SOFTEC

EFEKTÍVNE PREPÁJAME BIZNIS A IT RIEŠENIA

BANKOVÝ PREHĽAD 2024

5 TÉM, KTORÉ REZONUJÚ
V SLOVENSKOM BANKOVNÍCTVE

SOFTEC.SK

SOFTEC je významný **dodávateľ riešení** v bankovom sektore.

Je pre nás dôležité **vnímať aktuálne trendy a vízie**, kam sa banky chcú uberať, do čoho chcú a potrebujú investovať, ako aj chápať výzvy, s ktorými sa musia vysporiadať.

Cieľom bankového prehľadu, ktorý predkladáme, je **zmapovať** mnohé dostupné a relevantné **zdroje z oblasti bankovníctva a technológií**, **pochopiť** verejnú **komunikáciu bánk** a **sumarizovať trendy**. Analýzou prešli výročné správy bánk, tlačové správy, stránky Národnej banky Slovenska a Slovenskej bankovej asociácie a významných periodík. Prešli sme okruhy najvýznamnejších tematických konferencií.

Pozreli sme sa na komunikáciu samotných bánk a ich kľúčových zamestnancov na sociálnych sieťach a na webových stránkach.

Martin Petriščák
Riaditeľ divízie telekomunikačných a bankových systémov

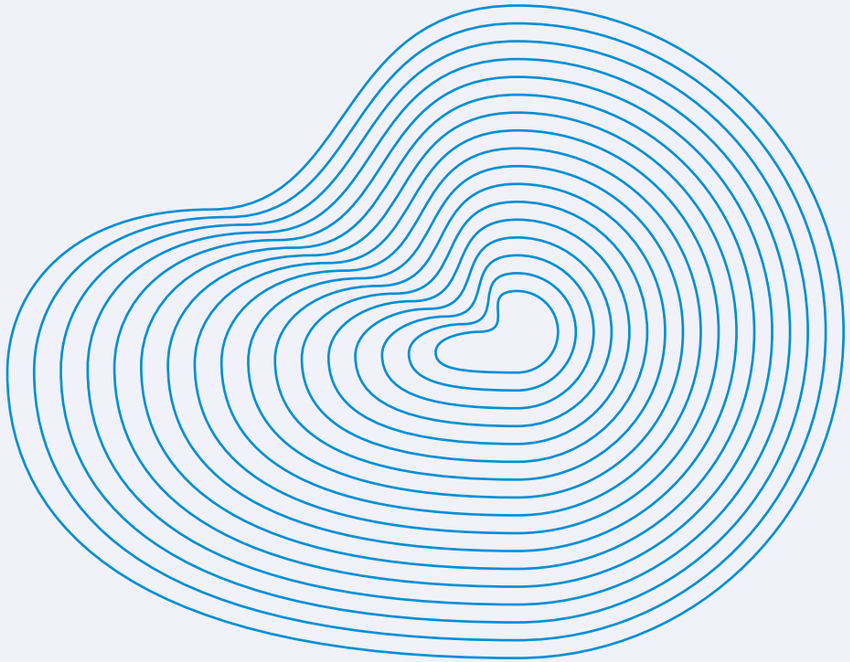
V spoločnosti SOFTEC veríme, že technológie sú dôležitou a nevyhnutnou súčasťou podnikania. Aj banky v súčasnosti potrebujú udržať technologický pokrok a mnohé na tom aktívne pracujú.

Práve s cieľom rozumieť súčasným a budúcim potrebám bankového sektora sme sa pozreli na to, aké sú jeho **priority a ciele**.

Každá časť tejto publikácie sa zameriava **na konkrétnu dôležitú tému**, ktorá hrá kľúčovú úlohu v súčasnej transformácii bankového trhu.

Počnúc rastúcou dôležitosťou **ESG až po pokračujúcu digitálnu transformáciu** prináša táto publikácia prehľad aktuálnych trendov a inovácií, ktoré ovplyvňujú bankové prostredie, pričom významnou témou sa stáva **umelá inteligencia a digitalizácia** smerom ku klientom. Toto prináša do popredia aj tému ochrany osobných údajov a kyberbezpečnosti.

Sme presvedčení o tom, že práve technológie môžu bankám pomôcť v tom, aby dokázali jednotlivé činnosti vykonávať **efektívnejšie, modernejšie a reflektujúc technologický pokrok.**



Dúfame, že táto publikácia vám poskytne **cenné informácie a inšpiráciu** pri orientovaní sa vo svete moderného bankovníctva a technológií.

01 DIGITALIZÁCIA V BANKOVNÍCTVE
02 IMPLEMENTÁCIA ESG FRAMEWORKU
03 DIGITALIZÁCIA INTERNÝCH BANKOVÝCH PROCESOV
04 UMELÁ INTELIGENCIA NA FINANČNOM TRHU
05 KYBERBEZPEČNOSŤ
ZÁVER
METODOLÓGIA

01

DIGITALIZÁCIA V BANKOVNÍCTVE

Digitalizácia finančných služieb je kľúčovou témou v bankovom sektore, na ktorú sa banky v posledných rokoch výrazne sústredili. Takmer **30 % všetkej sledovanej komunikácie sa týkalo práve témy digitalizácie** bankových služieb pre klientov.

Trendy bankového sektora:

- Ostatné témy
- Digitalizácia bankových služieb

Pre banky je kľúčové presvedčiť svojich klientov, aby ponúkané digitálne riešenia aj v **čo najväčšej miere využívali.**

Ak sa to podarí, finančné inštitúcie si vytvoria priestor na znižovanie prevádzkových nákladov. Úspešná digitalizácia služieb smerom ku klientom umožňuje napríklad **znižovať počet fyzických pobočiek**, prípadne **obmedzovať objem operácií s hotovosťou**, ktoré sú pre finančné inštitúcie relatívne drahé.

Na bankovom trhu dochádza k **poklesu počtu obchodných miest**. Okrem majetkových zmien a ďalších príčin má na to vplyv **aj digitalizácia.**

Presun klientskych procesov do self-service kanálov bankám umožňuje významne **znižovať prevádzkové náklady**, ktoré sú s udržiavaním kamenných pobočiek spojené.

763

Obchodných miest

Rok 2015

613

Obchodných miest

Rok 2022

Uplynulé roky ukázali, že banky sú **za účelom efektívnejšej digitalizácie a rýchlejšej implementácie zmien** rozhodnuté ochotne prístupiť k masívnym zmenám organizačných štruktúr a spôsbu práce.

Mnohé banky už prešli **agilnou a DevOps transformáciou,** ďalšie ňou práve prechádzajú, hoci nie vždy úplne úspešne a nie vo všetkých oblastiach, keďže takáto transformácia si vyžaduje nielen organizačné, ale najmä technologické a zároveň kultúrne zmeny.

DIGITALIZÁCIA KLIENTSKYCH SLUŽIEB

Nosnou témou v oblasti digitalizácie bánk, ktorá je aj najviac komunikovaná, je **poskytovanie produktov a servisu cez klientske rozhrania**, najmä mobilné aplikácie (prípadne internet banking, ktorý ale v porovnaní s mobilnými aplikáciami využíva menšia časť klientov bánk).

Väčšina bánk už dokáže cez mobilnú aplikáciu predať vybrané produkty, pričom banky sa najviac zameriavajú na otvorenie účtu **bez nutnosti návštevy klienta v pobočke** a poskytnutie spotrebného úveru.

Niektoré banky ponúkajú aj možnosť poskytnutia **hypotéky potredníctvom online kanálov** a to aj napriek vyššej procesnej náročnosti.

Servisné úkony sa v maximálnej možnej miere **presúvajú do digitálnych kanálov.** Banky sa snažia svojich zamestnancov čo najviac odbremeniť od servisu a presunúť ich pozornosť a expertízu na predajné aktivity.

