



Funksjonalitet og brukeropplevelse i mobilbanker

– hvor går innovasjonen og hvordan posisjonerer tjenesteleverandørene seg?

27. mai 2015

Agenda

1. Funksjonalitet og brukeropplevelse i mobilbank - et bilde av fremtidens innovasjon i banker og hos tjenesteleverandører
2. Hvordan skal banker og tjenesteleverandører posisjonere seg og delta i utviklingen?

Oss



Forretning



brukeropplevelse



bærekraftig utvikling

Hva driver innovasjonen og utbredelsen av mobile løsninger?

- ✓ Tilgjengelig teknologi gjør det mulig; smarttelefoner og nettbrett, raskere mobilnett, utbredt trådløst nett



Hva driver innovasjonen og utbredelsen av mobile løsninger?

- ✓ Tilgjengelig teknologi gjør det mulig; smarttelefoner og nettbrett, raskere mobilnett, utbredt trådløst nett
- ✓ Bankenes forretningsmodeller og konkurransesituasjon krever kostnadsbesparende og selvbetjente produkter og distribusjonskanaler

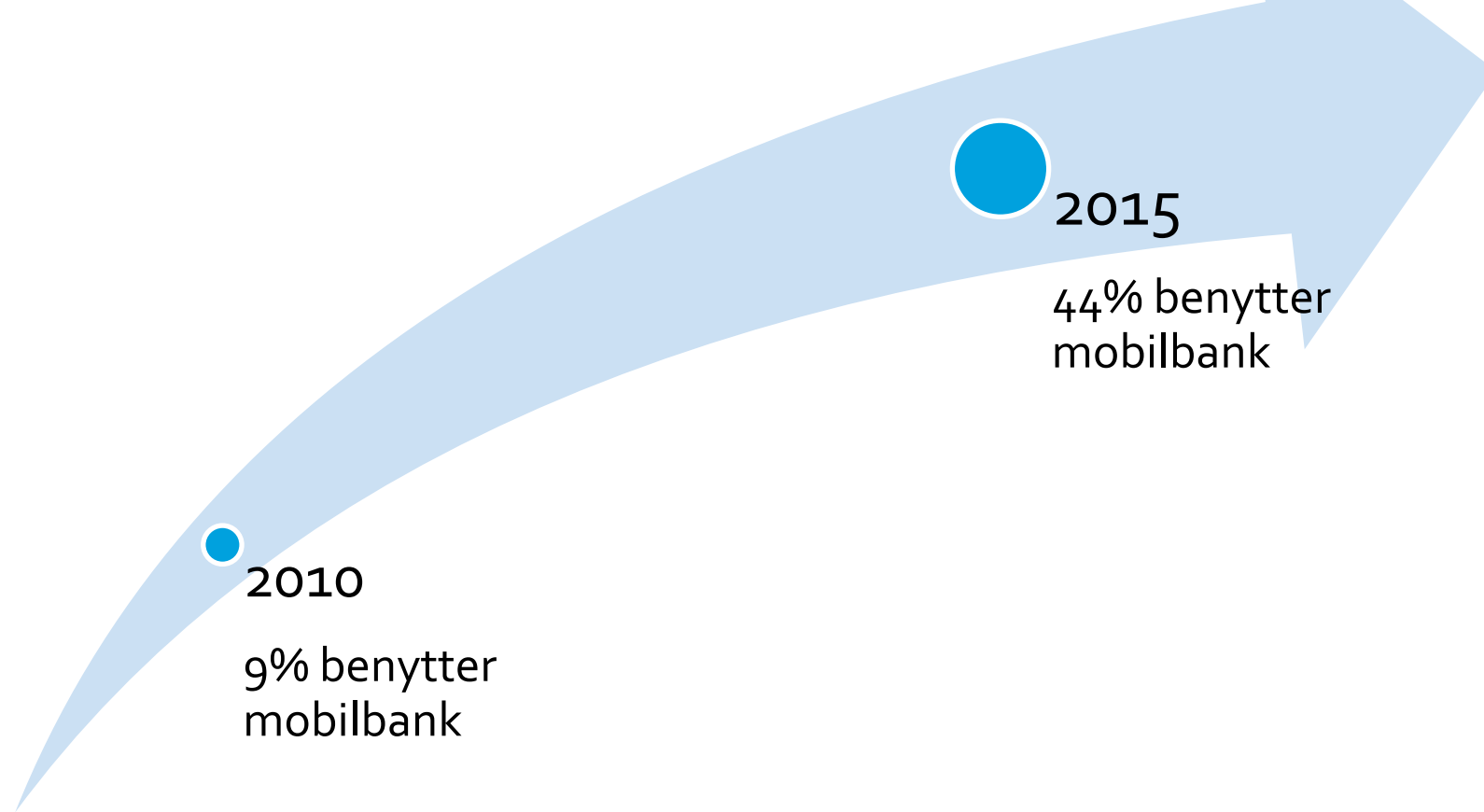


Hva driver innovasjonen og utbredelsen av mobile løsninger?

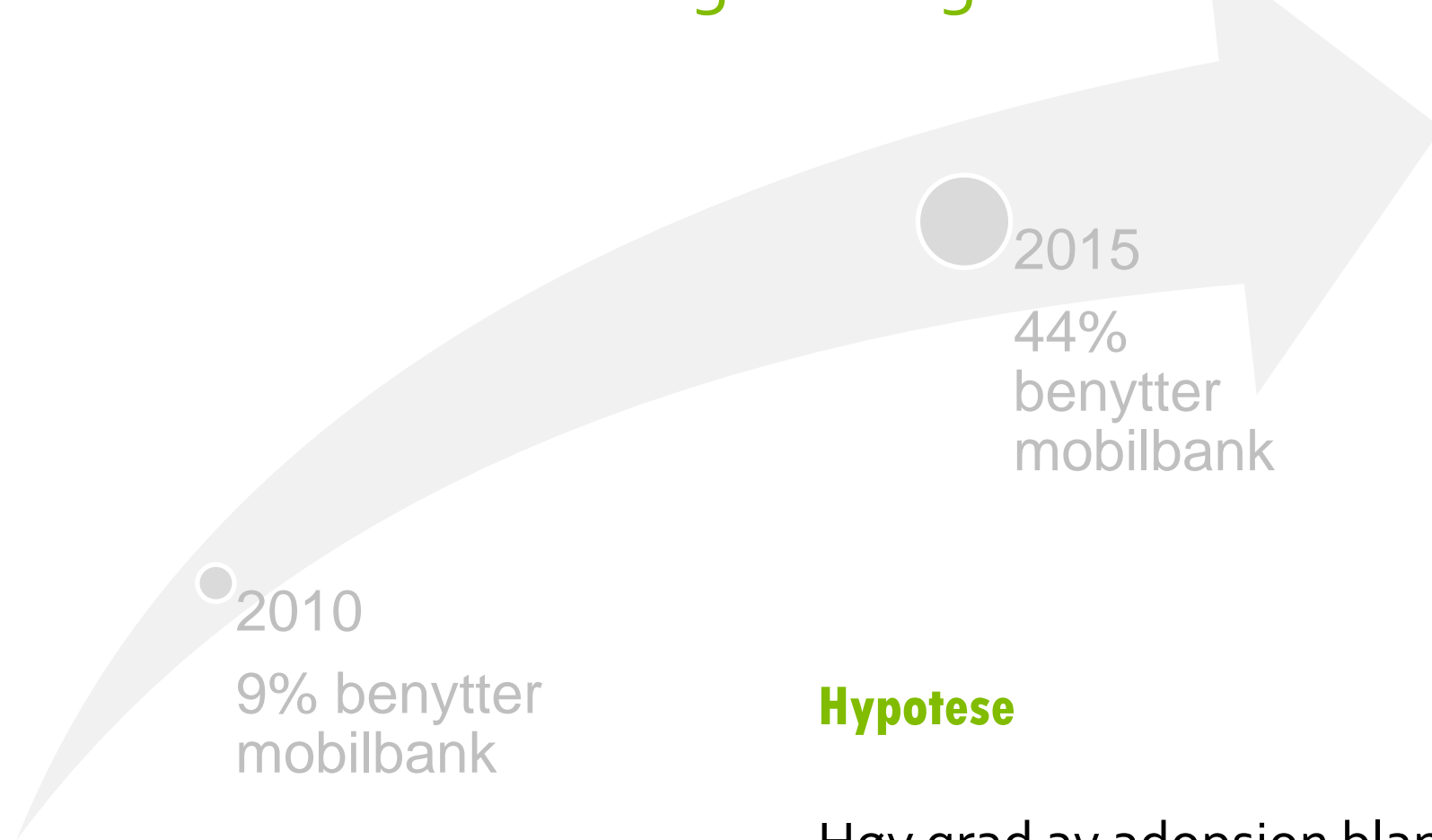
- ✓ Tilgjengelig teknologi gjør det mulig; smarttelefoner og nettbrett, raskere mobilnett, utbredt trådløst nett
- ✓ Bankenes forretningsmodeller og konkurransesituasjon krever kostnadsbesparende og selvbetjente produkter og distribusjonskanaler
- ✓ Kundens krav til innovasjon som gir forenklede løsninger som er tilgjengelig der de er – både fysisk og virtuelt



Hvorfor er mobile løsninger vigtig for bankene?



