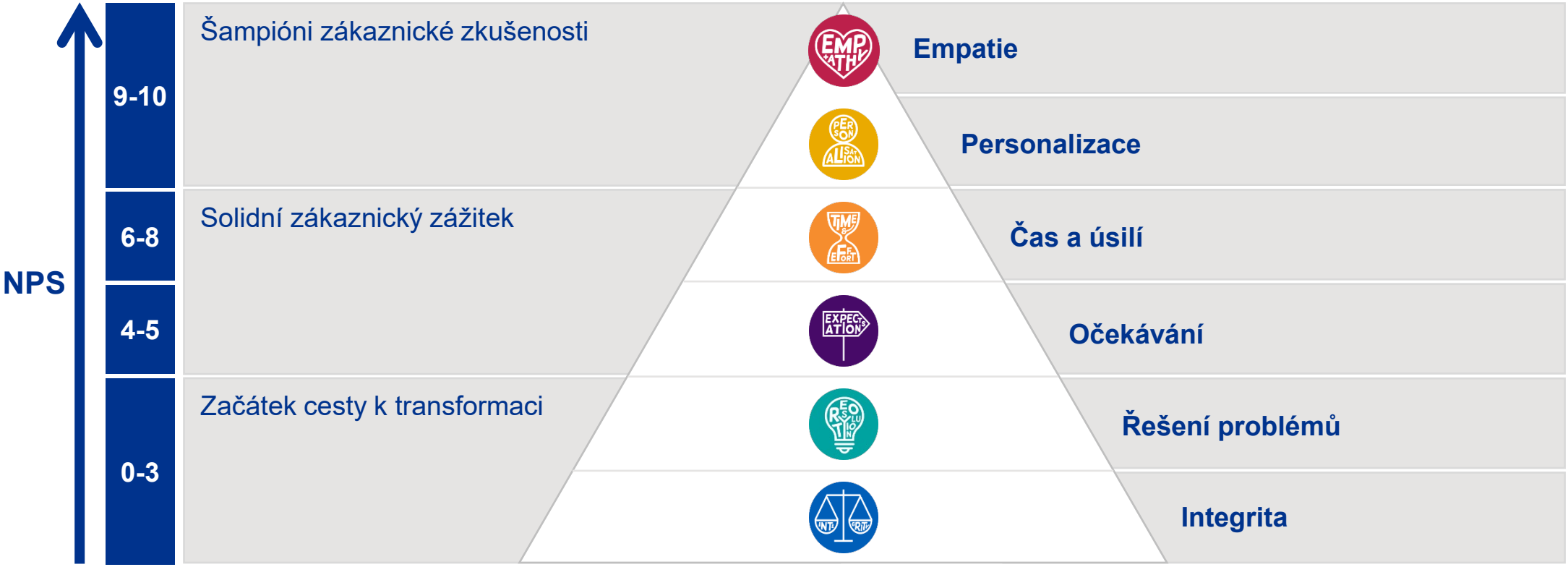
INTEGRITA

Vnímaná i reálná důvěryhodnost

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Naše pilíře mají přímý vliv na NPS



USAA je celosvětovým lídrem v Řešení problémů a Empatii

USAA je druhá nejlepší banka v celosvětovém hodnocení v roce 2021

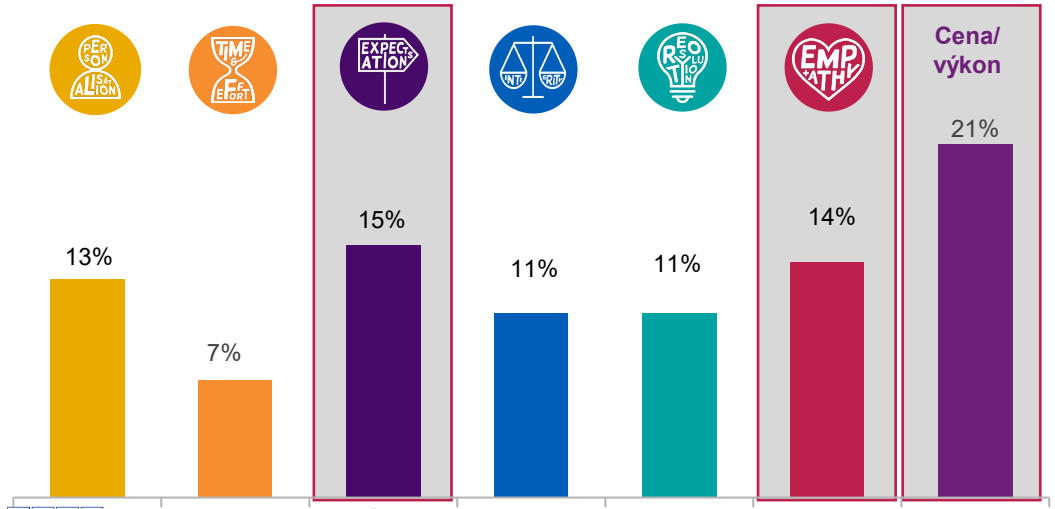
Srovnání NPS vybraných značek k průměru trhu

Pořadí v sektoru*	Značka	NPS 2021	Trh	Průměr NPS trhu	Delta NPS
2.	USAA	61	US	21	40

* ze 222 značek

USAA nejvíce vyniká v ukazateli Cena/Výkon a také v pilířích Očekávání a Empatie

Pilířové srovnání USAA oproti České spořitelně, **2021**



Inspirace

Pozitivní témata v komentářích zákazníků

- **„Necítím se hloupě“**
  Zákazníci chválí, že personál vždy vychází vstříc jejich potřebám, chová se k nim empaticky a trpělivě, mluví srozumitelně. **Zákazníci se díky tomu necítí trapně a hloupě**, ale že se o ně jejich banka opravdu stará.

- **„Banka mi šetří čas a nervy“**
  Klienti si velice cení toho, že **mají zákaznický servis k dispozici kdykoliv a kdekoliv.** Drtivou většinu problémů lze vyřešit hned, a to telefonicky či online přes chat v mobilní aplikaci.

- **„Je spolehlivá“**
  Někteří zákazníci jsou s bankou již 50 let, pochvalují **transparentní a férové jednání,** včasnou komunikaci a rychlou reakci na problémy a stížnosti.

Závěrečné shrnutí

- USAA **perfektně splňuje očekávání zákazníků**. Díky empatickému chování zaměstnanců a individuálnímu přístupu zákazníci mají příjemný pocit, že bance na nich záleží.

- **Nadprůměrný servis také kompenzuje vyšší ceny** a klienti hodnotí poměr ceny ku výkonu velice pozitivně.

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

STARLING BANK je světovým lídrem v nastavení Očekávání

Starling Bank je třetí nejlepší bankou ve světě v roce 2021

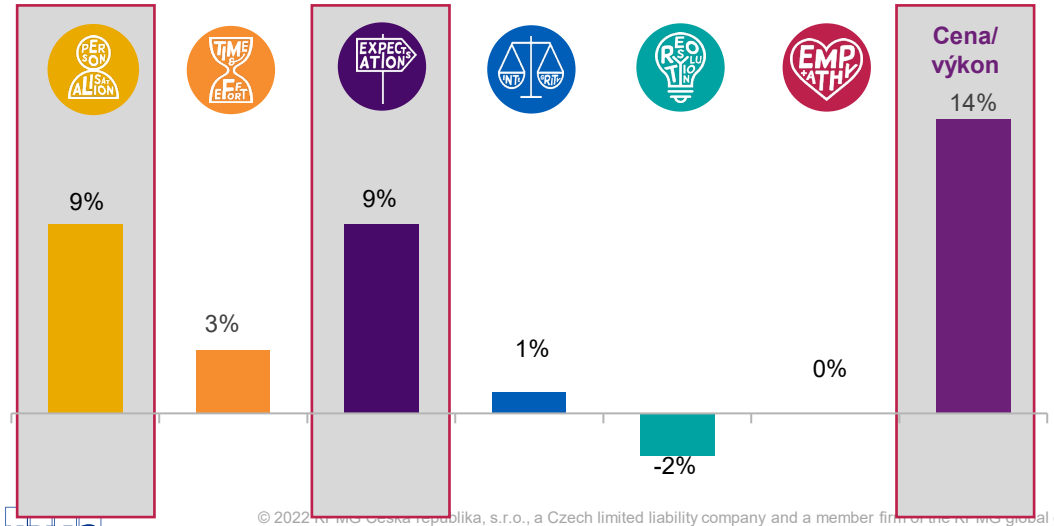
Srovnání NPS vybraných značek k průměru trhu