Promo

V oblasti poskytovania služieb cez digitálne kanály patrí SOFTEC medzi významných hráčov vďaka **skúsenostiam s E2E omnichannel riešeniami,** ktoré využívajú významné slovenské banky.

V prípade niekoľkých bánk sme zachytili snahu **zjednotiť klientske aplikácie s internými predajnými aplikáciami** prostredníctvom jednotných frontendov. Spôsob implementácie a architektúra nových aplikácií (ako aj ich redizajnov) sú v rôznych bankách značne inidividuálne – dôležité je napríklad aj to, do akej miery je banka ovplyvnená skupinovou politikou a snahou o uprednostnenie holdingových riešení.

Motiváciou všetkých bánk je snaha **zjednodušiť a zlacniť** implementáciu a produktový rozvoj, prípadne prepoužiť holdingové riešenia u viacerých dcérskych bánk.

Medzi najnovšie trendy v bankových aplikáciách patria **Cashback** a **personalizované zľavy pri nákupe** u rôznych obchodníkov, **investovanie do ETF** cez mobilnú aplikáciu a aj sporenie kartou.

Zaujímavosťou je, že banky do svojich aplikácií implementujú aj služby, ktoré nesúvisia priamo s bankovníctvom.

V tejto téme sa banky nechali inšpirovať fintechmi, ako napríklad **Revolut alebo N26.** ČSOB banka napríklad kladie dôraz na koncepciu tzv. **„smart služieb“** – banka implementovala už niekoľko takýchto služieb, napríklad možnosť platby parkovného, zakúpenia lístku na vlak alebo skenovania bločkov z nákupu. Klient má takto motiváciu na dennej báze sa prihlasovať do bankovej aplikácie. Mobilné aplikácie viacerých bánk napríklad **podporujú aj NFC vizitky**, Tatra banka ponúka k produktu kreditnej karty službu MyDoctor – **možnosť konzultácie s lekárom**, prípadne prednostné objednanie na vybrané vyšetrenia.

Medzi typické služby, ktoré sa nachádzajú v bankových aplikáciách, patrí **tvorba trvalých príkazov**, vytváranie **SEPA inkasa**, **správa bankového účtu**, **výpisy**, prípadne **sporenie**, podpora služby **Payme**, čakajúce platby a podobne.

V aplikáciách sa tiež dajú nájsť rôzne operácie s kartami ako aj možnosť **výberu hotovosti z bankomatu bez použitia platobnej karty**. Medzi menej obvyklé služby patrí napríklad sledovanie uhlíkovej stopy transakcií.

Inováciou, ktorá sa pomerne výrazne rozširuje naprieč bankovým trhom, **je zavádzanie vkladomatov**. Banky vymieňajú štandardné bankomaty za také, ktoré dokážu spracovať aj vklady hotovosti, čo opäť vedie k zvýšenému komfortu klienta, ako aj k zníženiu nákladov banky a je v súlade s ústupom poskytovania servisných aktivít v pobočkách bánk.

Hoci slovenské banky patria medzi lídrov v digitálnom bankovníctve, stále je priestor pre inšpiráciu v zahraničí. Niektoré zahraničné banky a fintechy ponúkajú napríklad digitálnu peňaženku, finančné vzdelávanie, ako aj investície mimo banky, napríklad do kryptomien. **V zahraničí** má klient v aplikácii napríklad aj online prístup k **notárskym službám**, možnosť **prispieť na charitu**, aj platby cez správy.

V súvislosti s inováciami pre klientov však banky **prechádzajú na cloudové riešenia** pri zavádzaní nových aplikácií a niektoré banky realizujú alebo plánujú realizovať migráciu existujúcich riešení do cloudu. Takáto zmena dokáže zabezpečiť efektívnejšiu správu informačných systémov bánk.

Vzhľadom na silnú potrebu skracovania **time to market** a zefektívňovania implementácie banky pristupujú k redizajnom svojich interných systémov. Jednou z motivácií je napríklad **príprava na zavedenie instantných platieb**.

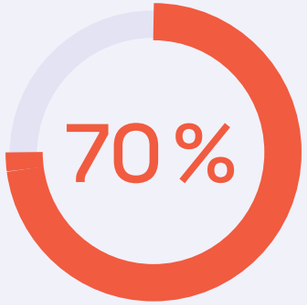
Pri redizajnoch **kľúčových core** systémov musia banky opatrne zvažovať mieru a postupnosť týchto zmien, keďže v niektorých prípadoch sa zdá, že redizajnovanie infraštruktúry môže brzdiť tempo digitalizácie služieb pre klientov.

DIGITÁLNY ONBOARDING A CONTRACTING

Banky používajú **digitálne overenie identity** nielen pri typickom onboarding procese, ale aj pri servisných úkonoch, pri ktorých je kladený dôraz na vysokú mieru bezpečnosti a preukázateľnosti.

Identita klienta je overovaná napríklad pri **aktualizácii osobných údajov** alebo pri **zmene verifikačných údajov** (zmena hesla, aktivácia dodatočných bezpečnostných faktorov, atď.).

Využitie digitálneho onboardingu slovenskými bankami



Údaje z roku 2021 a 2022 podľa štúdie spoločnosti Deloitte

Digitalizácia onboardingu klientov je pre banky jednou z kľúčových oblastí a venujú jej náležitú pozornosť. Tatra banka od roku 2023 ponúka možnosť využívať digitálnu identitu aj tretím stranám.

Riešenie pre digitálny onboarding ponúka aj spoločnosť SOFTEC, ktorá vyvinula digitálnu kontraktačnú platformu NFINITY.

Umožňuje jednoduchú integráciu hotového riešenia verifikácie idenity klienta do systémov zákazníka a prepojenie s jeho existujúcimi systémami. NFINITY poskytuje služby overenia identity a digitálneho podpisu.

SLUŽBA OVERENIA IDENTITY

Digitálne riešenie pre overenie identity klientov funguje tak, že služba získa identifikačné údaje od klienta a tieto následne **overí prostredníctvom validačných kontrol a technológie biometrie tváre**. Overenie identity pozostáva z dvoch krokov: prvým je **získanie identifikačných údajov** o overovanej osobe a druhým **overenie získaných identifikačných údajov.**

Identifikačné údaje o overovanej osobe **NFINITY** získava v **dvoch formách:**

Prvou je získavanie údajov o osobe z viacerých zdrojov. NFINITY využíva technológie **optického rozpoznávania znakov (OCR)**, ktoré umožňuje získať údaje vyťažením fotografií z dokladov totožnosti. Ďalšie dáta NFINITY získava v štrukturovanej forme priamo od klienta a tiež z externých zdrojov, teda rôznych registrov.

Druhou formou je snímka fotografie. **NFINITY využíva selfie fotografiu aj ďalšie fotografie** získané v procese identifikácie. Ďalšou možnosťou sú aj snímky z externých zdrojov. Fotografie následne prechádzajú biometrickým vyhodnotením, čím sa overí totožnosť osoby.

SLUŽBA SUMÁRNY PODPIS JEDNÉHO ALEBO VIACERÝCH DOKUMENTOV

Služba Sumárny podpis zabezpečuje podpis dokumentov takým spôsobom, ktorý znamená výrazné **zvýšenie právnej sily digitálneho kontraktu** v porovnaní s papierovým podpisom a tiež v porovnaní s elektronickými podpismi, ktoré sa v súčasnosti používajú. Právna sila dosahuje úroveň zdokonaleného podpisu a je rovnako vysoká bez ohľadu na to, či prebieha osobne alebo na diaľku.

DIGITALIZÁCIA KARTOVÝCH FUNKCIONALÍT

RPC ako súčasť **Raiffeisen Bank International** poskytuje bezpečné a spoľahlivé kartové služby bankám a vyvíja inovatívne platobné riešenia. Spoločnosť ročne spracuje 8 miliónov debetných a kreditných kariet a takmer 2 miliardy transakcií.

Svoju služby poskytuje pre banky v jedenástich krajinách.
Okrem toho ponúka ďalšie súvisiace služby, ako **digitálne platby** alebo **fraud risk monitoring**.