Hvorfor er mobile løsninger viktig for bankene?



Hypotese

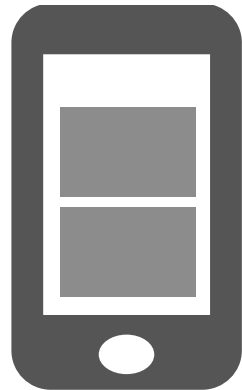
Høy grad av adopsjon blant kundene – lav grad av innovasjon blant bankene.

Stemmer det?

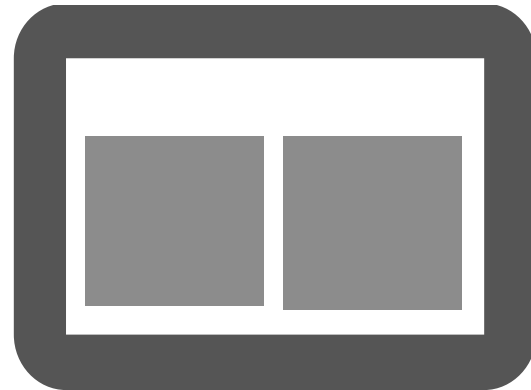
Ekspertevaluering av mobilbanker



Ekspertevaluering av mobilbanker



13 av 13

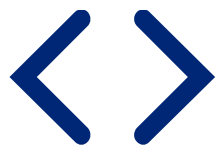


7 av 13

Ekspertevaluering av mobilbanker



VISUELL DESIGN



NAVIGASJON



LAYOUT



TILBAKEMELDING



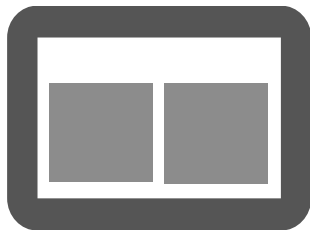
BRUKERVENNLIGHET

Ekspertevaluering av mobilbanker

- ✓ Mobilbank for mobiltelefon tilbys av alle banker – for nettbrett tilbys kun av halvparten