Pořadí v sektoru*	Značka	NPS 2021	Trh	Průměr NPS trhu	Delta NPS
3.	STARLING BANK	39	UK	5	34

* ze 222 značek

Starling Bank nejvíce vyniká v ukazateli Cena/Výkon a také v pilířích Personalizace a Očekávání

Pilířové srovnání Starling Bank oproti České spořitelně, **2021**



Inspirace

Pozitivní témata v komentářích zákazníků

- **„Vynikající online zkušenost“**
  Zákazníci chválí **jednoduchost a rychlost při komunikaci s bankou** hned od založení účtu na pár kliků na mobilu, přes přehledné řízení svých financí a transakcí online v uživatelsky přívětivé aplikaci.

- **„Jsem pánem svých financí“**
  Zákazníci si nejvíce cení **možnosti řídit svoje finance**: např. že si v aplikaci sami vytvoří nový účet v cizí měně aniž by museli čekat na pomoc bankéře. Také můžou poskytnout přístup ke svému účtu dětem, rodinným příslušníkům nebo kamarádům atd. Zaokrouhlování útrat pomáhá klientům spořit, aniž by se museli snažit.

Závěrečné shrnutí

- Zákazníci vnímají Starling bank jako novou, moderní a inteligentní banku, jež poskytuje **nejlepší a nejjednodušší online zkušenost.**
- Starling banka **umožňuje svým zákazníkům si přizpůsobit rozhraní aplikace** dle svých potřeb a preferencí, díky čemuž má nadprůměrné hodnocení pilíře Personalizace.

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Design zákaznické zkušenosti

—

11. května 2022

Náš integrovaný design propojuje témata kolem klienta

Postupně propojujeme témata …

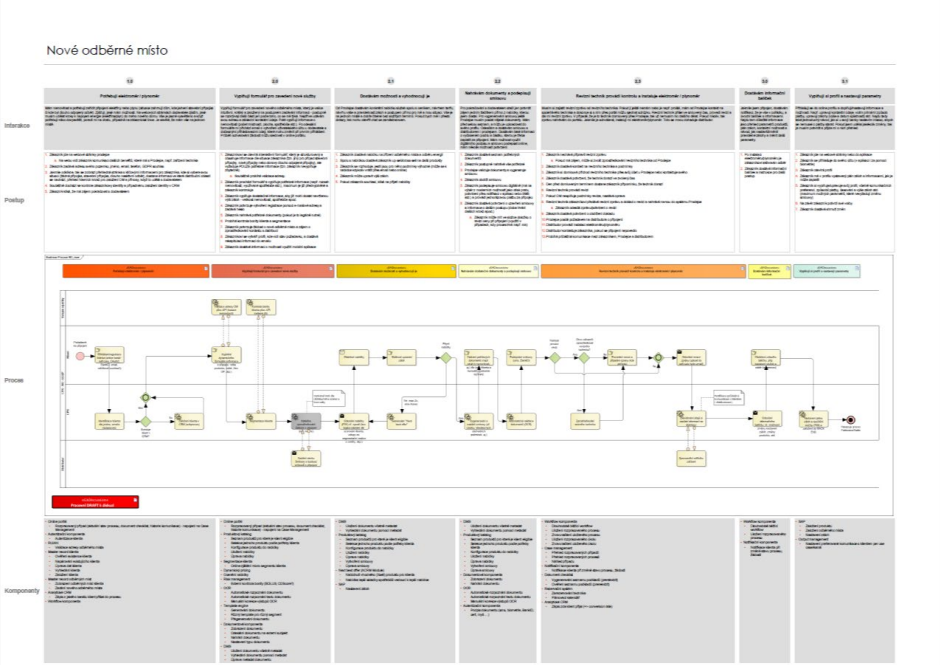
1. **Popis zákazníka** – segmentace, tvorba persony
2. **Zákaznická zkušenost** – interakce a optimální zákaznická zkušenost
3. **Business use case** – kanály, možné varianty interakcí a scénáře
4. **Procesy** – popis sledu procesních kroků, s důrazem na automatizaci
5. **Požadavky a dopady do IT** – popis funkcí, služeb, systémů, aj. potřebných pro procesy
6. **Požadavky a dopady do dat** – popis datového požadavku, data flow, architektury, aj.
7. **Další dle potřeby**, např. legal and compliance
8. **Zadání na transformaci**

Zákazník

Business

Technologie

… abychom popsali kompletní obrázek



1 zadání **1 tým** **1 jazyk**

Zároveň propojujeme společnost

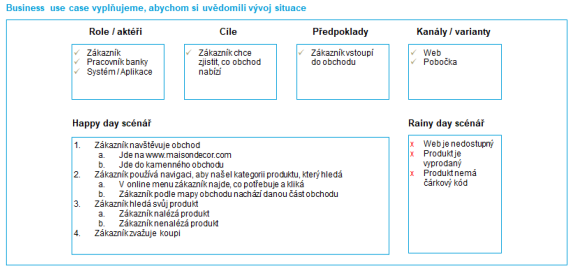
Popis zákazníka	Zákaznická zkušenost	Business use cases	Procesy	Identifikace dopadů do IT aj. oblastí	Tvorba zadání

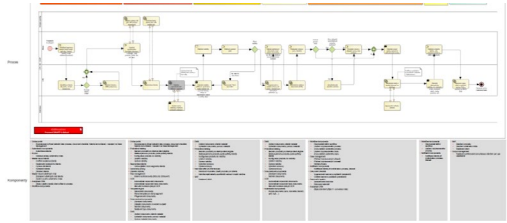
Součinnost:

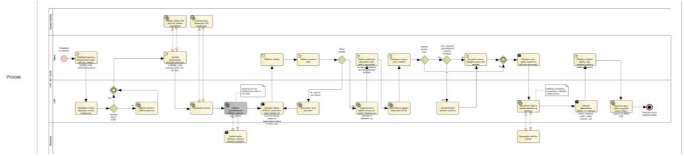
CX

BUS (segment, procesní analytici, produkt, aj.)

IT (a další např. legal)







Pracujeme v nástroji KPMG Discovery

V Discovery může na integrovaném designu pracovat víc lidí zároveň i vzdáleně, ale všichni pořád vidí, co potřebují.

Discovery

Persony

Zákaznická cesta (Interakce)

Kanály, Painpoints, Gainpoints atd.