SOFTEC dodáva významnú časť **backendove riešenia pre mobilné peňaženky a kartové riešenia**. Napríklad mobilná peňaženka Raipay poskytuje svojím klientom rôzne služby **v ôsmich krajinách.**

Mobilná peňaženka RaiPay umožňuje vykonávať nielen jednoduché a bezpečné bezkontaktné platby, ale navyše poskytuje **úplný prehľad o kartách**, ako aj všetkých kartových transakciách.

V tomto prehľade sú všetky transakcie, nielen tie, ktoré sa uskutočňujú cez peňaženku. RaiPay navyše umožňuje klientom **spravovať nastavenia karty a zabezpečenia**.

V závislosti od krajiny ponúka **RaiPay** rôzne funkcie:

- Virtualizácia kariet
- Tokenizácia kariet
- P2P platby
- Obohacovanie transakcií
- Instantné karty

VIRTUALIZÁCIA KARIET

Virtualizácia kariet pomocou mobilnej aplikácie RaiPay znamená **vytvorenie virtuálnej karty**, ktorá zrkadlí existujúcu plastovú kartu. Prostredníctvom virtuálnej karty má klient k dispozícii **bezpečné a pohodlné online transakcie.** RaiPay je v tomto konkurenciou pre služby ako ApplePay a GooglePay, pričom v Rakúsku patrí aplikácia medzi najpoužívanejšie.

Vytvorenie virtuálnej karty je jednoduché. Stačí, ak sa klient prihlási do RaiPay a zvolí možnosť pridania novej karty. Na novej obrazovke oskenuje alebo manuálne vyplní údaje karty a potvrdí ich.

P2P PLATBY

Toto riešenie umožňuje vykonávať okamžité platby po celom svete aj mimo bánk, ktoré patria do skupiny Raiffeisen.

Stačí aby bol adresát **majiteľom VISA** alebo **MasterCard** platobnej karty.

V kontexte tohto digitálneho riešenia je zaujímavý krok Českej národnej banky. Česká centrálna banka od októbra 2023 sprístupňuje bankám v krajine register pre platby na kontakt, ktorý páruje telefónne číslo s bankovým účtom a **zabezpečuje tak rýchlu platbu** bez toho, aby klient musel zadať číslo účtu.

RPC má ambíciu **stať sa jedným z lídrov** na trhoch Rakúska a strednej a východnej Európy.

INSTANTNÉ KARTY

Táto funkcionalita umožňuje vytvoriť a používať virtuálnu kartu ešte predtým, ako je k dispozícii fyzická plastová karta. Uvedená digitálna inovácia má viacero fáz. V prvej fáze je riešenie **zamerané na ukradnuté a stratené karty**. Klient ich môže priamo v aplikácii zablokovať a okamžite požiadať o vydanie virtuálnej karty. Instantné karty aktuálne na trhu ponúka napríklad spoločnosť Revolut, Tatra banka alebo Slovenská sporiteľňa vo svojej aplikácii George.

TOKENIZÁCIA KARIET

RaiPay aplikácia umožňuje **spravovanie tokenizovaných kariet**. Klient má možnosť vidieť všetky služby, ktoré používajú token jeho karty. Typicky ide o predplatené služby ako Netflix a Spotify, prípadne o služby, ktoré majú kartu k dispozícii v prípade potreby, napríklad Uber a e-commerce platformy. Klient má v aplikácii **možnosť jednotlivé tokeny pozastaviť.** Jednotlivé tokeny vystavujú kartové spoločnosti VISA alebo MasterCard.

OBOHACOVANIE TRANSAKCIÍ

Táto funkcia umožňuje **pridávať k transakciám dodatočné informácie** od obchodníka.

Pri transakciách tak môžu byť ďalšie údaje o obchodníkovi. Môže ísť o presný názov, adresu, logo, GPS lokalizáciu, otváraciu dobu a podobne. Funkcionalita obohacovania transakcií súvisí s **vydaným mandátom VISA.** SOFTEC pozorne sleduje všetky vydané mandáty a prispôsobuje im poskytované funkčnosti.

ZRHNUTIE

Rozvoj digitálnych služieb je pre banky na Slovensku atraktívna téma, o ktorej komunikujú najčastejšie. Kľúčovým nástrojom sú mobilné aplikácie, ktoré banky neustále inovujú, no modernizácia sa týka aj interných procesov.

Jednou z kľúčových tém je digitálny onboarding a contracting. SOFTEC ponúka riešenie NFINITY, ktoré umožňuje **spoľahlivé overenie identity a bezpečné podpisovanie dokumentov.**

Dôležitou témou je aj **digitalizácia kartových funkcionalít**. SOFTEC v tomto smere spolupracuje so spoločnosťou RPC a prispieva tak k digitálnym riešeniam vo viacerých krajinách.

Predpokladáme, že trend zamerania sa na digitalizačné témy pretrvá v bankovníctve aj v budúcnosti a banky budú **portfólio služieb** poskytovaných **prostredníctvom online kanálov** ďalej **rozširovať.**

02

IMPLEMENTÁCIA ESG FRAMEWORKU

Téma ESG sa dotýka najmä nových regulácií, ako je **nariadenie SFDR** (Sustainable Finance Disclosure Regulation), **smernica CSRD** (Corporate Sustainability Reporting Directive) a súvisiace **štandardy pre vykazovanie informácií ESRS** (European Sustainability Reporting Standards).

Tieto regulácie určujú, ako sa faktor ESG premieta do ekosystémov bánk, čím sú ovplyvnené mnohé bankové procesy – **od posudzovania ESG pripravenosti firemných klientov,** resp. úverovaných podnikateľských zámerov, až po zhodnocovanie vlastného fungovania banky v kontexte ESG.

Téma ESG získava v bankovníctve čoraz **väčšiu pozornosť.**

NARIADENIE SFDR

Cieľom nariadenia SFDR je **zvýšenie transparentnosti finančných inštitúcií** v súvislosti s udržateľnosťou ich investičných rozhodnutí, ako aj so **začlenením ESG rizík a faktorov** do ich postupov a poradenských procesov.

NARIADENIE CSRD

Smernica CSRD **rozširuje povinnosť pravidelného reportovania o nefinančných ESG ukazovateľoch** na väčší a detailnejší rozsah údajov, ako aj na širšie spektrum inštitúcií vrátane bánk.

Finančné inštitúcie už zároveň poskytujú informácie o udržateľnosti v kontexte vlastných produktov.

Finančné inštitúcie budú zverejňovať informácie o tom, **ako ich činnosti ovplyvňujú životné prostredie** a spoločnosť s ohľadom na ESG aspekty, ako napr. vplyv na uhlíkovú stopu alebo čerpanie udržateľných zdrojov.

Ak konkrétny produkt má environmentálne, prípadne sociálne aspekty, sú určené **pravidlá,** ktoré je následne potrebné dodržiavať. Napríklad banky musia relevantné informácie o udržateľnosti zverejňovať tak, aby zabránili greenwashingu.

Banky sú teda reguláciami **priamo motivované,** aby pravidelne a transparentne zverejňovali informácie o svojich aktivitách, ako aj kvalitatívnych a kvantitatívnych ukazovateľoch v oblasti udržateľnosti.

ESG TÉMY BÁNK: ÚVERY A ZVÝHODNENÉ RIEŠENIA

V komunikácii bánk dominujú témy ako **podpora zelených projektov,** „zelené“ úvery a **poskytovanie grantov,** prípadne propagácia bežných účtov s environmentálnym zameraním.

ESG sa na slovenskom trhu prejavuje s relatívne **výraznou ponukou „zelených“ úverov,** ktoré majú rôznu podobu.