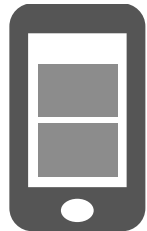
13 av 13



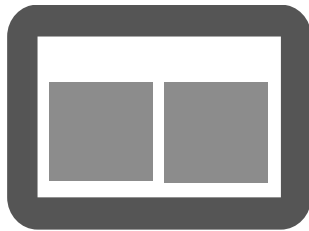
7 av 13

Ekspertevaluering av mobilbanker

✓ De fleste bankene presterer middels – de mindre bankene har bedre løsninger



56%

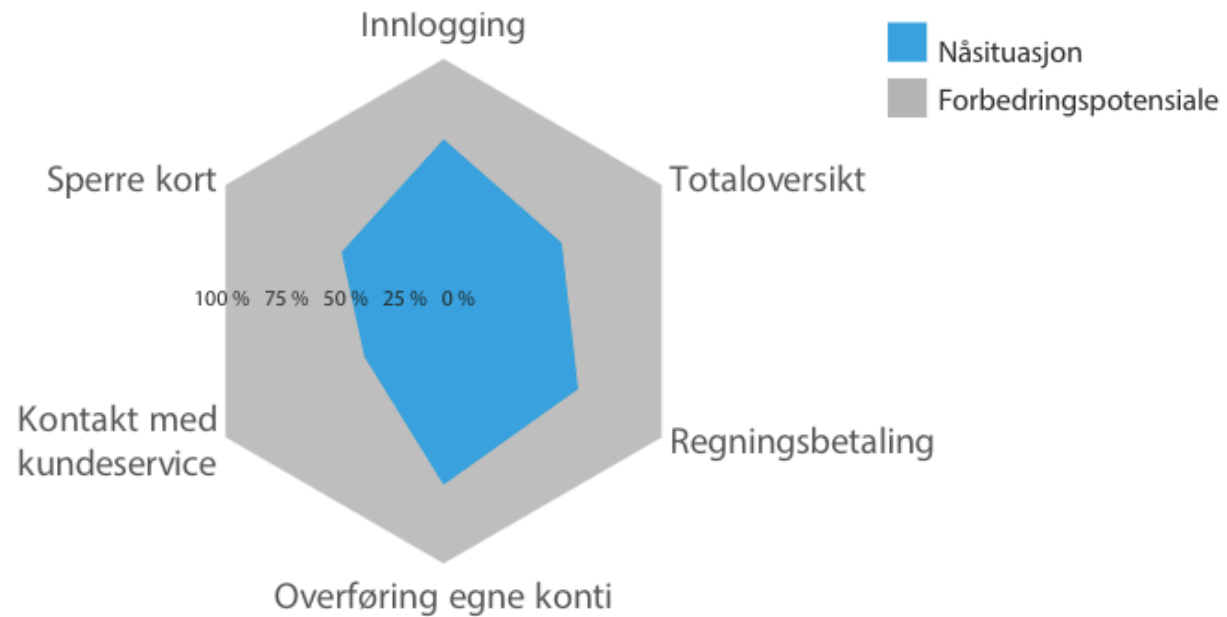


62%



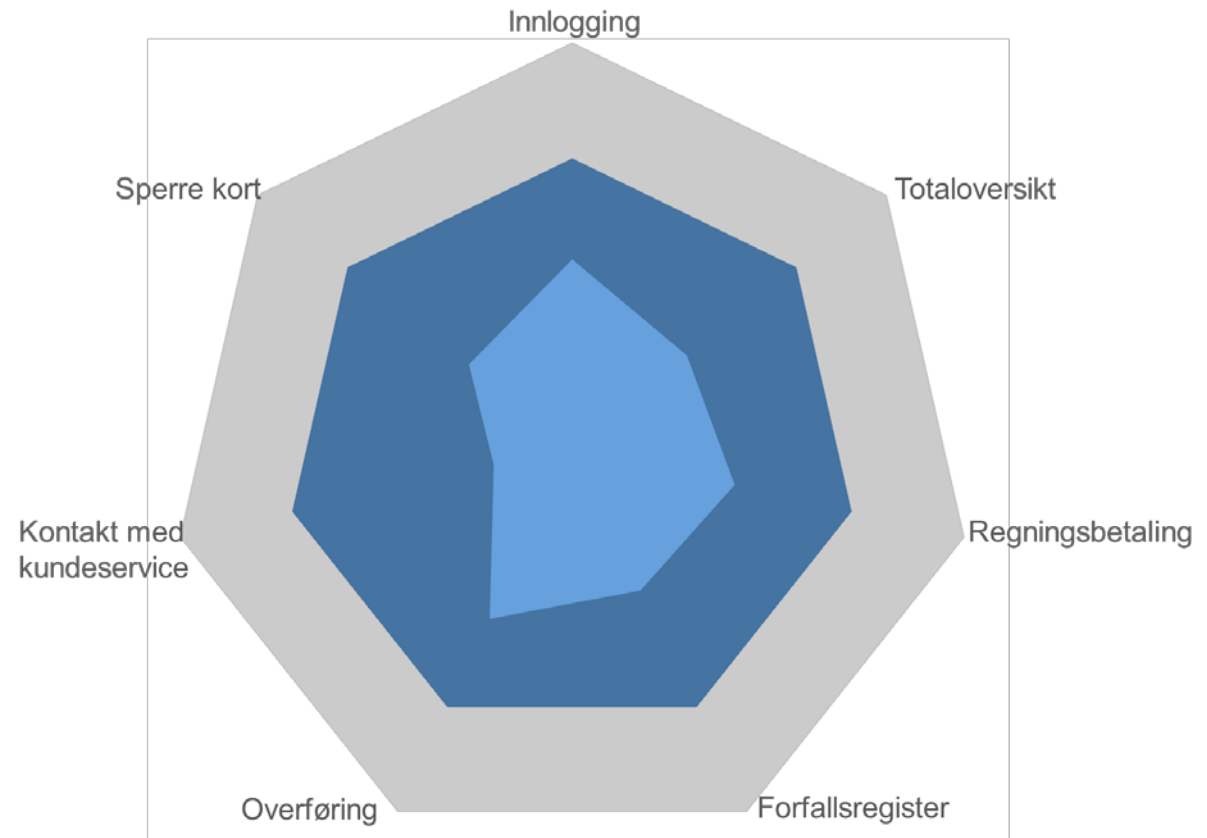
Ekspertevaluering av mobilbanker

- ✓ Stort potensiale for bedre løsninger og mer innovasjon



Høy grad av adopsjon blant kundene – lav grad av innovasjon blant bankene

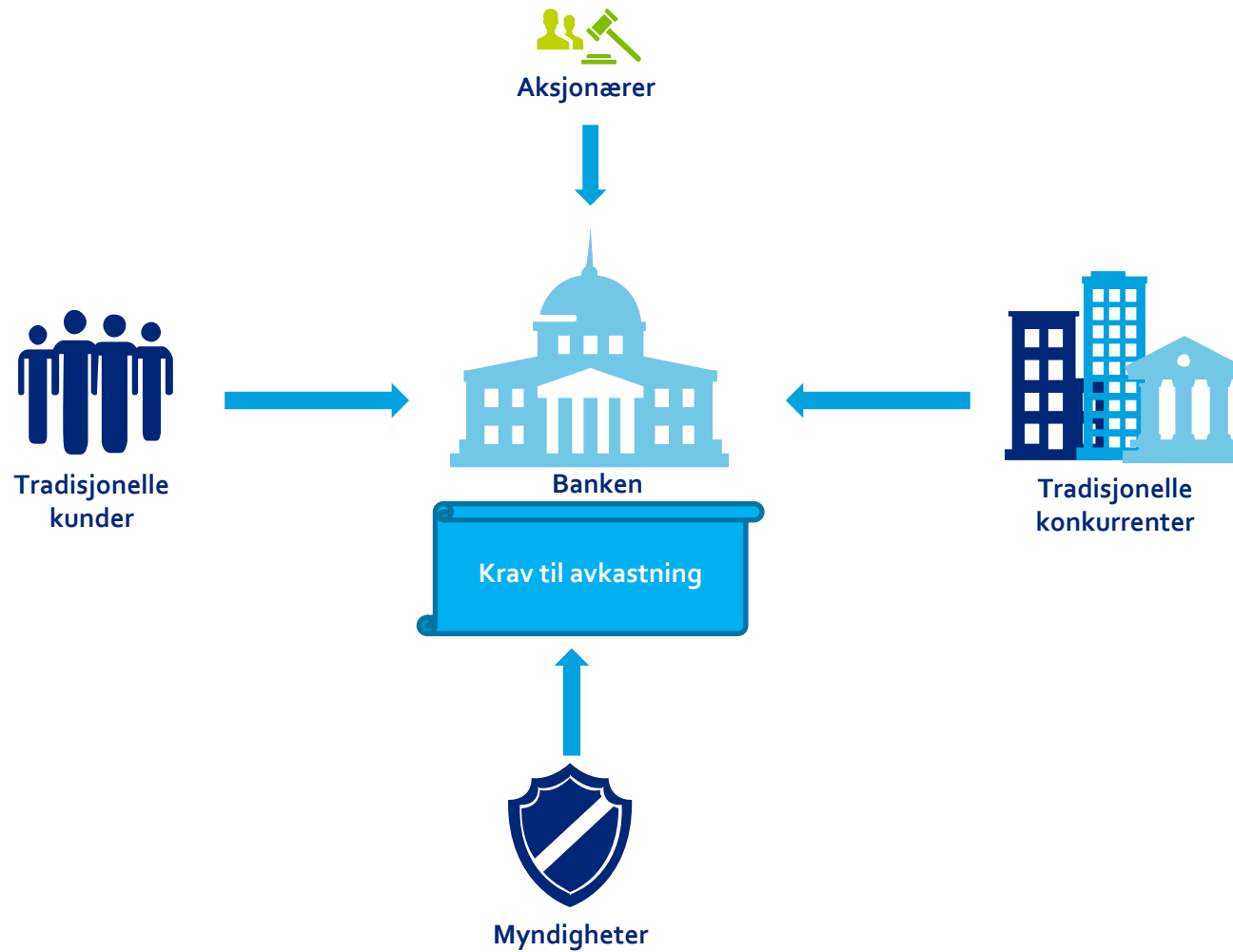
Hvorfor utnytter ikke bankene potensialet som innovasjon gir?



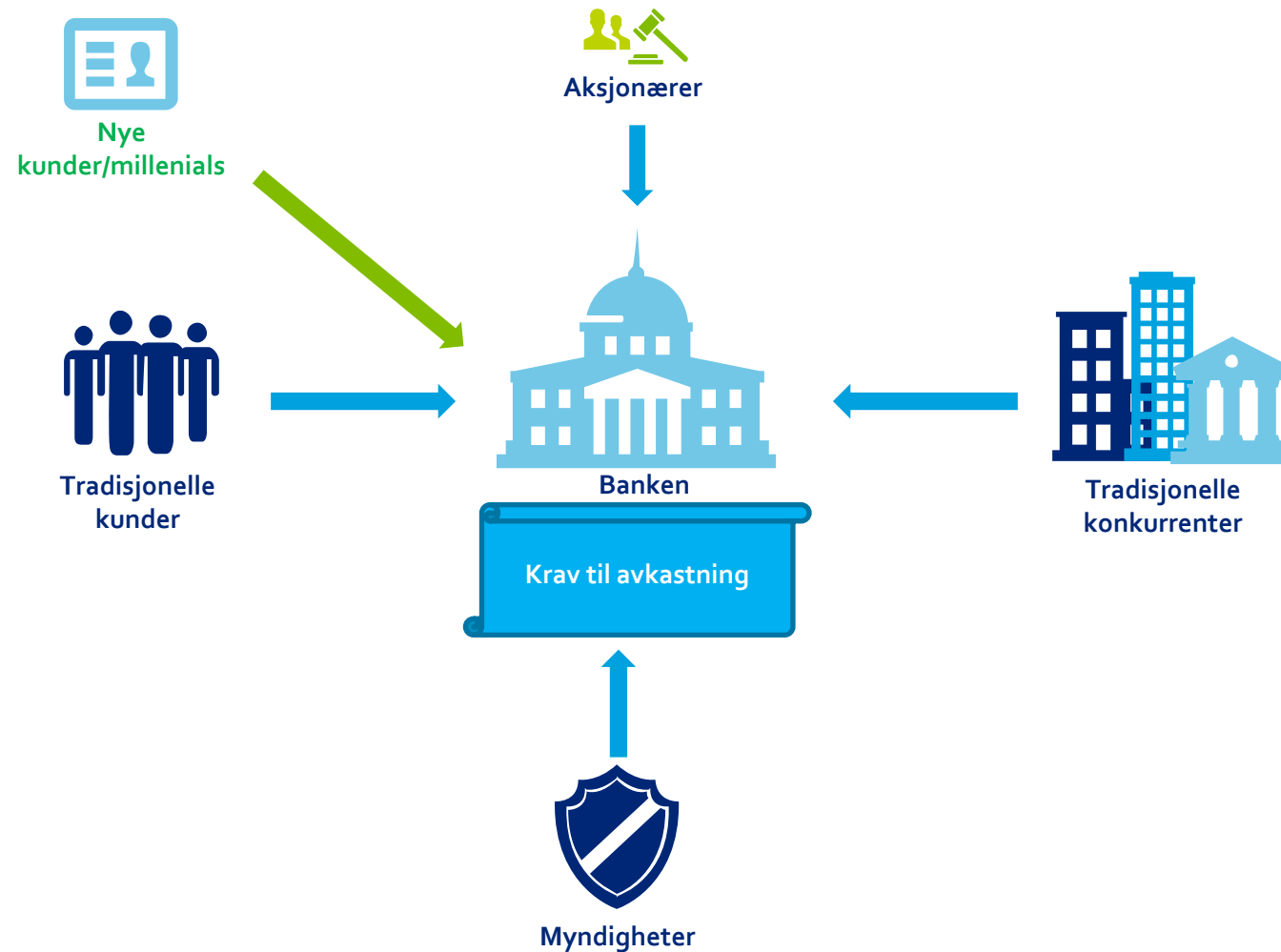
Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