Příběh klienta

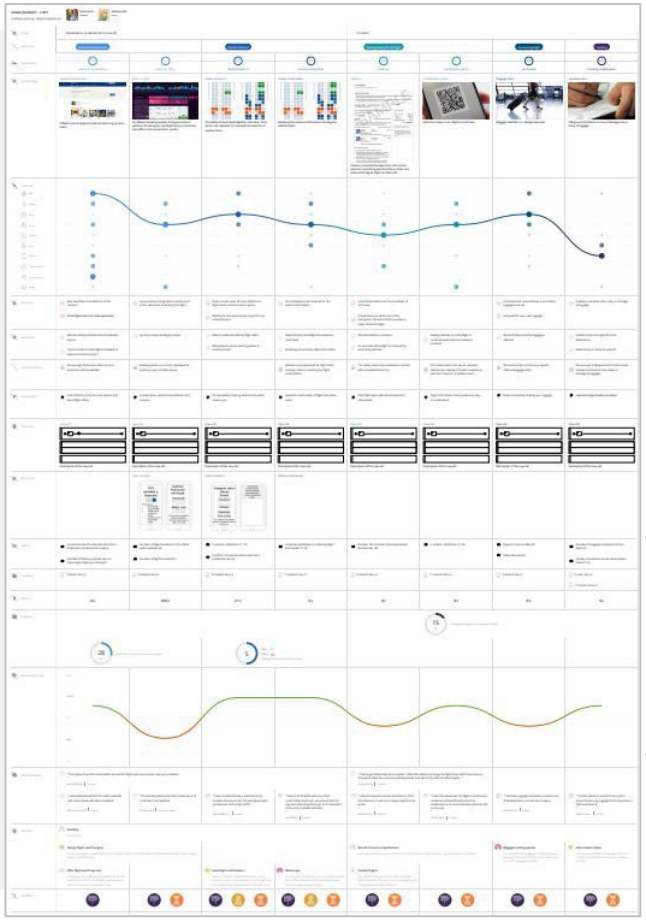
Business use case

Procesy

Wireframy

Dopady do IT

Backlog (user stories, BRQ)



qualtrics XM

MEDALLIA

ENTERPRISE ARCHITECT

axure

Figma

ENTERPRISE ARCHITECT

Jira

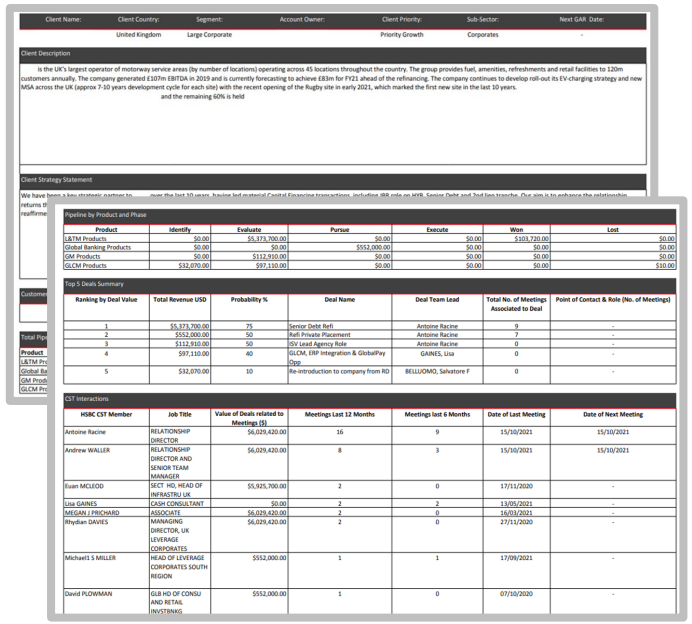
Azure DevOps

HSBC

Budoucnost ve strategickém plánování klienta

Od výzvy k hmatatelnému řešení za 30 dní

Včera → Dnes → Zítra



Client Name: | Client Country: United Kingdom | Segment: Large Corporate | Account Owner: | Client Priority: Priority Growth | Sub-Sector: Corporates | Next GAR Date:

Client Description

is the UK's largest operator of motorway service areas (by number of locations) operating across 45 locations throughout the country. The group provides fuel, amenities, refreshments and retail facilities to 120m customers annually. The company generated £107m EBITDA in 2019 and is currently forecasting to achieve £83m for FY21 ahead of the refinancing. The company continues to develop roll-out its EV-charging strategy and new MSA across the UK (approx 7-10 years development cycle fach site) with the recent opening of the Rugby site in early 2021, which marked the first new site in the last 10 years.
and the remaining 60% is held

Client Strategy Statement

Pipeline by Product and Phase

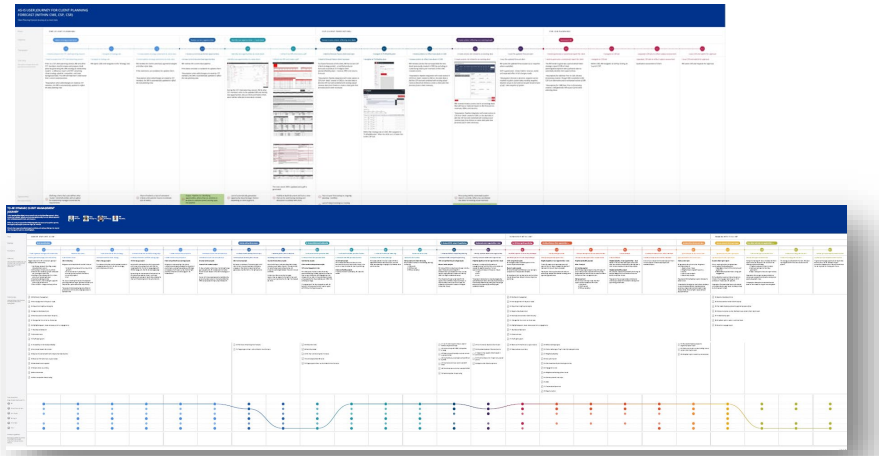
Product	Identify	Evaluate	Pursue	Execute	Won	Lost
L&TM Products	$0.00	$5,373,700.00	$0.00	$0.00	$103,720.00	$0.00
Global Banking Products	$0.00	$0.00	$552,000.00	$0.00	$0.00	$0.00
GM Products	$0.00	$112,910.00	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00
GLCM Products	$32,070.00	$97,110.00	$0.00	$0.00	$0.00	$10.00

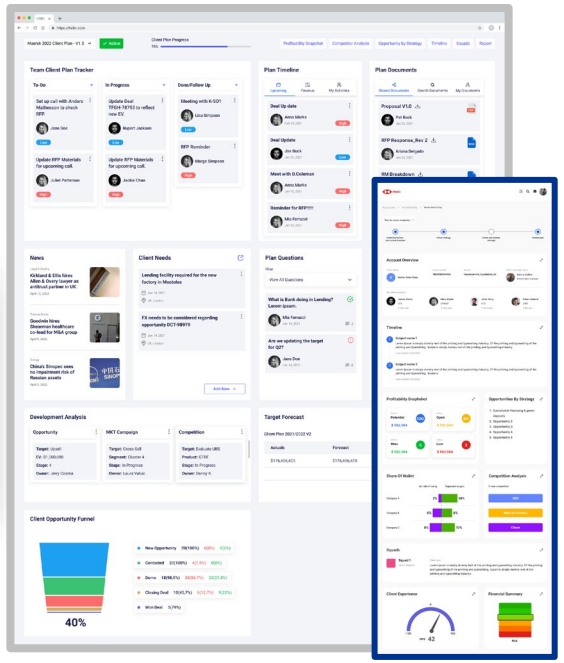
Top 5 Deals Summary

Ranking by Deal Value	Total Revenue USD	Probability %	Deal Name	Deal Team Lead	Total No. of Meetings Associated to Deal	Point of Contact & Role (No. of Meetings)
1	$5,373,700.00	75	Senior Debt Refi	Antoine Racine	9	-
2	$552,000.00	50	Refi Private Placement	Antoine Racine	7	-
3	$112,910.00	50	ISV Lead Agency Role	Antoine Racine	0	-
4	$97,110.00	40	GLCM, ERP Integration & GlobalPay Opp	GAINES, Lisa	0	-
5	$32,070.00	10	Re-introduction to company from RD	BELLUOMO, Salvatore F	0	-

CST Interactions

HSBC CST Member	Job Title	Value of Deals related to Meetings ($)	Meetings Last 12 Months	Meetings last 6 Months	Date of Last Meeting	Date of Next Meeting
Antoine Racine	RELATIONSHIP DIRECTOR	$6,029,420.00	16	9	15/10/2021	15/10/2021
Andrew WALLER	RELATIONSHIP DIRECTOR AND SENIOR TEAM MANAGER	$6,029,420.00	8	3	15/10/2021	15/10/2021
Euan MCLEOD	SECT HD, HEAD OF INFRASTRU UK	$5,925,700.00	2	0	17/11/2020	-
Lisa GAINES	CASH CONSULTANT	$0.00	2	2	13/05/2021	-
MEGAN J PRICHARD	ASSOCIATE	$6,029,420.00	2	0	16/03/2021	-
Rhydian DAVIES	MANAGING DIRECTOR, UK LEVERAGE CORPORATES	$6,029,420.00	2	0	27/11/2020	-
Michael S MILLER	HEAD OF LEVERAGE CORPORATES SOUTH REGION	$552,000.00	1	1	17/09/2021	-
David PLOWMAN	GLB HD OF CONSU AND RETAIL INVSTRNKG	$552,000.00	1	0	07/10/2020	-





- Uživatelé pracují ve třech různých systémech s nejednotným pohledem na klienta a tabulkovým uživatelským rozhraním.
- Minimální nebo žádné využití dat k identifikaci nových příležitostí.
- Nepracuje se s potřebami klienta.