Typicky sa na trhu dajú nájsť spotrebné úvery, hypotéky a korporátne riešenia, ktoré majú **environmentálny rozmer.**

SPOTREBNÝ ÚVER

Banky poskytujú **úver bez poplatku klientovi** v prípade, ak je schopný preukázať, že financie použije **na zabezpečenie zelených technológií.**

ZELENÉ HYPOTÉKY

Úver na bývanie môže byť **so zľavou a aj bez poplatku** v prípade, že klient predloží **energetický certifikát** alebo **tepelno-technický posudok** financovanej nehnuteľnosti.

ZVÝHODNENÉ PRODUKTY PRE FIRMY

Ponuka produktov v špeciálnom režime pre firmy, ktoré prevádzkujú **udržateľné podnikanie.**

Finančné inštitúcie posudzujú **environmentálne a sociálne aspekty podnikania** - čím sú výraznejšie, tým priaznivejšie podmienky financovania môže firma získať.

Banky na seba berú **rolu lídra v oblasti ESG.** Pre svojich klientov sa stávajú poradcom, ktorý im pomáha zvyšovať povedomie o ESG, **vyhodnocovať ich ESG profil,** prípadne analyzovať súvisiace riziká.

VYHODNOCOVANIE A VYKAZOVANIE ESG, ÚLOHA BÁNK

Príkladom je dokument **Sprievodca ESG,** ktorý pripravila **Tatra banka,** a ktorý je „príručkou" pre firmy v oblasti ESG.

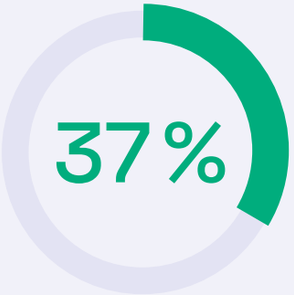
Banka prostredníctvom tejto príručky poskytuje klientom **informácie o ESG cieľoch,** legislatíve, reportingu, aj o posúdení a riadení rizík.

Slovenská sporiteľňa investovala do inovatívneho nástroja na ESG reporting a komunikovala plán ponúknuť toto riešenie svojim korporátnym klientom a stredne veľkým firmám.

V téme ESG sa angažuje aj **Slovenská banková asociácia.** Pod jej záštitou vznikol jednotný ESG bankový dotazník, určený pre firemných klientov ako nástroj pre jednoduchý zber dát o udržateľnosti.

Prieskum spoločnosti SOFTEC ukázal, že banky majú stále rezervy, pokiaľ ide o témy, ktorým sa v rámci ESG venujú.

Absolútnu prevahu v komunikácii finančných inštitúcií má písmeno „E“, teda **ekologické témy.**



Podiel komunikácie VÚB banky venovanej:

- Ostatným témam
- Témam ESG

Komunikácia iných ako zelených tém je skôr výnimkou.

Iba **ERSTE bank** komunikovala ako súčasť svojej ESG stratégie na holdingovej úrovni tému **„sociálne bankovníctvo** - podpora ľudí v ťažkej situácii, vzdelávania a dostupného bývania“.

Predpokladáme, že **v blízkej budúcnosti** budú banky viac reflektovať aj **témy, týkajúce sa sociálnej stránky ESG** (S – social) a tiež témy, týkajúce sa vplyvu na spoločnosť a transparentnosť vlastného riadenia firmy.

JEDNOSTRANNÉ ZACIELENIE ESG

ZRHNUTIE

Implementácia ESG v bankovníctve je dôležitým krokom smerom k udržateľnej budúcnosti. Banky sa snažia nielen splniť regulácie, ale aj prekročiť očakávania a inovovať v tejto oblasti.

S narastajúcim dopytom **po udržateľných finančných produktoch** a službách je kľúčové, aby banky pokračovali v poskytovaní **ESG pozitívnych riešení** a podporovali klientov v ich snahách súvisiacich s udržateľnosťou.

Banky sú v oblasti **ESG lídrom** a ich prioritou je nielen zlepšovanie svojho **ESG profilu,** ale aj poradenstvo a asistencia svojim klientom, aby ich podnikanie bolo v súlade s cieľmi a ambíciami ESG.

Napriek tomu sa zameriavajú v komunikácii predovšetkým na environmentálne aspekty, v ostatných oblastiach je **priestor na ďalší rozvoj.**

SOFTEC prispieva **vlastným inovatívnym riešením NFINITY.** Riešenie umožňuje identifikovať osobu na diaľku a realizovať podpísanie zmluvnej dokumentácie v digitálnom prostredí.

03

DIGITALIZÁCIA INTERNÝCH BANKOVÝCH PROCESOV

Digitalizácia interných procesov v bankovníctve je pre jednotlivé komerčné banky kľúčovou témou pre udržanie konkurencieschopnosti.

Digitalizácia interných procesov prispieva k zážitku klienta len implicitne, preto nie je v popredí bankovej komunikácie vo verejných zdrojoch. Je ale veľmi dôležitou témou vo vnútri každej banky a zahŕňa širokú škálu oblastí. Má priamy vplyv na **spokojnosť klientov** a taktiež vytvára bankám priestor na **znižovanie interných nákladov**.

Digitalizácia prispieva k tomu, že banky sa vo viacerých aspektoch **vlastnej fyzickej prítomnosti zmenšujú**, no napriek tomu dokážu rozsah svojho podnikania zväčšovať.

Kým zastaralé riešenia využívali v procesoch ľudský faktor, bankový trh **od rutinnej ľudskej práce čoraz viac upúšťa**. V minulosti bolo bežné, že napríklad schvaľovanie každého úveru prebiehalo manuálnym posúdením rizikového špecialistu.

Promo

SOFTEC má však už niekoľko rokov skúsenosti s implementáciou a rozvojom konkrétnych riešení, ktoré umožňujú, že až **70 percent úverových prípadov posudzuje systém automatizovane.** Iba komplexnejšie alebo potenciálne rizikovejšie prípady si vyžadujú posúdenie špecialistom. S takýmto nastavením je možné poskytnutie produktu klientovi rádovo v intervale niekoľkých minút.

Posudzovanie úverových prípadov:

30 %
Manuálne

70 %
Automatizovane

INTERNÁ DIGITALIZÁCIA AKO TREND

Spoločnosť zároveň **spolupracuje s bankovými domami** aj pri optimalizácii už existujúcich aplikácií a postupnej modernizácii.

Banky sa už v období pred vypuknutím pandémie ochorenia covid-19 snažili znížiť objem rutinnej ľudskej práce a **nahradiť ju automatizovanými riešeniami**. SOFTEC je dlhodobo významným partnerom bánk pri budovaní custom interných aplikácií.

Ide pritom napríklad o pobočkové riešenia s dôrazom na súčasné trendy a intuitívnosť. SOFTEC je ale **silným partnerom** bankového sektora aj **v backendových a integračných riešeniach**, ktoré sú postavené na mikroservisnej architektúre a najnovších technológiách.

Prioritným cieľom pri týchto aktivitách je najmä **eliminácia ľudskej práce z manuálnych úkonov**. To prináša zníženie nákladov, zrýchlenie a zefektívnenie procesov a zásadné zníženie chybovosti. Dôležité je tiež obmedzenie papierovej dokumentácie a s ňou spojených nákladov a času.

Banky svoje zdroje v rámci **digitalizácie interných procesov** investujú najmä do piatich oblastí:

- **automatizácia** schvaľovacích a verifikačných **procesov**
- **„bezpapierové“ riešenia** v interných procesoch
- **automatizácia rutinných**, prípadne **opakujúcich sa úkonov**, napríklad robotizácia v backoffice činnostiach
- **technológie OCR** v rôznych procesoch
- **automatizácia testov**

ROBOTIZÁCIA

Robotizácia je špecifická automatizácia v bankovom prostredí. Robotický softvér sa používa najmä **v procesoch s vysokou obrátkovosťou**, t. j. rovnakých, prípadne podobných úloh.

V bankovníctve sa robotizácia objavuje najmä v rámci backofficových procesov. Ide napríklad **o tvorbu zmluvných dokumentov** alebo **prípravu formulárov**, kde „robot" (t. j. špecifický program) nahrádza manuálne vkladanie dát. Robotizácia v súčasnosti nie je vhodná v prípade komplexných procesov.