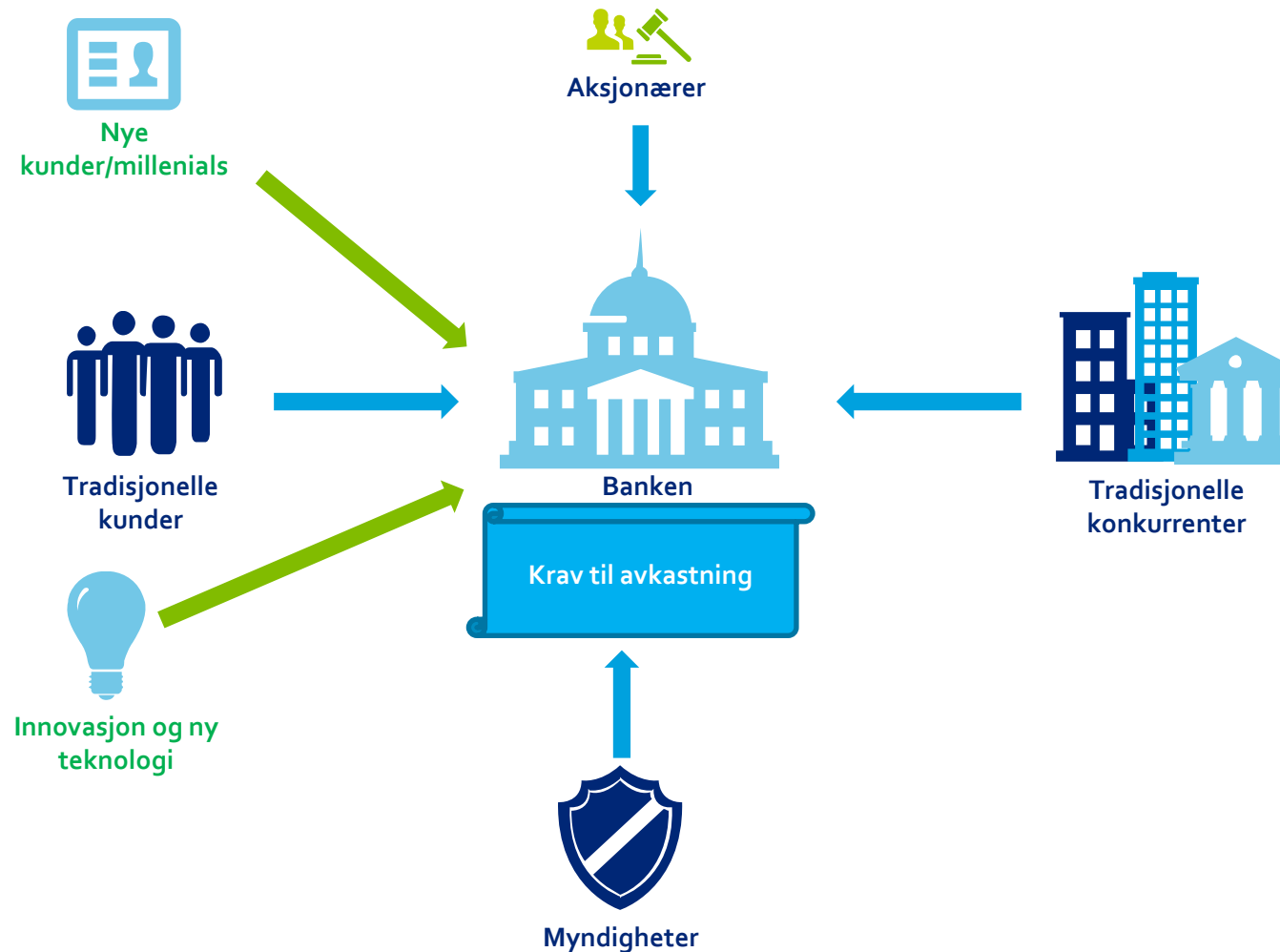
Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



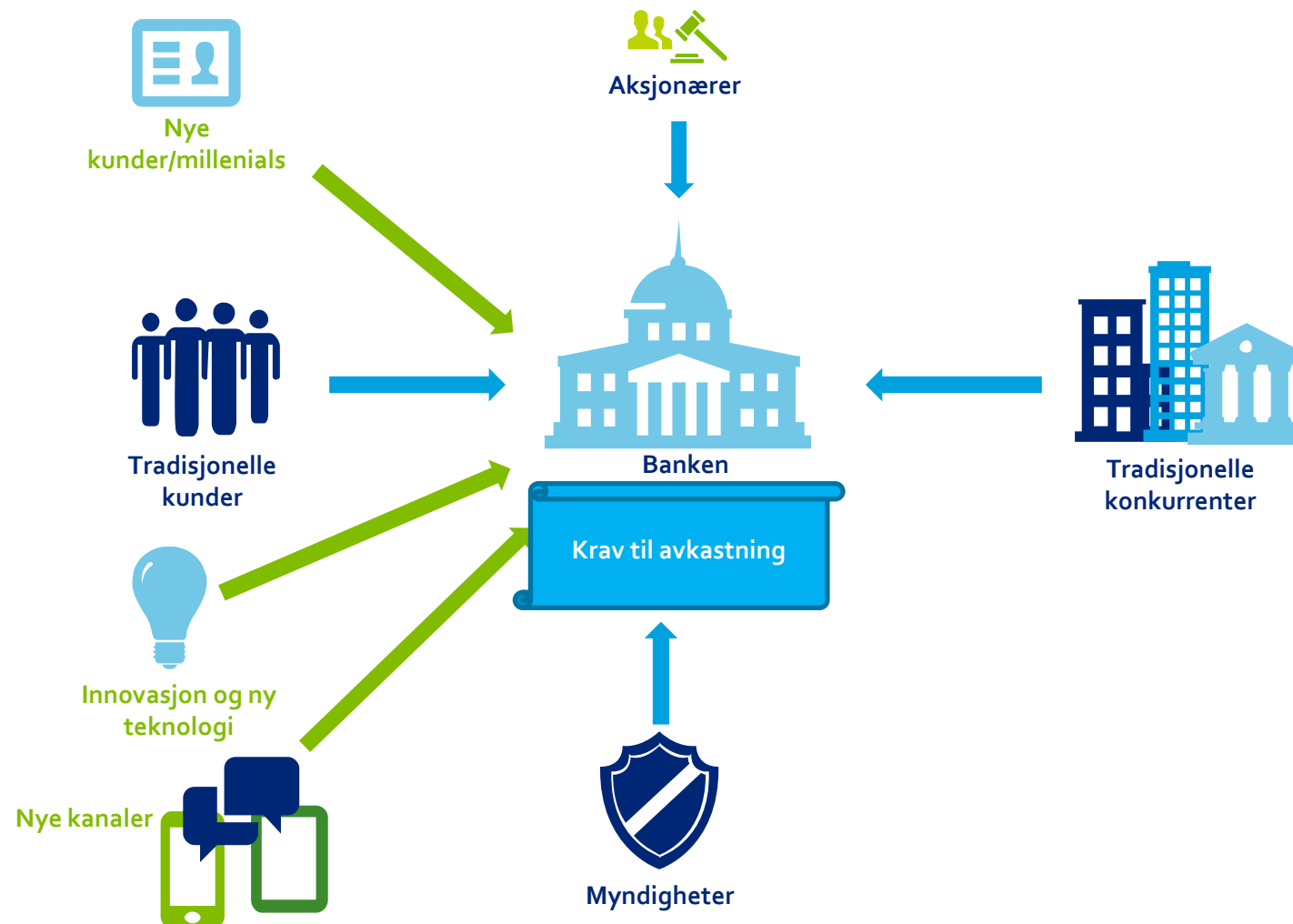
Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