- Pochopení kdo je klient „uživatel“ a jaké má potřeby a očekávání.
- Důkladné porozumění současné uživatelské cesty, procesům a systémům.
- Design nové zkušenosti a budoucích funkcionalit.

- Vše na jednom místě v logických kontejnerech.
- Vizuálně přívětivé a jednoduché uživatelské prostředí vycházející z potřeb uživatelů.
- Maximální využití interních i externích dat a potřeb klienta.

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Zákazníkem jsou interní uživatelé

Definovali jsme uživatelské persony a identifikovali jejich potřeby, očekávání a klíčové KPI, na jejichž základě jsme pak vytvořili budoucí (to-be) cestu.

User persona: Product partner

Name: Mara
Role: GB/LC Product partner
Banking system: Commercial/Global Banking
Business segment: GB

"It would be great to see a breakdown of performance by product."

"The systems aren't integrated so there's a lot of manual entry across systems."

"What would really help the front-line is generating insights. Bring all the information that is available together in one place."

PROFILE

Mara works as a product partner who manages and develops products at a global level.

She works closely with the client service team (CST) incl. relationship manager to deliver solutions that meet the clients' business needs.

Mara's key motivations are to develop a successful portfolio measured on an overall revenue generation, and to deliver the best possible client experience.

KPIs

- Qualitative metrics such as Customer Satisfaction Score (CSAT) and NPS
- Monthly recurring revenue
- Monthly funnel

User persona: Senior manager

Name: Sally
Role: GB/ LC Senior manager
Banking system: Commercial/Global Banking
Business segment: GB

"Access and intel about the client such as revenue driven financial information would be a game changer."

"The systems are not integrated thus there is a lot of manual data entry across systems."

PROFILE

Sally works as a senior manager who provides guidance and monitors the performance. She runs departments, oversees the work of other employees across departments. She acts as a liason between departments, employees and senior management.

She works closely with the client service team (CST) incl. Product partner and Relationship manager to deliver solutions that meet the clients' business needs.

KPIs

- Financial Performance
- Customer Satisfaction
- Employee Satisfaction
- Internal Process Quality

User persona: GB/ LC Relationship Manager

Name: Henry
Role: GB/LC Relationship Manager (i.e., GRB/CMB)
Banking system: Commercial/Global Banking
Business segment: GB
Age: 38
Residence: London, United Kingdom

"The systems aren't integrated so there's a lot of manual entry across systems."

"I'd like to spend more time focusing on my client & building a relationship."

"I want to be able to offer my client(s) a personalized report that is catered to their needs and that helps me identify and forecast new opportunities for them."

PROFILE

Henry works as an account owner – a relationship manager (RM) who manages and develops a portfolio of clients at a global level, i.e., GRB/CMB.

He works closely with the client service team (CST), incl. key product partners to deliver solutions that meet the clients' business needs.

Henry main motivations include growing and developing a successful portfolio measured on overall revenue generation, deepening the client relationships, and engaging and delivering the best possible experience to his clients.

KPIs

- Revenue generation
- Activity management targets
- Client engagement and satisfaction
- Upsell Rate (i.e. number of clients who uprage their product)
- Length of pipeline stages (i.e. identifying any bottlenecks in the sales process)
- Consumer lifecycle value

GAINS

Minimum requirements (aka brilliant basics)

- Ability to develop client plan that generates optimal value for the bank by combining deep understanding of the customer needs, banks capabilities, incl. risk appetite. Seamless ability to engage customer across touchpoints
- Quick access to client's information
- Viewing client's information in one place. Single source of information about client and historical performance or interactions
- Clear structured client data
- Seamless and mobile-friendly UX
- Collaboration and seamless communication with CST members, incl. product partners
- Notified of all new activities between client and CST members across the business (e.g. notifications on client plan updates, actions, overdue tasks, etc.)
- Ability to identify opportunities, seamlessly pitch HSBC solutions consider HSBC' value proposition in context to competition
- Ability to create deals while mobilizing a collaborative CST with clear R&R
- Identify inactivity and immediately understand why client activity across the business may currently be dormant/inactive
- Assigning tasks and triggers and follow-up actions to drive opportunity action plan
- Market Intelligence (i.e. understand how the market is moving and my client's position with that)
- Understand what my client's traditional competitors are doing
- Understand macro environment my client is operating in and any mega trends which can have subsequent impact
- Tools to defend existing revenues and grow future revenues / ability to defend revenue
- Ability to have an iterative client plan with insights on corrective actions to arrest attrition / loss in share of wallet
- Build common understanding of relationship across CST (i.e. global business, product partners and senior management)
- Automatic updates as mandates are won or lost with key reasons tracked for future insights / probability analysis
- Forecasting based on past and current data by analysis trends with ability to conveniently adjust for one-off, event based or interest rate / fee changes

'Wow' factors (aka magic moments)

- Seamless collaboration across geographies and teams. Clear client prioritisation helps to get time with CST. Efficiently identify which clients need to be a priority based on performance
- Understand, identify and forecast existing and new opportunities/deals
- Structured writing that goes into planning. Easy view at the client-level of who's talking to who and when
- Easy way to update the plan. It's important my client sees me as a strategic partner that adds value to client's business and shows client value-added target
- Be aware of key client interactions and relationships – remain informed via status and progress of current activities and deals
- Ability to track deal status in near real time with clear view of accountable executives at each deal stage with ability to escalate where required
- Automatic refresh of plan with ability to adjust on–off, event based transactions for future annual forecast
- Ability to track HSBC share of wallet in client's business and to monitor actual vs promised ancillary business, RWA actions and impact for the relationship
- Ability to generate insights both internal and external, incl. historical trends to flag early warning signs with regards to potential loss of business / wallet
- Ability to customize and produce different reports as required
- Ability to understand mega trends and identify potential future winners to tap

OPPORTUNITIES

Fears

- One–off deals / Event based business should not disproportionately increase my forecast for future years
- Should not be required to rekey / retype information already available on system

Frustrations

- Lack of clear roles and responsibility within CST requires constant nudge and follow up to ensure timely actions
- Forecasts are inaccurate and the process to reconcile is tedious
- Unable to quickly estimate impact on returns / RWA based on planned actions
- Unable to track ancillary business promise vs actuals
- Need to navigate across multiple systems to source relevant information

KEY

- Text in red indicates RM's technical abilities (i.e. not related to RM's soft capabilities

Základní potřeby, bez kterých se RM neobejde.

„Kouzelné" momenty, které vylepší uživatelský zážitek.