V prieskume NBS finančné inštitúcie deklarovali, že využívajú automatizáciu a robotizáciu **aj pri vyhodnotení rizikového profilu klienta a pravidelnej kontroly vo vzťahu k sankčným zoznamom a registrom**. Predpokladáme napríklad collateral evaluation alebo automatizované vyhodnotenie dát z rôznych registrov.

Odstraňovanie manuálnych úkonov sa, samozrejme, prejavuje aj pri poskytovaní služieb klientom. Príkladom odstránenia manuálnych úkonov a odstránenia ľudského faktora môžu byť **aj vkladomaty a bezhotovostné pobočky**, ktoré už fungujú vo viacerých bankách.

Špecifickou oblasťou, ktorej sa SOFTEC intenzívne venuje, je implementácia custom produktových katalógov. Produktový katalóg významne prispieva k **internej digitalizácii a znižuje potrebu pozornosti** venovanej konfigurácii jednotlivých bankových produktov.

Celá funkcionalita môže definovať jednotnú štruktúru dát pre všetky produkty. To zabezpečuje **konzistenciu a presnosť údajov**. Zároveň **sa znižuje riziko chýb pri spravovaní produktov**. Tieto riešenia sú vhodné pre bankový trh, no tiež napríklad v telekomunikačnom sektore.

DEVOPS RIEŠENIA

V bankách aj ďalších spoločnostiach je moderným trendom zlučovanie **práce vývojárskych a prevádzkových tímov**.

Promo

SOFTEC má dlhoročné skúsenosti s automatizáciou jednotlivých častí vývoja, prevádzkovania a monitorovania systému, tiež aj **s využívaním DevOps liniek na strane zákazníka**. Spoločnosť SOFTEC je tak schopná prispôsobiť vlastné interné procesy postupom zákazníka.

Svojim klientom dokáže SOFTEC ponúknuť skúsenosti nadobudnuté pri realizácii rôznych projektov a taktiež pri **internom implementovaní DevOps procesov**. Dôraz kladie na ich implementáciu a následné konzultačné služby.

ZRHNUTIE

Digitalizácia interných procesov už dnes **šetrí bankám náklady**. Rozsah služieb bankového sektora sa pritom zväčšuje.

Hlavným cieľom digitalizácie je v súčasnosti **obmedzenie**, prípadne úplné odstránenie **ľudskej práce** z manuálnych úkonov.

Robotický softvér sa používa najmä v procesoch s vysokou obrátkovosťou rovnakých, prípadne podobných úloh. V bankovníctve sa roboty využívajú najmä **pri tvorbe zmlúv a formulárov**.

SOFTEC už teraz ponúka riešenia, ktoré umožňujú **automatizovať procesy**, ktoré doposiaľ fyzickú prítomnosť zamestnancov vyžadovali.

Potenciál zefektívniť interné procesy majú aj DevOps riešenia. SOFTEC má dlhoročné skúsenosti **s automatizáciou** jednotlivých **častí vývoja**, **prevádzkovania a monitorovania systému**, tiež aj s využívaním DevOps liniek na strane zákazníka.

04

UMELÁ INTELIGENCIA NA FINANČNOM TRHU

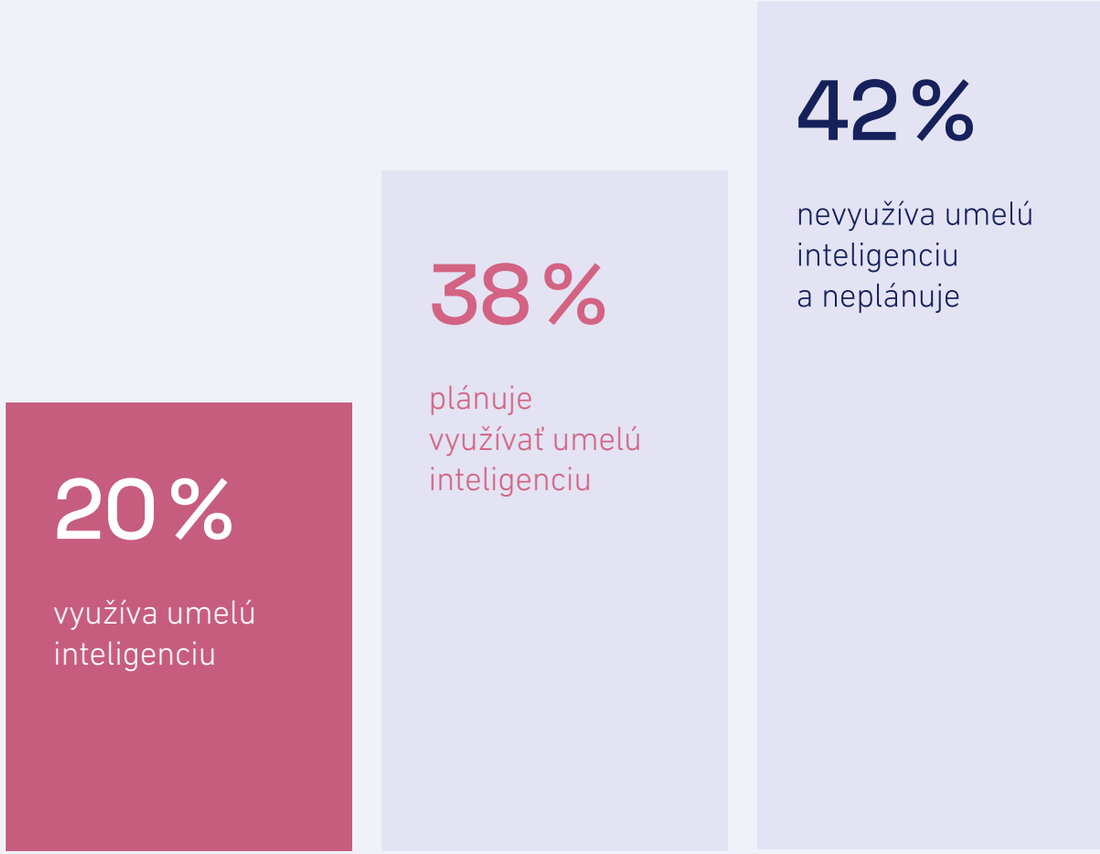
Téma **umelej inteligencie** sa dostala do popredia najmä s nástupom veľkých jazykových modelov (LLM). Banky už ale dlhšie využívajú iné nástroje umelej inteligencie, napríklad neurónové siete v procesoch využívajúcich biometriu.

Výraznejšie etablovanie na finančnom trhu nástroje umelej inteligencie ešte len čaká. Štúdia NBS **„Využívanie inovácií v dohliadaných subjektoch finančného trhu v SR“** publikovaná v apríli 2023, ktorá obsahovala aj prieskum medzi finančnými inštitúciami, ukázala, že umelú inteligenciu využíva zhruba pätina respondentov.

NBS zozbierala odpovede **od 89 subjektov** finančného trhu.

Tie subjekty, ktoré umelú inteligenciu využívajú, ukazujú **potenciál týchto nástrojov.** Respondenti v prieskume NBS používajú nástroje umelej inteligencie napríklad na retenciu a generovanie zliav, **biometriu,** robotizáciu, predikcie aj monitorovanie hovorov a IT aplikácií.

Používanie umelej inteligencie medzi respondentmi:



CHATBOTY A UMELÁ INTELIGENCIA

SOFTEC.SK

Chatboty v súčasnosti fungujú ako brána k prevzatiu jednoduchých požiadaviek od klienta.

Chatbot dokáže klienta **efektívne prepojiť s niektorým automatickým systémom,** preto je fungujúcim nástrojom v prípade, že klient potrebuje napríklad zablokovať platobnú kartu.