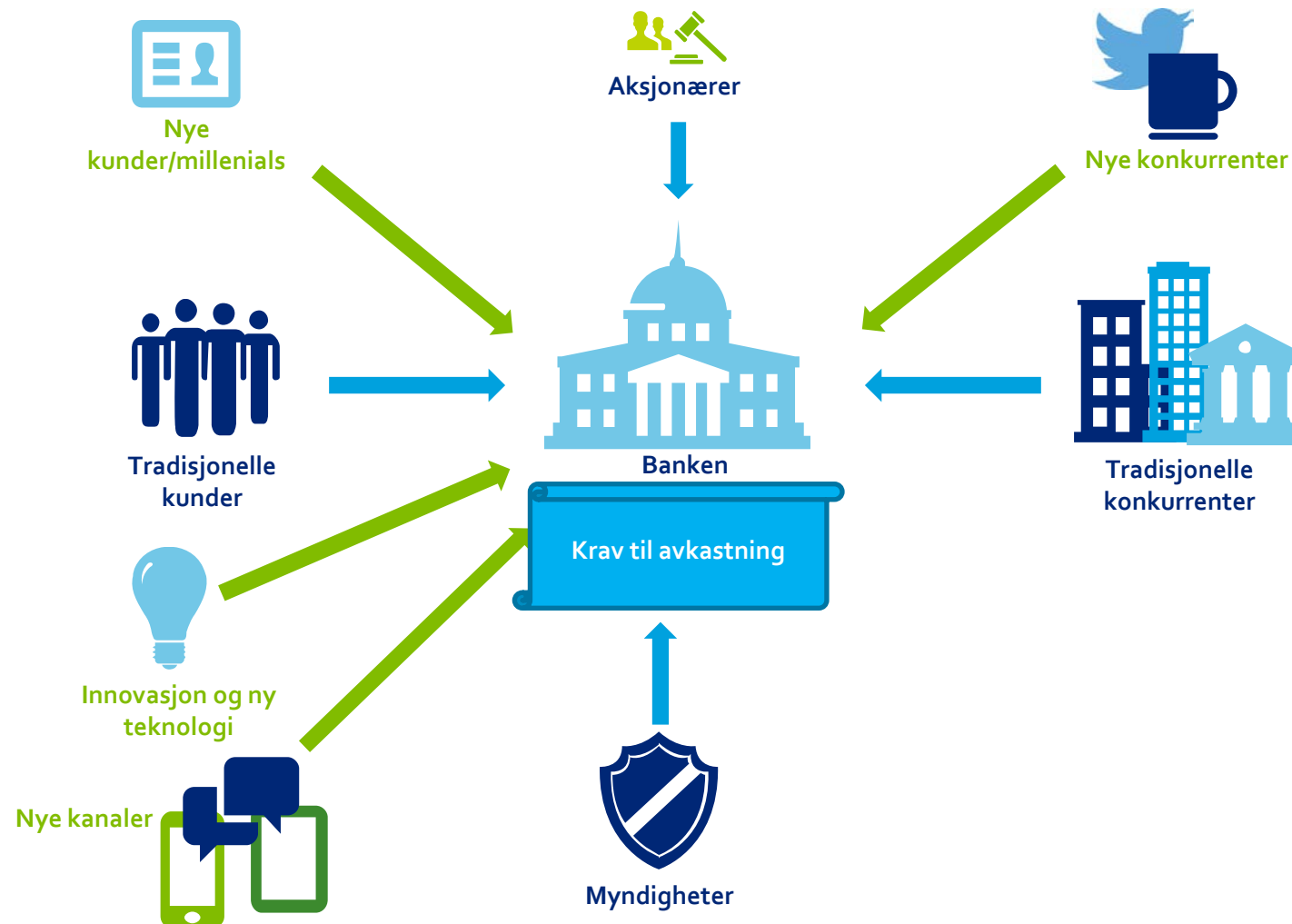
Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



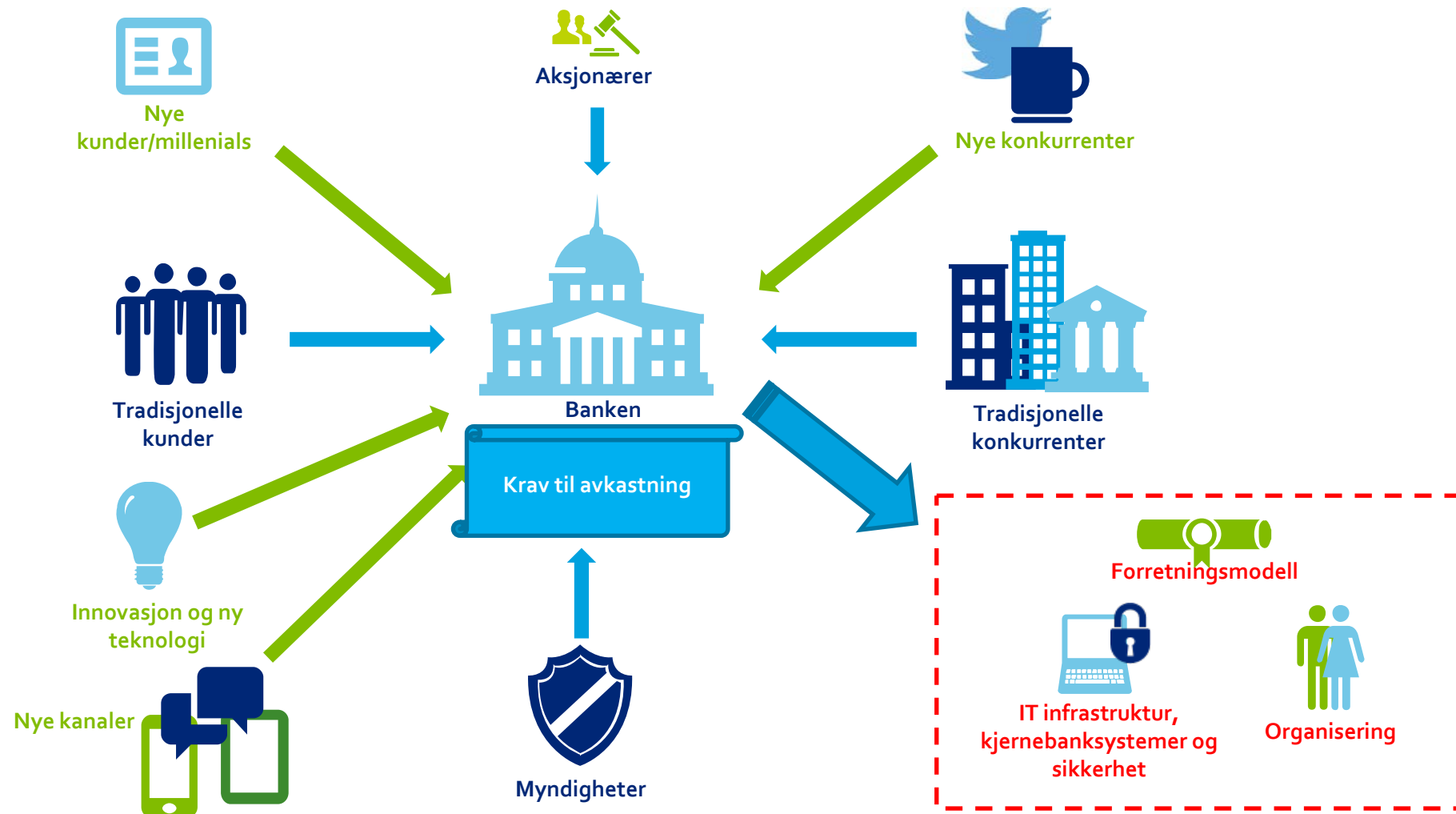
Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