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

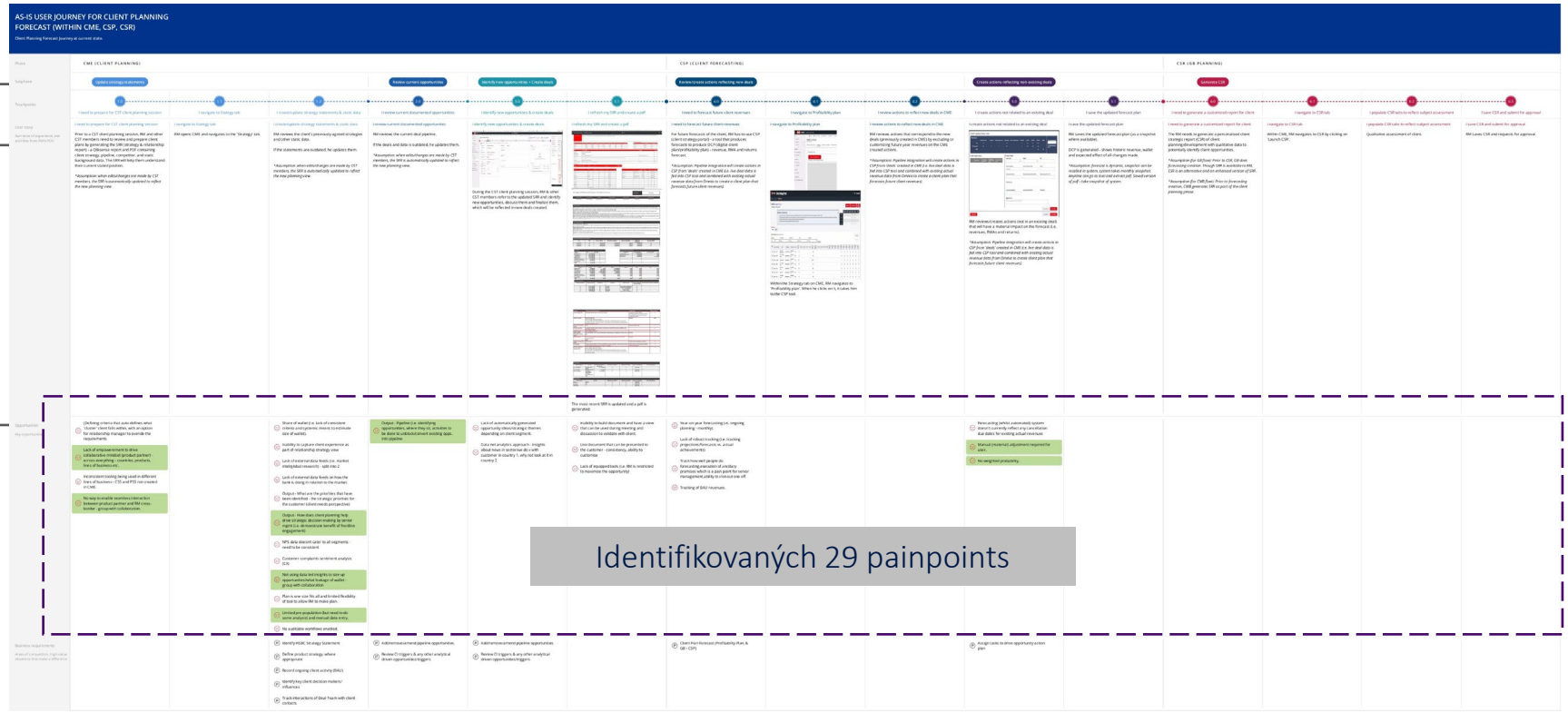
Uživatelská cesta dnes

Vytvořili jsme pohled na současný stav (as-is) uživatelské cesty v nástroji KPMG Discovery, abychom identifikovali klíčová bolestivá místa...

Fáze, subfáze a painpoints

Příběh uživatele

Pain points



Identifikovaných 29 painpoints

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Uživatelská cesta zítra

> ...Poté jsme vytvořili pohled na budoucí (to-be) uživatelskou cestu v nástroji KPMG Discovery.