Niektoré chatboty už automaticky ponúkajú klientovi alternatívy a naznačujú tak, čo je v ich možnostiach

Zložitejšie situácie klienta ale chatbot nerieši optimálne, v tejto oblasti je tak priestor na uplatnenie umelej inteligencie.

Z analyzovaných zdrojov sa zdá, že banky považujú chatboty za akýchsi **predchodcov virtuálnych asistentov,** ktorí budú v budúcnosti využívať jazykové modely.

Práve toto je oblasť, kde by sa mohli **nástroje umelej inteligencie** uplatniť pomerne rýchlo. Integrácia existujúcich asistentov a chatbotov na jazykové modely významne skvalitní a rozšíri ich služby.

TATRA BANKA

V **Tatra banke** komunikuje s klientom **chatbot Adam** a banka má tiež svoju **virtuálnu influencerku Bejby Blue**, ktorú používa najmä v komunikácii so študentským segmentom a prepája ju s témou virtuálnej reality.

SLOVENSKÁ SPORITEĽŇA

Slovenská sporiteľňa spustila **3D bankárku Vesnu,** ktorú môžu klienti stretnúť nielen v online priestore ako chatbota v mobilnej aplikácii, ale aj **v holografickej podobe** v pobočke Nivy. **Vesna** je už dnes integrovaná na viaceré jazykové modely, a je prispôsobená potrebám banky.

Pri technologických riešeniach slovenské banky často preberajú holdingové riešenia.

KBC GROUP

V **KBC** vznikla **Kate**, nástroj so zamýšľanou integráciou na umelú inteligenciu so širokým záberom – zefektívnenie predajných procesov, zvýšenie operatívej efektivity a customer experience. Dcéra KBC - ČSOB banka naznačuje, že tento druh služby bude intenzívne rozvíjať. Kate by sa mohla uplatniť aj **v riadení vnútrobankových procesov,** tiež by mohla vytvárať sofistikované analýzy a zlepšovať rozhodovanie. Súčasťou vnútorných procesov banky by sa stal takzvaný **„Kate brain"** – nástroj pre data-driven rozhodovanie, obohatený o AI.

UMELÁ INTELIGENCIA V INTERNÝCH PROCESOCH

Okrem zefektívnenia komunikácie smerom ku klientom vytvárajú nástroje umelej inteligencie priestor aj na ďalšie zefektívňovanie interných procesov bánk.

Dôležitú úlohu môže umelá inteligencia hrať **vo viacerých oblastiach.** Už dnes sa tieto nástroje využívajú pri riadení ľudských zdrojov, pri testovaní, no ich správne využitie napríklad v marketingu môže posilniť **budovanie vzťahov s klientami** finančnej inštitúcie.

Analytické možnosti umelej inteligencie sú ale omnoho širšie. Môžeme predpokladať, že postupne budú vznikať rozšírenia, ktoré dokážu v rámci interných systémov **identifikovať vzory v dátach** a odporúčať optimalizácie procesov, optimálne nastavenie kampaní alebo fine-tuning produktových či riskových pravidiel.

UMELÁ INTELIGENCIA A ĽUDSKÉ ZDROJE

V súčasnosti už banky využívajú nástroj **ChatGPT 4** napríklad pri výberových konaniach a riadení ľudských zdrojov.

Uchádzač o prácu vo finančnej inštitúcií absolvuje **rozhovor s chatbotom,** čo výrazne zefektívňuje prácu oddelenia ľudských zdrojov.

Umelá inteligencia zároveň môže v budúcnosti pomáhať napríklad pri **vytváraní osobnostného profilu uchádzača,** čo môže prispieť k tomu, že sa podarí nájsť správneho pracovníka na voľné pracovné miesto rýchlejšie a s väčšou pravdepodobnosťou spokojnosti na oboch stranách.

Efektívnejšie výberové konania umožnia pracovníkom oddelení ľudských zdrojov venovať sa činnostiam s vyššou pridanou hodnotou. Niektoré banky už čiastočne používajú chatboty s integráciou na jazykové modely vo výberových konaniach.

VYUŽITIE UMELEJ INTELIGENCIE PRI TESTOVANÍ

Z trhových trendov je zrejmé, že práve **testovanie** je oblasťou, v ktorej má umelá inteligencia veľký potenciál.

V súčasnosti niektoré testovacie nástroje, ako **Katalon,** ponúkajú rôzne rozšírenia s integráciou na umelú inteligenciu, prípadne **s napojením na ChatGPT.**

To **zjednodušuje a zefektívňuje procesy** automatizovaného a autonómneho testovania.

Tieto rozšírenia umožňujú nielen **efektívne** navrhovať testovacie scenáre, ale aj vytvárať, spúšťať a vyhodnocovať testovacie skripty.

UMELÁ INTELIGENCIA A MARKETING

Nástroje umelej inteligencie v budúcnosti umožnia **analyzovať správanie klientov a zobrazovať relevantný obsah** podľa ich preferencií, potrieb, ale aj vekového zastúpenia.

To umožní **efektívne cieliť marketingové aktivity** a škálovať ponuku produktov. Otvára sa priestor na prispôsobenie obsahu na webových stránkach a aj v mobilných aplikáciách.

Zacielenie kampaňovej ponuky môže byť na konkurenčnom trhu pre finančnú inštitúciu výzva.

Banky sa pokúšajú využívať rôzne **behaviorálne modely,** ktoré by im pomohli lepšie osloviť klienta a presnejšie zacieliť na jeho potreby.

Umelá inteligencia a data-driven prístup by mohli byť významným posunom pri reagovaní na potreby klienta, najmä ak ide o self-service predajné procesy.

UMELÁ INTELIGENCIA A ŠTUDENTSKÝ SEGMENT

Úspech v tejto oblasti môže znamenať začiatok **dlhodobého vzťahu banky s mladým perspektívnym klientom**, ktorý v rámci svojho životného cyklu bude potenciálne využívať relatívne široké portfólio služieb.

Umelá inteligencia môže bankám pomôcť v komunikácii **so segmentom mladých ľudí** a študentov, medzi nimi totiž táto téma najviac rezonuje.

Jednotlivé banky sa už v súčasnosti sústreďujú na **marketingovú komunikáciu v študentskom segmente,** no so záujmom týchto ľudí o umelú inteligenciu zatiaľ pracujú v menšej miere.

Napríklad **Bejby Blue od Tatra banky,** s ktorou sa spájajú niektoré brand-buildingové aktivity, ako napríklad koncerty.

ZRHNUTIE

Téma **umelej inteligencie** sa vo verejnom povedomí dostala do popredia najmä s nástupom veľkých jazykových modelov. Banky už ale dlhšie **využívajú viaceré nástroje umelej inteligencie**, napríklad **neurónové siete** v procesoch onboardingu využívajúcich biometriu.

V predošlých rokoch začali banky ponúkať klientom **služby chatbotov, ktorí plnili a plnia úlohu asistentov klientov**, dostupných z webstránok alebo mobilných aplikácií. Chatboti boli natrénovaní na zodpovedanie jednoduchých, najčastejšie sa opakujúcich otázok, s ktorými klienti prichádzali. Z analyzovaných zdrojov sa zdá, že banky považujú chatboty za akýchsi predchodcov virtuálnych asistentov, ktorí budú v budúcnosti využívať jazykové modely. Práve toto je oblasť, kde by sa mohli nástroje umelej inteligencie uplatniť pomerne rýchlo.

Okrem **zefektívnenia komunikácie smerom ku klientom,** vytvárajú nástroje umelej inteligencie priestor aj na ďalšie zefektívňovanie interných procesov bánk. Banky uvažujú nad využitím potenciálu umelej inteligencie aj na najvyšších úrovniach plánovania a riadenia.