Innovasjon gir muligheter – men utfordrer og krever endringer



Bankene må løse utfordringene for å være en del av morgendagens kundehverdag



Innovasjon drives av vilje til endring

Bankene må løse utfordringene for å være en del av morgendagens kundehverdag



Innovasjon drives av vilje til endring



Vilje drives av forventninger til avkastning

Bankene må løse utfordringene for å være en del av morgendagens kundehverdag



Innovasjon drives av vilje til endring

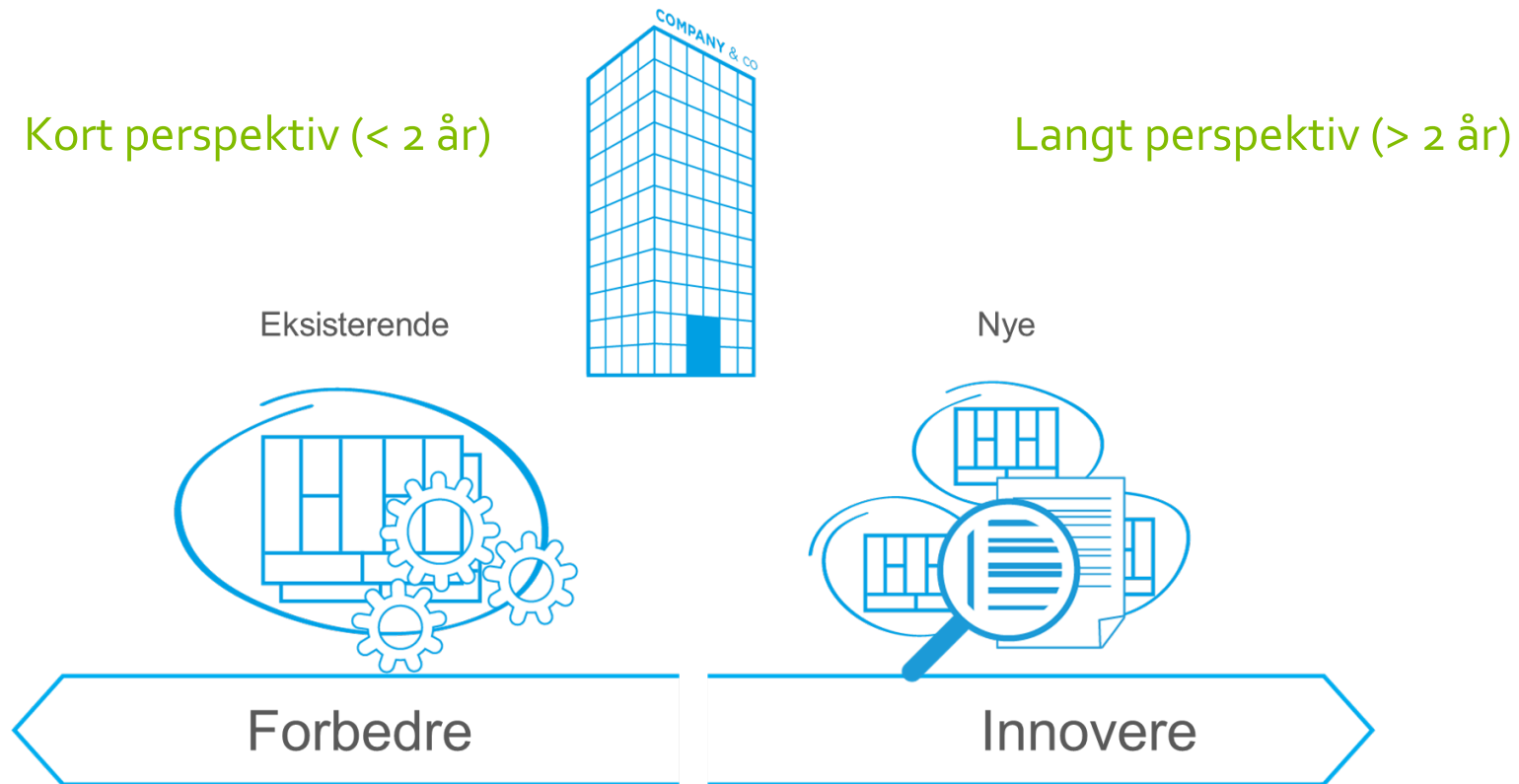


Vilje drives av forventninger til avkastning



Utfordringer løses så lenge det er forventning til god avkastning

Hvor går innovasjonen - kort og langt perspektiv



Hvor går innovasjonen – kort perspektiv (< 2 år)



Funksjonaliteten og brukervennlighet økes – etablerer et godt fundament for innovasjon og utvikling

Hvor går innovasjonen – kort perspektiv (< 2 år)



Funksjonaliteten og brukervennlighet økes – etablerer et godt fundament for innovasjon og utvikling



Kundenes behov begynner å hensyntas - fortsatt bankenes operasjonelle modeller og tekniske infrastruktur som bestemmer produkter, tjenester og flater

Hvor går innovasjonen – kort perspektiv (< 2 år)



Funksjonaliteten og brukervennlighet økes – etablerer et godt fundament for innovasjon og utvikling



Kundenes behov begynner å hensyntas - fortsatt bankenes operasjonelle modeller og tekniske infrastruktur som bestemmer produkter, tjenester og flater



Samme tjenester tilgjengelig på alle flater og på kryss av alle flater

Hvor går innovasjonen – kort perspektiv (< 2 år)



Funksjonaliteten og brukervennlighet økes – etablerer et godt fundament for innovasjon og utvikling



Kundenes behov begynner å hensyntas - fortsatt bankenes operasjonelle modeller og tekniske infrastruktur som bestemmer produkter, tjenester og flater




Samme tjenester tilgjengelig på alle flater og på kryss av alle flater



Tjenestene tilpasses og optimaliseres den enkelte flates størrelse og funksjoner


Hvor går innovasjonen – kort perspektiv (< 2 år)

 Funksjonaliteten og brukervennlighet økes – etablerer et godt fundament for innovasjon og utvikling

 Kundenes behov begynner å hensyntas - fortsatt bankenes operasjonelle modeller og tekniske infrastruktur som bestemmer produkter, tjenester og flater

 Samme tjenester tilgjengelig på alle flater og på kryss av alle flater

 Tjenestene tilpasses og optimaliseres den enkelte flates størrelse og funksjoner

 Komplementær med PC-basert nettbank

Hvor går innovasjonen – langt perspektiv (> 2 år)



Kundenes behov og forventninger styrer utelukkende innovasjon og utvikling

Hvor går innovasjonen – langt perspektiv (> 2 år)



Kundenes behov og forventninger styrer utelukkende innovasjon og utvikling



Kundene lever i en digital hverdag – bankene er en integrert del av denne hverdagen

Hvor går innovasjonen – langt perspektiv (> 2 år)



Kundenes behov og forventninger styrer utelukkende innovasjon og utvikling



Kundene lever i en digital hverdag – bankene er en integrert del av denne hverdagen



Kundebehovene dreies fra å være funksjonsbasert til å bli tjenestebasert – sømløs integrasjon

Hvor går innovasjonen – langt perspektiv (> 2 år)



Kundenes behov og forventninger styrer utelukkende innovasjon og utvikling



Kundene lever i en digital hverdag – bankene er en integrert del av denne hverdagen



Kundebehovene dreies fra å være funksjonsbasert til å bli tjenestebasert – sømløs integrasjon

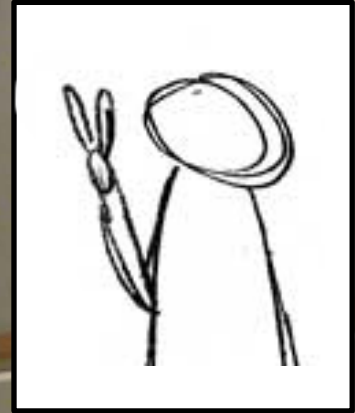


Bankene tar styringen i økosystemene og designer kundereiser hvor de har kontroll på inntektsstrømmene