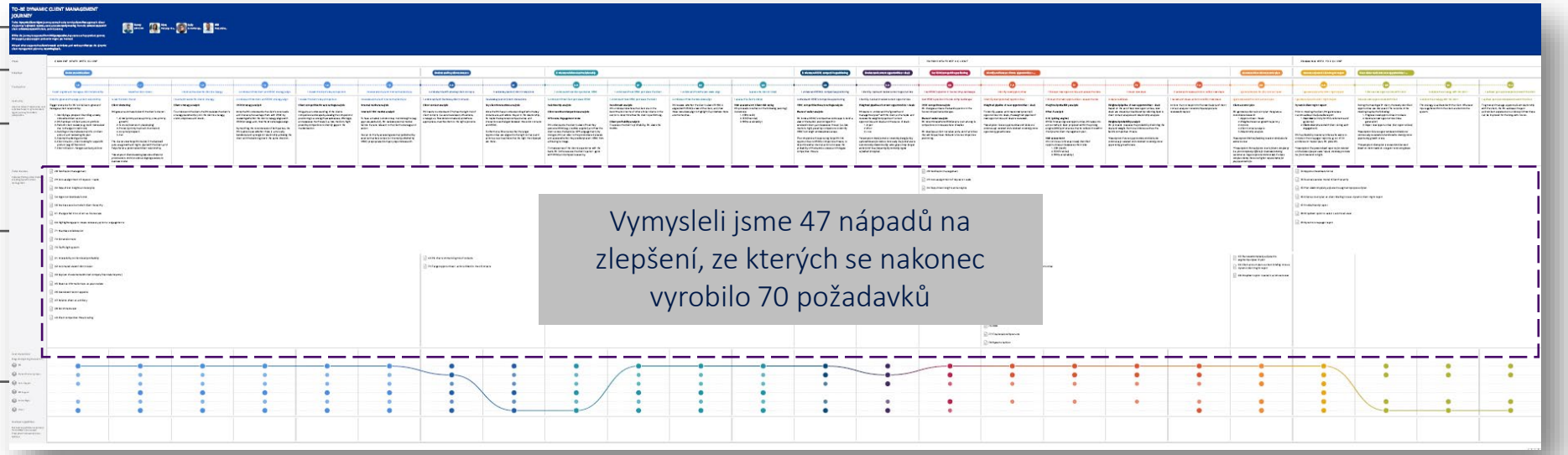
Uživatelská persona

Fáze, subfáze a painpoints

Příběh uživatele

Nápady ke zlepšení (aka řešení) adresující as-is painpoints

Diagram znázorňující úroveň interakcí mezi uživateli

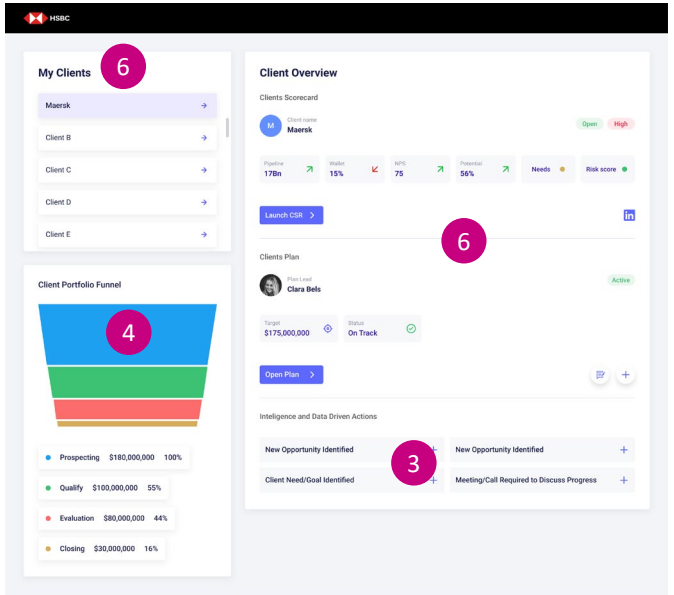


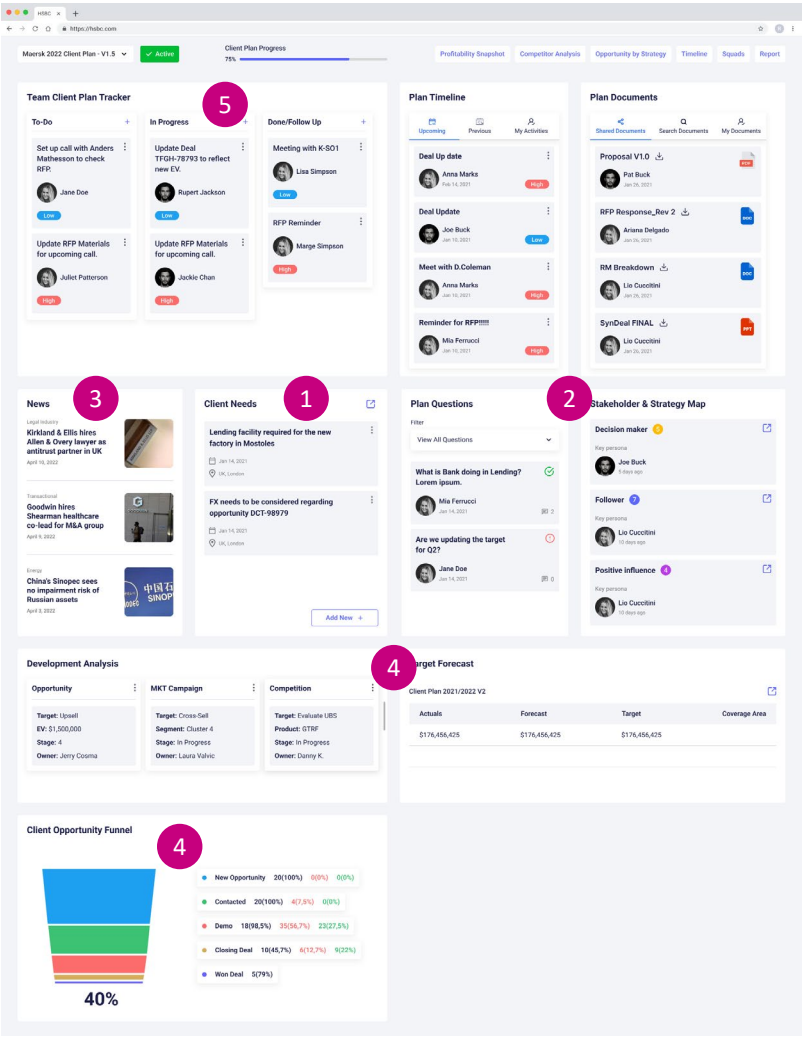
Vymysleli jsme 47 nápadů na zlepšení, ze kterých se nakonec vyrobilo 70 požadavků

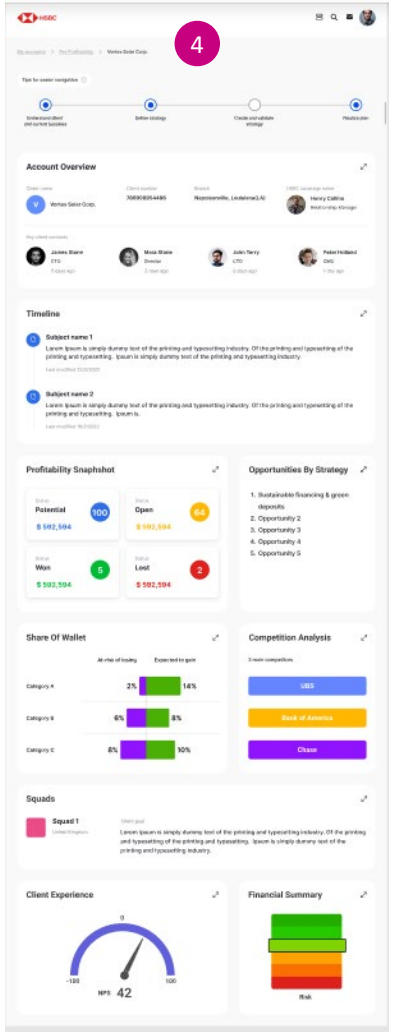
© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Výsledkem je funkční „klikací“ prototyp







1. Umisťuje **potřeby klientů** do centra pozornosti.
2. Poskytuje bezproblémové **integrované uživatelské prostředí**.
3. Využívá **analytické poznatky a tržní výzkum** k řízení akcí.
4. Zajišťuje **interaktivní reporting** na úrovni klienta, portfolia a trhu.
5. Řídí **spolupráci** napříč týmy, sítěmi a službami.
6. Umožňuje **variace plánů** v závislosti na typu klienta. (jedna forma není vhodná pro všechny).
7. Umožňuje přístup z **různých zařízení** (mobil, tablet, stolní počítač).

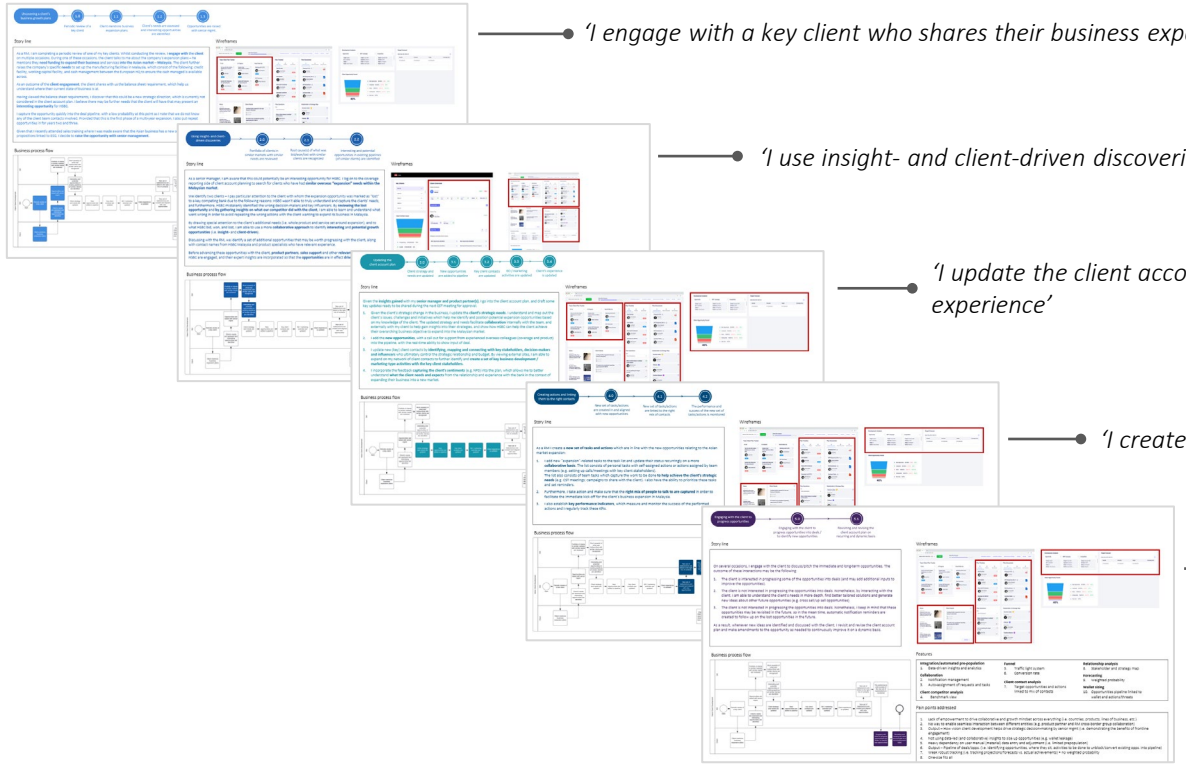
© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

So what does this mean for the business?