Už v súčasnosti využívajú nástroj ChatGPT 4 napríklad **pri výberových konaniach** a riadení **ľudských zdrojov, v marketingu** alebo pri **testovaní softwarových riešení.**

Nástroje umelej inteligencie môžu bankám pomôcť efektívne osloviť študentov. Študenti sú zaujímavým segmentom budúcich klientov, pre ktorých je digitálna identita banky mimoriadne dôležitá a na ktorý banky výrazne zameriavajú svoju komunikáciu, aj **s využitím virtuálnej reality** alebo iných nových technológií.

05

KYBERBEZPEČNOSŤ

V uplynulých rokoch banky zaznamenali masívny nárast rôznych typov podvodných konaní. Banky sa musia vysporiadať s viacerými druhmi podvodov, typicky ide o **phishing** (pokus o podvodné získanie citlivých informácií), **vishing** (voice phishing) a **pharming** (presmerovanie bankovej www stránky za účelom získania prostriedkov klienta). Banky musia aktívne bojovať proti týmto hrozbám a zároveň **poskytovať bezpečné riešenia** pre svojich klientov.

„Keď sme sa pred desiatimi rokmi pýtali ľudí z Amazonu, ako často majú phishingové útoky, tak odpoveď bola, že stále. Už sme aj my v stave, v akom bol Amazon pred 10 rokmi, teda phishingový útok máme každý deň“,

opísal 1. 6. 2023 bezpečnostnú situáciu na webinári spoločnosti Tatra banka **Marek Zeman,** vedúci oddelenia bezpečnosti informačných systémov.

INOVATÍVNE BEZPEČNOSTNÉ RIEŠENIA

Opatrenia, ktoré banky dokážu zaviesť, sa stávajú **dôležitým prvkom ochrany** klientov proti útočníkom. Banky ponúkajú riešenia, ktoré napomáhajú **rozpoznávaniu útoku** a znižujú pravdepodobnosť, že bude úspešný.

Finančné inštitúcie napríklad poskytujú potvrdzovanie platieb prostredníctvom **ePIN** alebo ponúkajú **jednorazový token** pre overenie volajúceho z banky.

Promo

SOFTEC v tejto oblasti spolupracuje so spoločnosťou VISA **pri tokenizácii PAN-u**. Tokenizácia zabezpečuje **vyššiu úroveň ochrany**, keďže banky neuchovávajú PAN platobnej karty, ale len jej token. Kľúčové je, že ak aj útočník získa token, nedokáže z neho získať PAN platobnej karty, keďže nemá prístup k špeciálnym bezpečnostným kľúčom.

APLIKÁCIE

Samostatnou kategóriou sú pre finančné inštitúcie ich aplikácie. Trhovým trendom je **„digital first“**, t. j. presun čo najväčšieho rozsahu bankových služieb do **digitálnych kanálov** a **uprednostňovanie realizácie** najmä servisných, ale aj niektorých predajných **úkonov do digitálnych kanálov**. Pri tejto snahe sú práve aplikácie a ich bezpečnosť kľúčové pre každého hráča na trhu. Banky sa snažia napĺňať **metodológiu OWASP** a venovať zvýšenú pozornosť implementácii jednotlivých opatrení.

Promo

SOFTEC má z mnohých projektov skúsenosti s rôznymi opatreniami **zvyšujúcimi security štandardy**. Ide predovšetkým o zdvojené kontroly v rámci frontend aj backend operácií a aj precíznejšiu správu oprávnení a autorít.

Do tejto kategórie patrí aj zákaz citlivých znakov, zamedzenie propagácie integračných chýb v rámci frondendu, formátovanie polí na minimálnu možnú dĺžku alebo presne vymedzený typ vstupu.

Banky **významne zvyšujú investície** do testovania bezpečnosti svojich aplikácií.

Zaradiť sem môžeme aj **anonymizáciu** a **scrambling dát**, **viacfaktorovú autentifikáciu**, lepší monitoring transakcií a podobne.

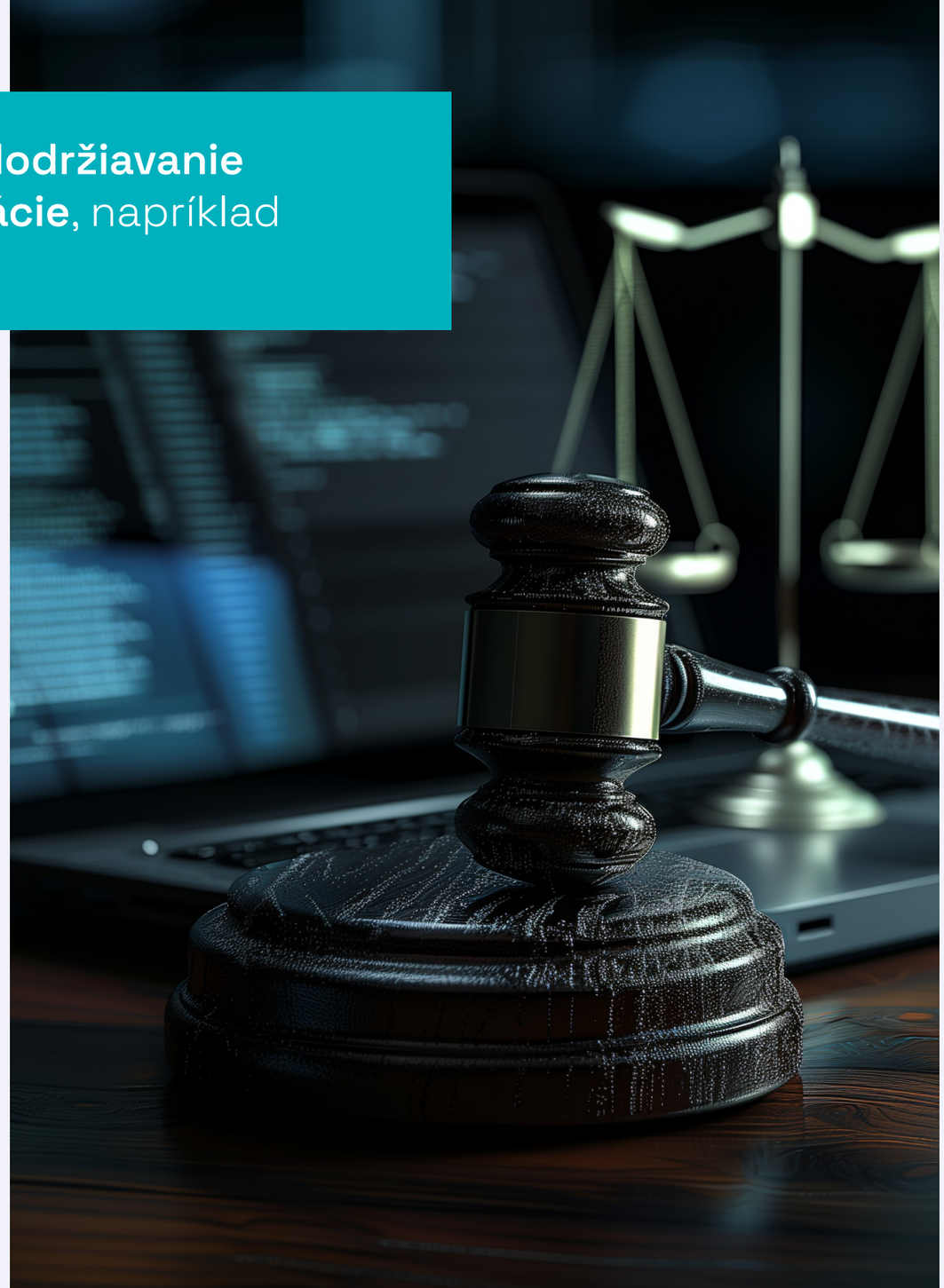
Využívajú na to interné zdroje, prípadne využívajú služby špecializovaných externých firiem. Z pohľadu security je cieľom tejto činnosti najmä **nájsť potenciálne slabé miesta** aplikácií pomocou penetračných testov.