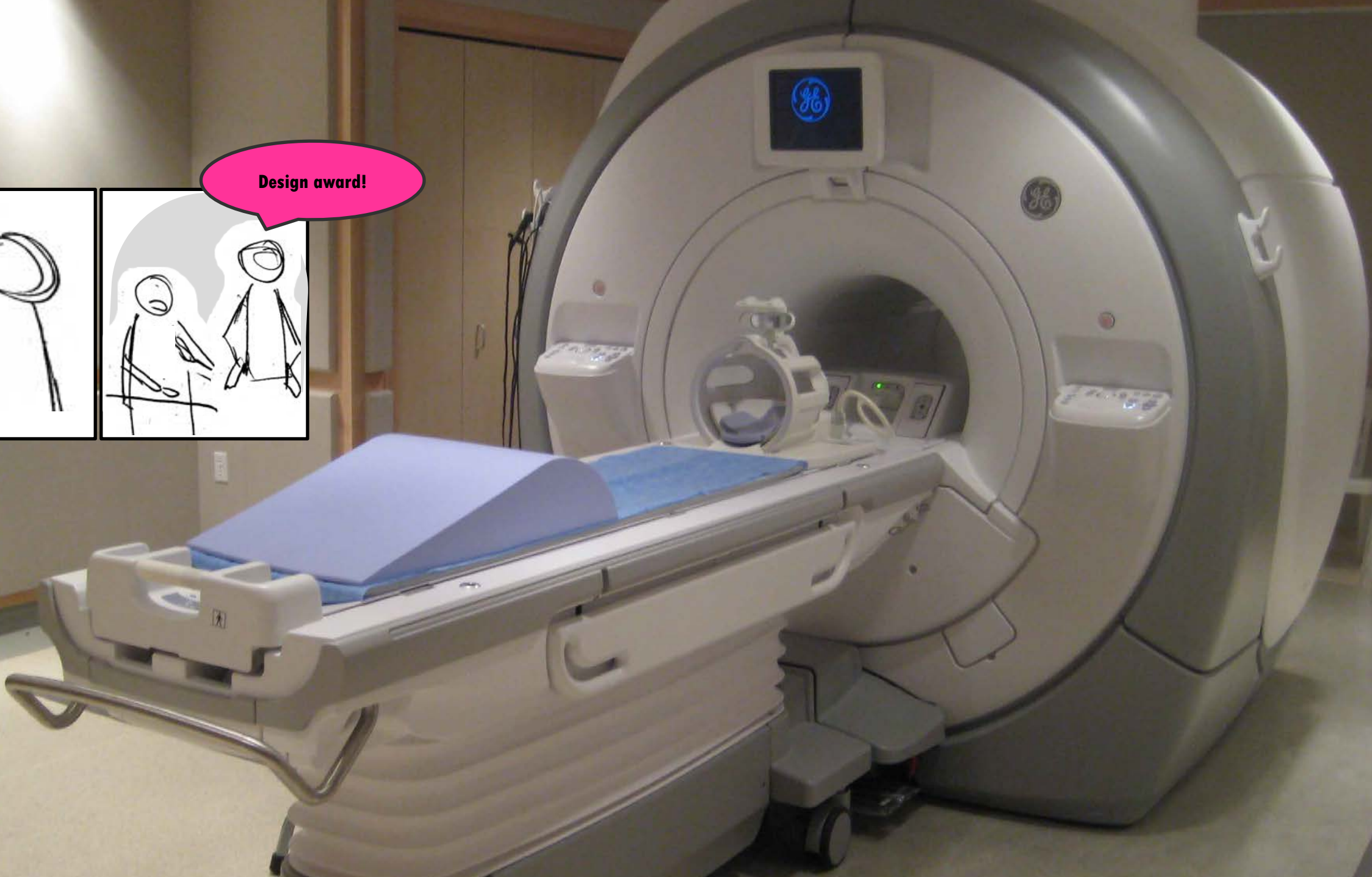


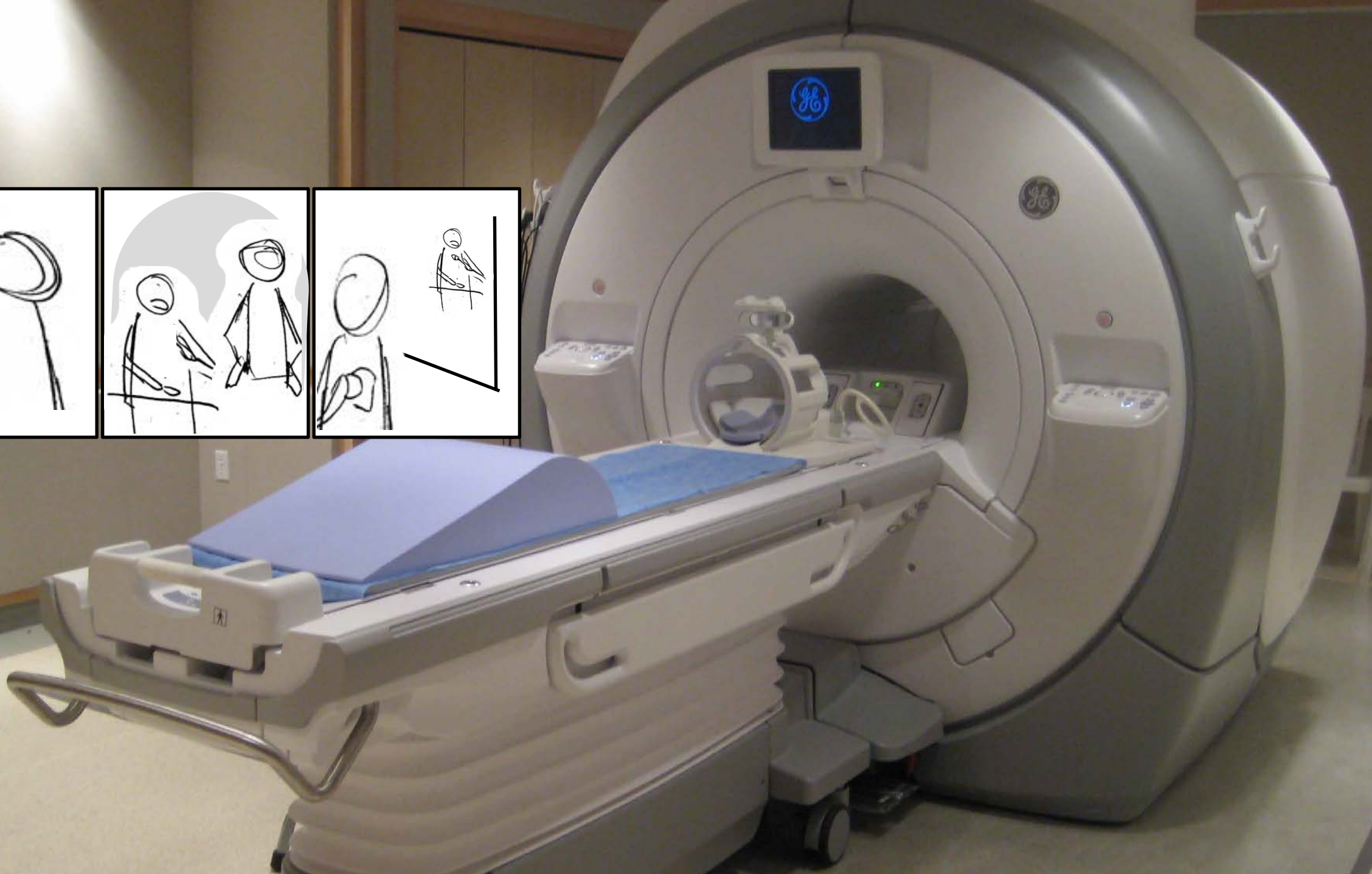
Doug!