Specific use case for the future vision of client development

We created a story line to illustrate a specific scenario for the future vision of client account planning



'I engage with a key client who shares their business expansion plans which raises interesting opportunities'

'I use insight- and client-driven discoveries to identify potential opportunities'

'I update the client account plan, incl. client strategy, needs, new opps., contacts and experience'

'I create actions linked to new opportunities and to the right contacts'

'I engage with the client to discuss and progress the opportunities / to identify new opportunities'

Each vignette slide represents a phase with touchpoints and a unique story line that describes the use case from a RM's and SM's perspective.
The pain points are recurringly addressed throughout each story line.
To capture the rich user experience of the RM/SM, each story line is accompanied by wireframes with a pre-defined set of key features.

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Virgin Money

Digital First Bank

Výzva - Jak digitalizovat „analogovou“ banku, aby se zlepšila zákaznická zkušenost a snížily provozní náklady?

Několik souvislostí...

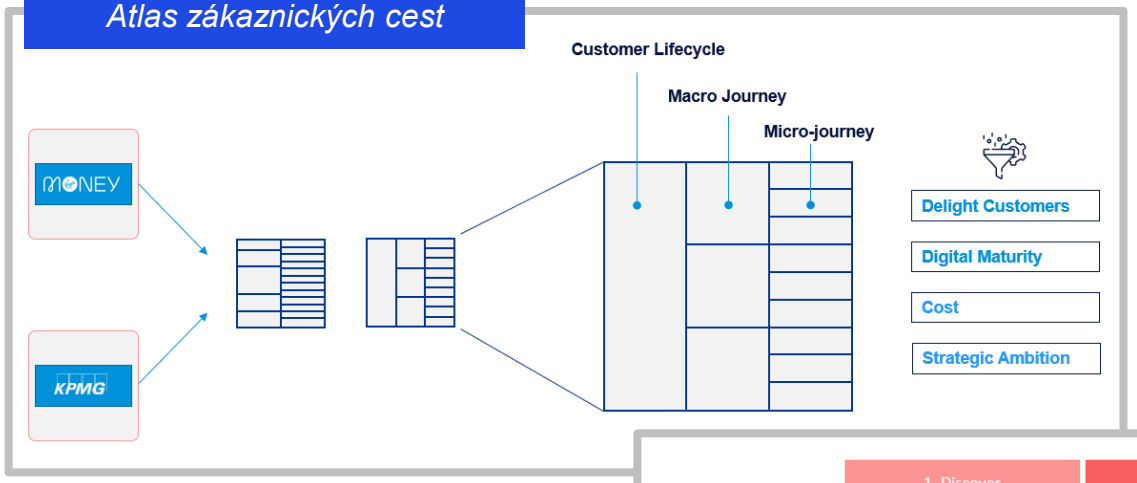
- Více IT platforem
- Více aplikací pro zákazníky
- Nízká úroveň digitální vyspělosti
- Agilita není známá mimo některé vývojové týmy
- Velký počet stížností
- Vysoké náklady (na řešení následků, nikoliv příčiny)

© 2020 KPMG LLP, a UK limited liability partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

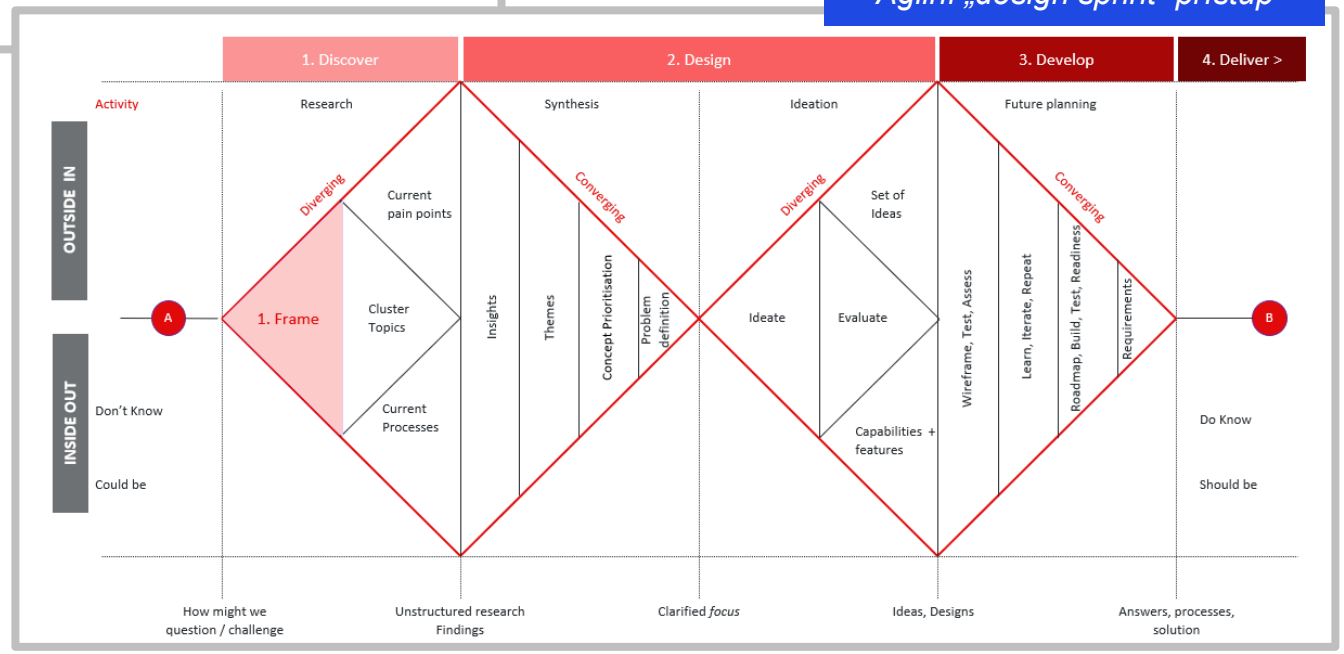
Mocné nástroje pro identifikaci a řešení výzev

Atlas zákaznických cest



Náš přístup při identifikaci příležitostí…

Agilní „design sprint“ přístup

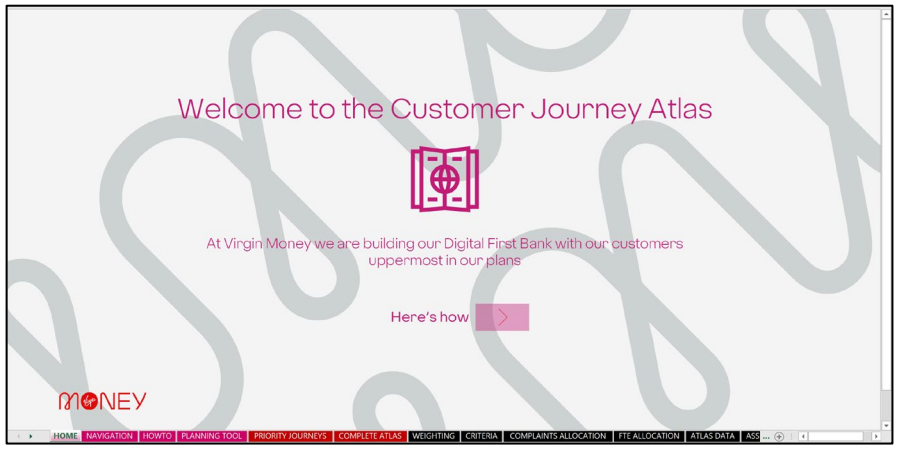


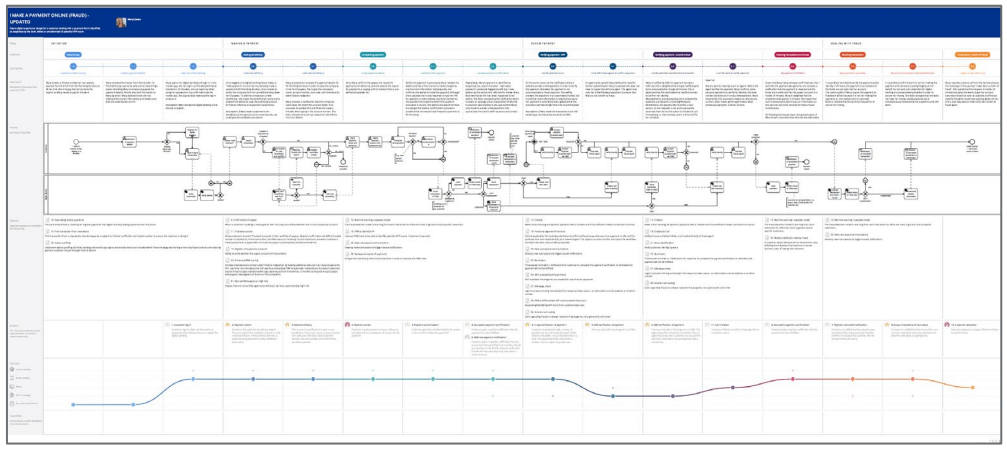
Náš přístup při vytváření nového řešení…