BEZPEČNOSŤ V CENTRE POZORNOSTI

Otázkam bezpečnosti sa venuje celý bankový trh. Prístupu bánk k bezpečnosti sa venovala aj **NBS** vo svojom **prieskume z roku 2022**, z ktorého vyplynulo, že banky plánujú v dohľadnej budúcnosti mierne alebo aj významne navýšiť investície do kybernetickej bezpečnosti.

Tí, ktorí majú v úmysle prostriedky navyšovať, ich budú smerovať najmä do **penetračných testov a ochrany pred kybernetickými útokmi**. Tieto prostriedky tiež smerujú **do zvýšenia bezpečnosti dát**, do monitoringu záznamov, aj do školení zamestnancov.

Investície si vyžadujú aj **dodržiavanie existujúcej a novej regulácie**, napríklad nariadenia DORA a NIS2.



Nariadenie DORA stanovuje jednotné požiadavky na bezpečnosť sietí a informačných systémov spoločností a organizácií pôsobiach vo finančnom sektore, ako aj tretích strán, ktoré im poskytujú služby súvisiace s informačnými technológiami.

Smernica NIS2, ktorá nadobudla účinnosť v roku 2023, upravuje minimálny rozsah povinných bezpečnostných opatrení a reaguje na nové výzvy, ktoré si vyžadujú prispôsobené a inovatívne reakcie. Táto smernica aktualizuje pravidlá z roku 2016.

Smernica NIS2 vyžaduje od členských štátov EÚ primeranú pripravenosť a spoluprácu.

ZRHNUTIE

Kybernetická bezpečnosť je pre finančné inštitúcie kľúčovou témou. Služby bánk sa presúvajú do kybernetického priestoru, naopak, do určitej miery obmedzujú napríklad počet fyzických pobočiek.

Práve preto samotné banky prichádzajú s **riešeniami, ktoré bezpečnosť zvyšujú**. Veľkú pozornosť finančné inštitúcie venujú testovaniu svojich riešení, práve do testovania aj smeruje významné množstvo nových investícií.

Finančné inštitúcie sa tiež **musia venovať novej legislatíve**, ktorá prichádza z EÚ. Nové predpisy sa sústreďujú **na koordinovanú akcieschopnosť** členských krajín EÚ **v kyberpriestore**.

ZÁVER

Počas zberu informácií pre bankový prehľad sme zanalyzovali takmer **200 jednotlivých informácií** rôzneho rozsahu a z rôznych verejných zdrojov, ako napríklad webstránok bánk, tlačových a výročných správ, z oficiálnej komunikácie na sociálnych sieťach alebo vo viacerých špecializovaných periodikách. Dôležitým zdrojom informácií boli aj vybrané odborné konferencie alebo materiály NBS.

Vo verejnej komunikácii bánk a ďalších relevantných zdrojoch z bankového segmentu najviac **rezonujú témy:**

- **digitalizácia** klientskych **služieb**
- **ESG a udržateľnosť**
- **digitalizácia** interných **bankových procesov**
- **AI** nástroje a chatboty
- ochrana **osobných údajov** a **kyberbezpečnosť**

Informácie, ktoré sa nám podarilo zosumarizovať, je možné interpretovať **v dvoch rovinách**. Prvou z nich je komunikácia, ktorá **posilňuje značku** a marketingovo upriamuje pozornosť na banky v trendových témach a druhou je **prezentácia konkrétnych aktivít, nástrojov a riešení**, ktoré banky vykonávajú v týchto oblastiach.

Predstavovanie adresných riešení je typické pre okruh digitalizácie klientskych služieb, kde je dôležité, aby ich klienti navnímali a začali používať. Rozvoj digitálnych služieb je na slovenskom bankovom trhu **najsilnejšou témou** zo všetkých sledovaných.

Na tému klientskej digitalizácie sa banky sústredili v posledných rokoch a je predpoklad, že tento trend pretrvá aj v budúcnosti. Digitalizácia klientskych služieb je širokou témou, ktorej najväčšiu časť tvorili zmienky o **rozvoji digitálnych kanálov, rôznych službách bankových aplikácií** alebo **zmienky o digitálnom onboardingu**.

Lídrom v komunikácii digitálnych služieb pre klientov je Tatra banka.

Podiel Tatra banky na komunikácii digitalizačných služieb zo všetkých sledovaných bánk

Pri téme ako je **ESG a udržateľnosť** je už vyvážený pomer komunikačných zámerov, a teda hoci banky predstavujú aj konkrétne riešenia, tému často využijú aj na zviditeľnenie mena finančnej inštitúcie v tejto oblasti.

Banky v téme ESG najviac hovoria o téme **reportingu, podpore zelených projektov** alebo **spolupráce so startupmi**, ktoré sa venujú ESG problematike. Výrazným hráčom v komunikácii tejto témy je VÚB banka.

Príkladom verejnej komunikácie bánk, kde už prevyšuje povedomie značky nad konkrétnymi riešeniami, sú témy týkajúce **sa študentského segmentu** a to najmä študentských produktov alebo atraktívne témy, ktoré sa prekrývajú s témami **virtuálnej reality** a prepojením s **umelou inteligenciou**.

Budovať značku bánk má za cieľ aj komunikácia zameraná na **komunitné témy a prevenciu proti podvodom** – v mnohých prípadoch banky apelujú na zvýšenie ostražitosti u klientov a edukujú ich, ako sa môžu chrániť pred rôznymi typmi kybernetických hrozieb.

Banky takto reagujú na zvýšený počet podvodných konaní v posledných rokoch.

V spojení s témou **digitalizácie interných procesov** sa komunikácia slúžiaca na budovanie značky vôbec neobjavuje. Napriek tomu je digitalizácia interných procesov dôležitá oblasť, ktorú finančné inštitúcie rozvíjajú.

METODOLÓGIA

Publikácia vznikla v období
november 2023 – máj 2024
na základe piatich základných krokov:

01 / URČENIE KĽÚČOVÝCH OBLASTÍ

Pre potreby publikácie sme stanovili **16 oblastí**, ktorým sa prioritne venuje. Všetky oblasti sa týkajú **bankovníctva a technológií**, ktoré sú pre bankový sektor relevantné.

02 / PRIESKUM VEREJNE DOSTUPNÝCH ZDROJOV

V rámci stanovených oblastí sme uskutočnili rozsiahly prieskum verejne dostupných zdrojov, ktoré sa týkajú **slovenského bankového trhu**, za uplynulých približne šesť mesiacov.

Súčasťou analýzy boli:

- Tlačové správy bánk a Slovenskej bankovej asociácie
- Správy, ktoré zverejňuje Národná banka Slovenska (NBS)
- Výročné správy bánk
- Príspevky na oficiálnych profiloch na sociálnych sieťach LinkedIn a Facebook
- Relevantné konferencie so zameraním na problematiku bankovníctva a IT technológií
- Periodiká, ktoré sú zamerané na oblasť bankovníctva a financií, internetové stránky bánk

Súčasťou analýzy boli aj informácie, s ktorými sa analytický tím oboznámil, no ďalej ich do hĺbky nespracoval, keďže sa priamo netýkali oblastí, ktoré sú v centre pozornosti prieskumu.

03 / URČENIE VÁHY ZDROJA

Tieto váhy analytici následne **zohľadnili v niektorých výstupoch**.

04 / KATEGORIZOVANIE INFORMÁCIÍ

Každú informáciu analytici zaradili do **príslušnej kategórie**. Informáciu vyhodnotili buď ako komunikáciu konkrétnych aktivít alebo ako komunikáciu zameranú na budovanie značky.

05 / SPRACOVANIE VŠEOBECNÝCH INFORMÁCIÍ

Súčasťou analýzy boli aj najdôležitejšie zdroje, ktoré sa týkajú všeobecne **bankovníctva a technológií**. Ide napríklad o štúdie a prieskumy NBS, prípadne konferencie so zameraním na bankovníctvo a technológie.

EFEKTÍVNE PREPÁJAME BIZNIS A IT RIEŠENIA

SOFTEC

SOFTEC.SK