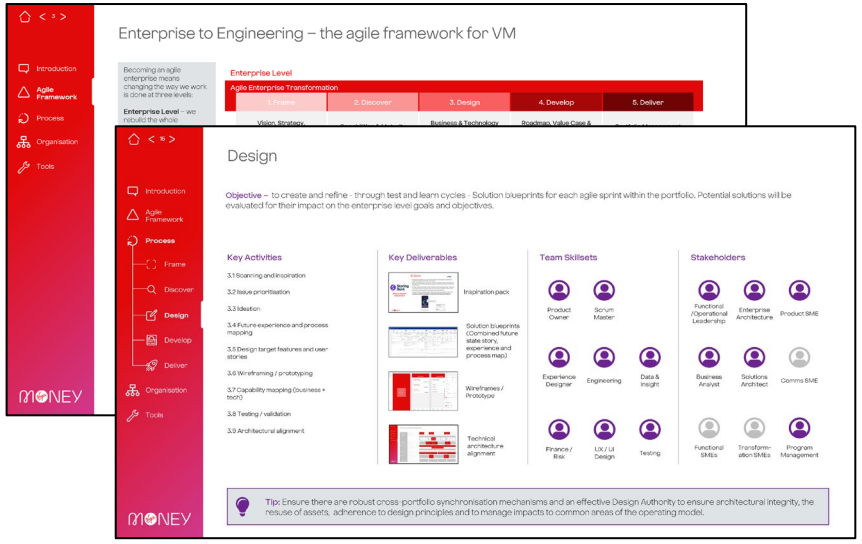
© 2020 KPMG LLP, a UK limited liability partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

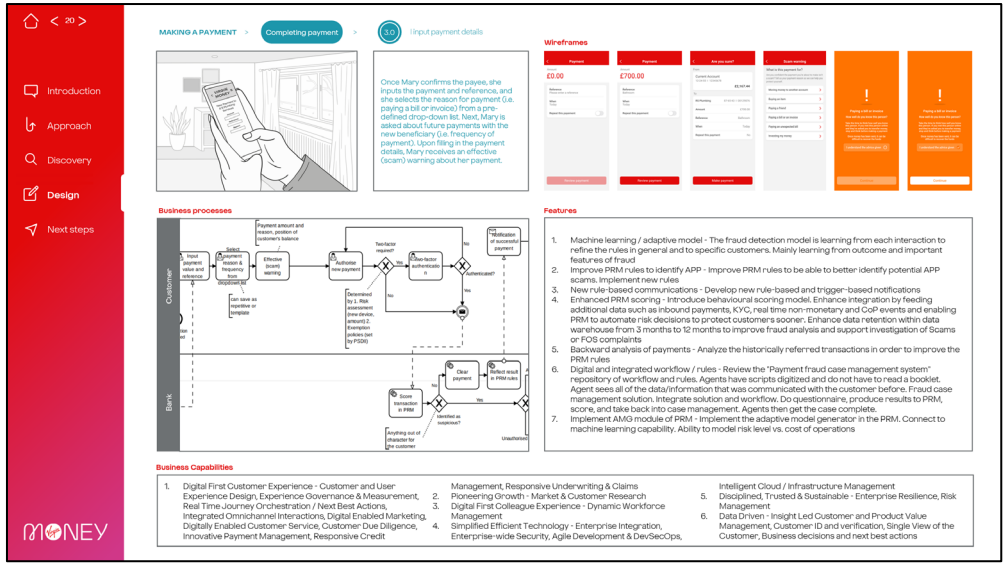
Document Classification: KPMG Confidential

Výsledek naší práce pro Virgin Money









© 2020 KPMG LLP, a UK limited liability partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

Document Classification: KPMG Confidential

Děkuji

—

11. května 2022

kpmg.cz

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2022 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name, logo and “cutting through complexity” are registered trademarks or trademarks of KPMG International.

Back up

—

11. května 2022

Příklad principů banky

Smart and creative solutions | **Always there for me** | **Show me you know me**

Co chceme, aby klient cítil?

Co z toho má mít?

Základní nastavení firmy

Chování v interakcích a kanálech

CONSEQUENCES

Psycho-social and emotional

- My need / desire is fulfilled
- I have time to focus on things I enjoy
- I am in control

Functional

- I get what I need
- I don't have to chase you
- It saves me time and money
- I always know what it happening

ATTRIBUTES

Abstract

- Do what you say/promised you will (up to my expectations)
- Always get back to me. Don´t wait for me to come to you
- Resolve it first time
- You are easily accessible
- Switching between channels is simple and smooth
- Keep me informed
- Make it clear and simple

Concrete

- Tell me what you will do/deliver and deliver what you promised (in terms of timescales, etc.)
- Apologize, investigate the issue / inquiry, and allow me to escalate
- You put yourself in my shoes every time and treat me with respect
- You are empowered to do whatever is necessary
- I never have to chase you, the burden is on you (the bank)
- I don't have to wait longer than 1 minute to talk to a real person
- Do not leave anything unattended, see it through and provide follow ups
- I get response to queries/ complaints the same day
- If the system is down, you find another solution
- You are available 24/7
- When I need your support, the system is not down
- Focal point is always nearby
- You are always there and always have an answer
- I can do everything through channel of my choice
- I always know what are the next steps. I get clear instructions and updates
- Provide clear timescale, contacts, and levels of service
- Speak plain language, no banking jargon

Komunikace
High-level strategie

Cesty, procesy a kontrola

Front-office „Features“

Řešení do dvou týdnů, začátek vývoje do tří

Výzva

- Nejhorší a nejnákladnější zkušenost s bankou je planý poplach při podezřelých transakcích

Problém

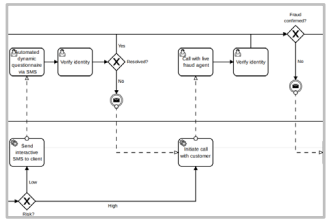
- Dva kontaktní týmy
- Předávání přes SharePoint
- Odpověď po hodině a více
- Opakované hovory
- Pouze offline cesta

Zkušenost

- Řešení ihned
- Ověření transakce online v aplikaci
- Chatbot na filtr případů
- Postupné učení na podobné transakce

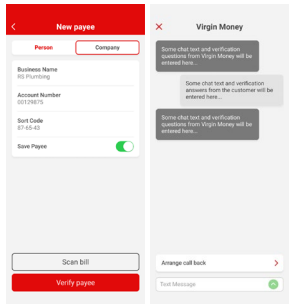
Proces

- Propojení workflow od začátku případu
- Risk-based automat
- STP na min. 80 % případech



UX/UI

- Jednoduché rozhraní i pro starší uživatele



Backlog

- Zlepšení a machine learning v pravidlech
- Chatbot a SMS
- In-app řešení
- 24/7 menší specializovaný tým
- Pohodlná autentizace hlasem a zařízení
- Vše vč. business case

CX

BUS (segment, procesní analytici, produkt, aj.)

IT (a další např. legal)

Propojení lidí | **Rychlost práce** | **Praktický agile** | **Hodnota z dat** | **Kvalita zadání**