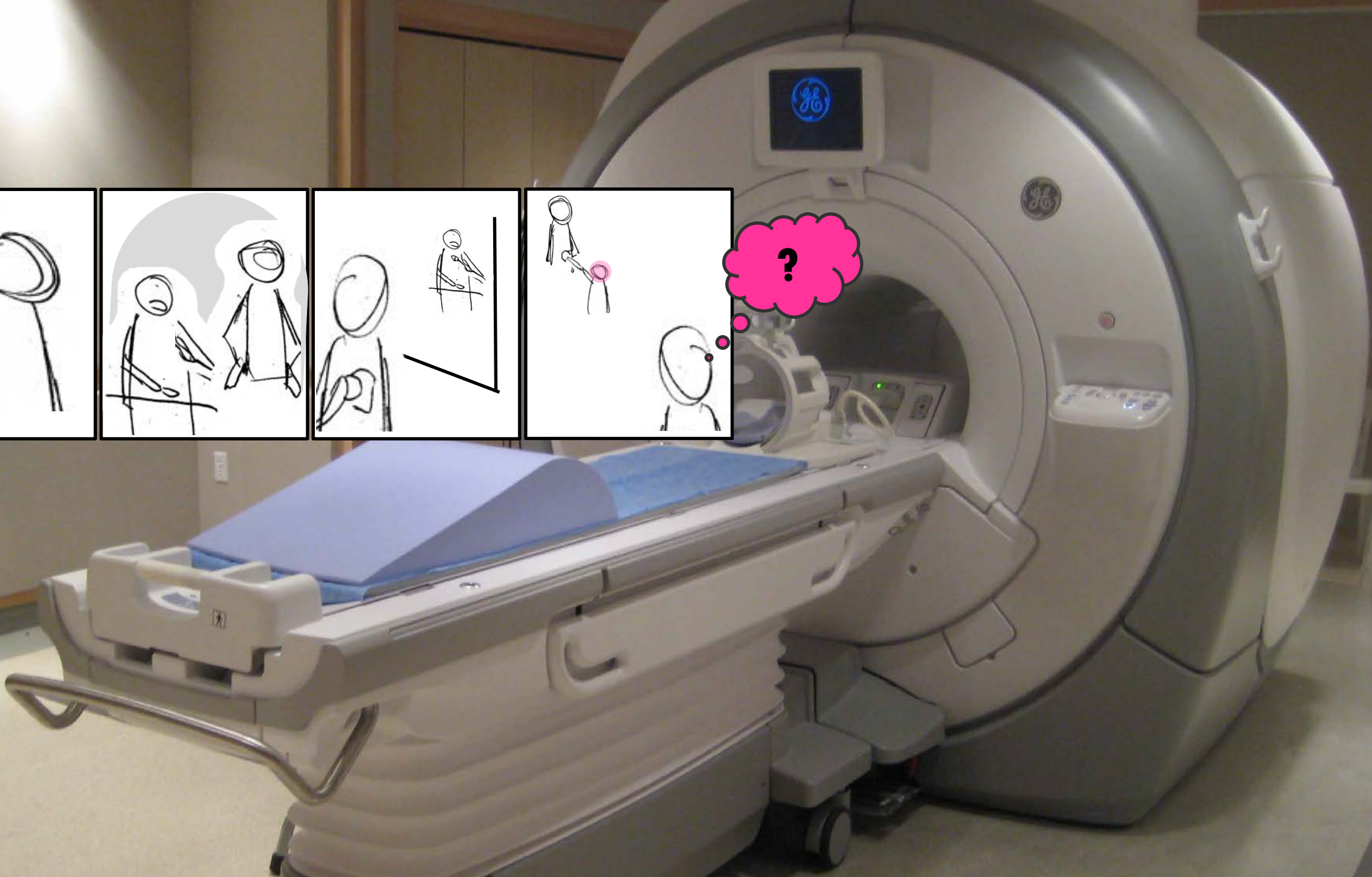


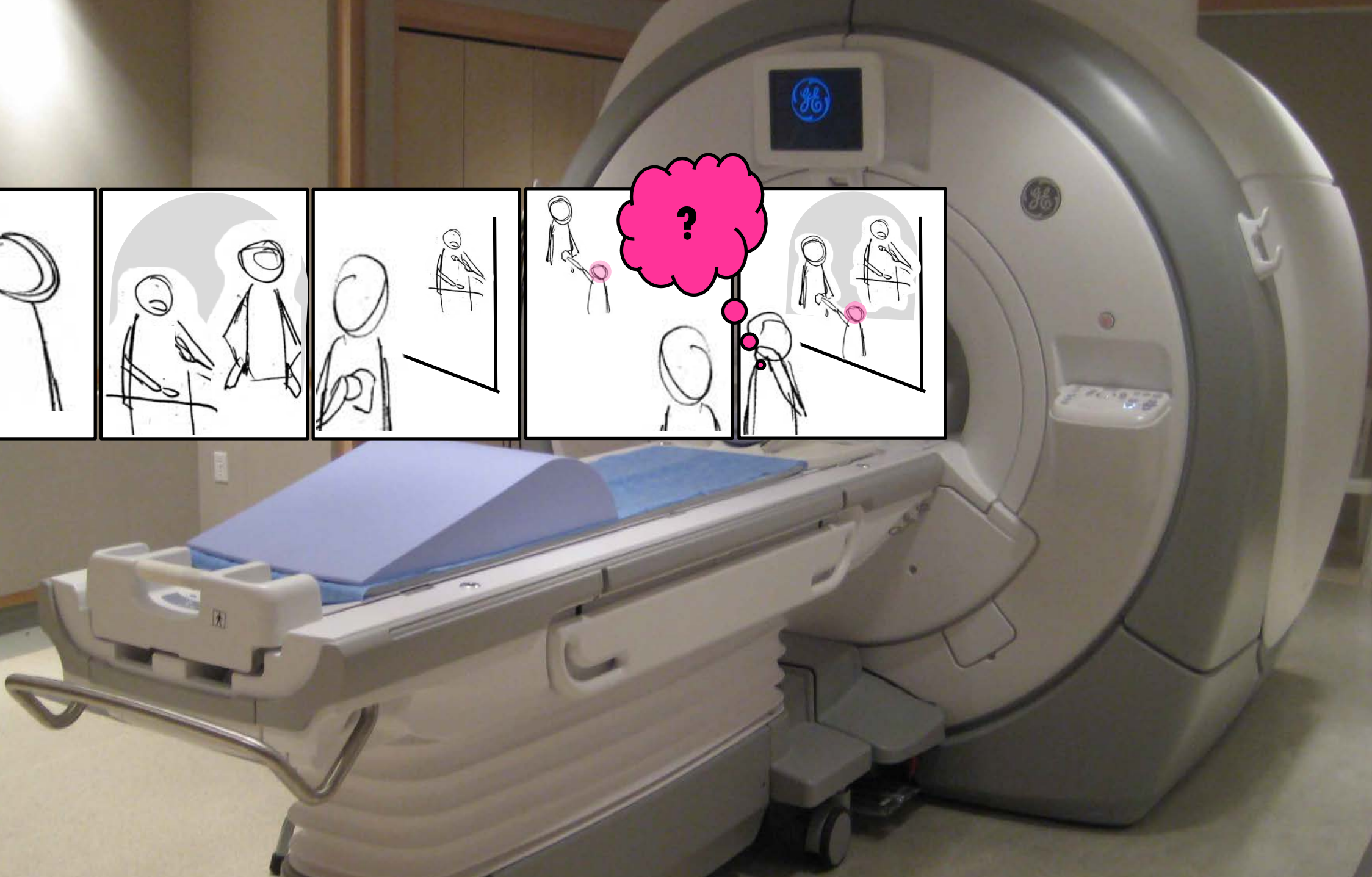
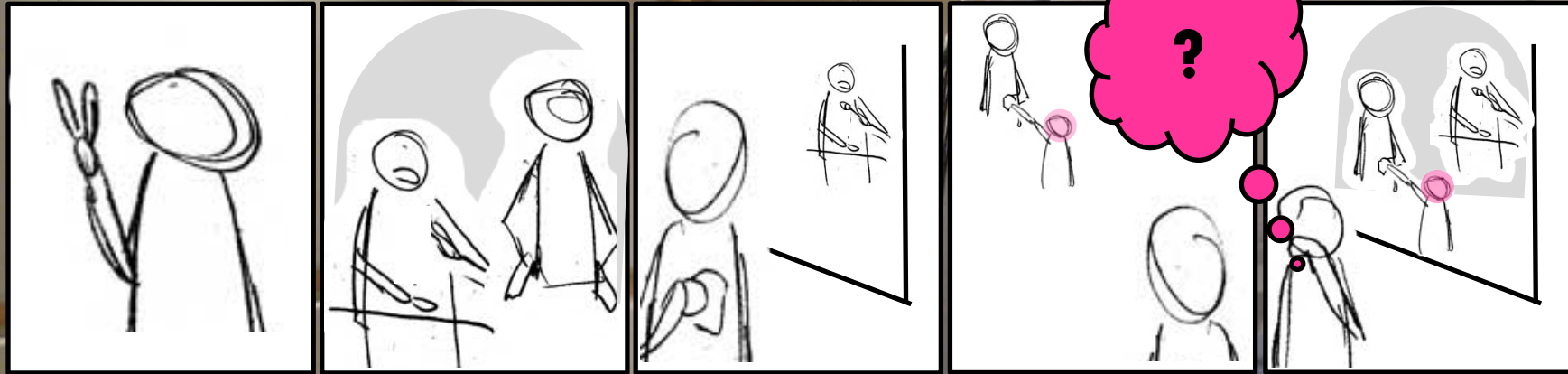


Design award!

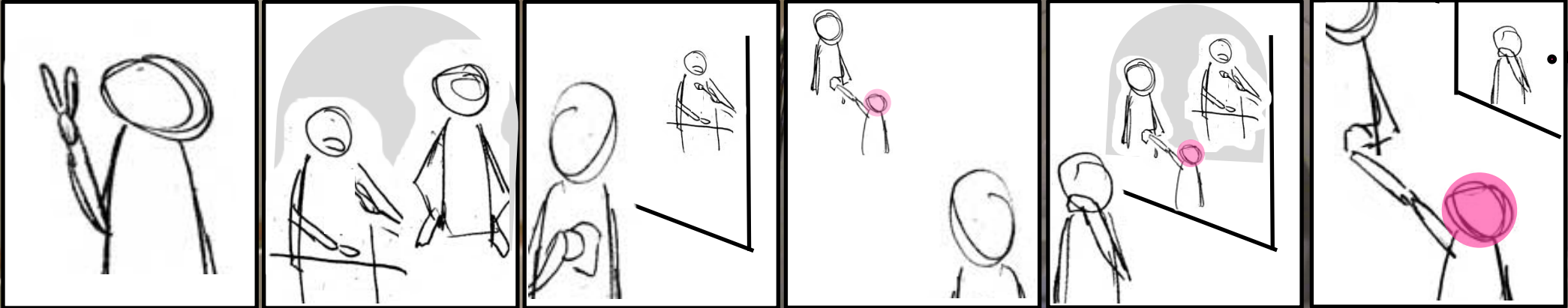


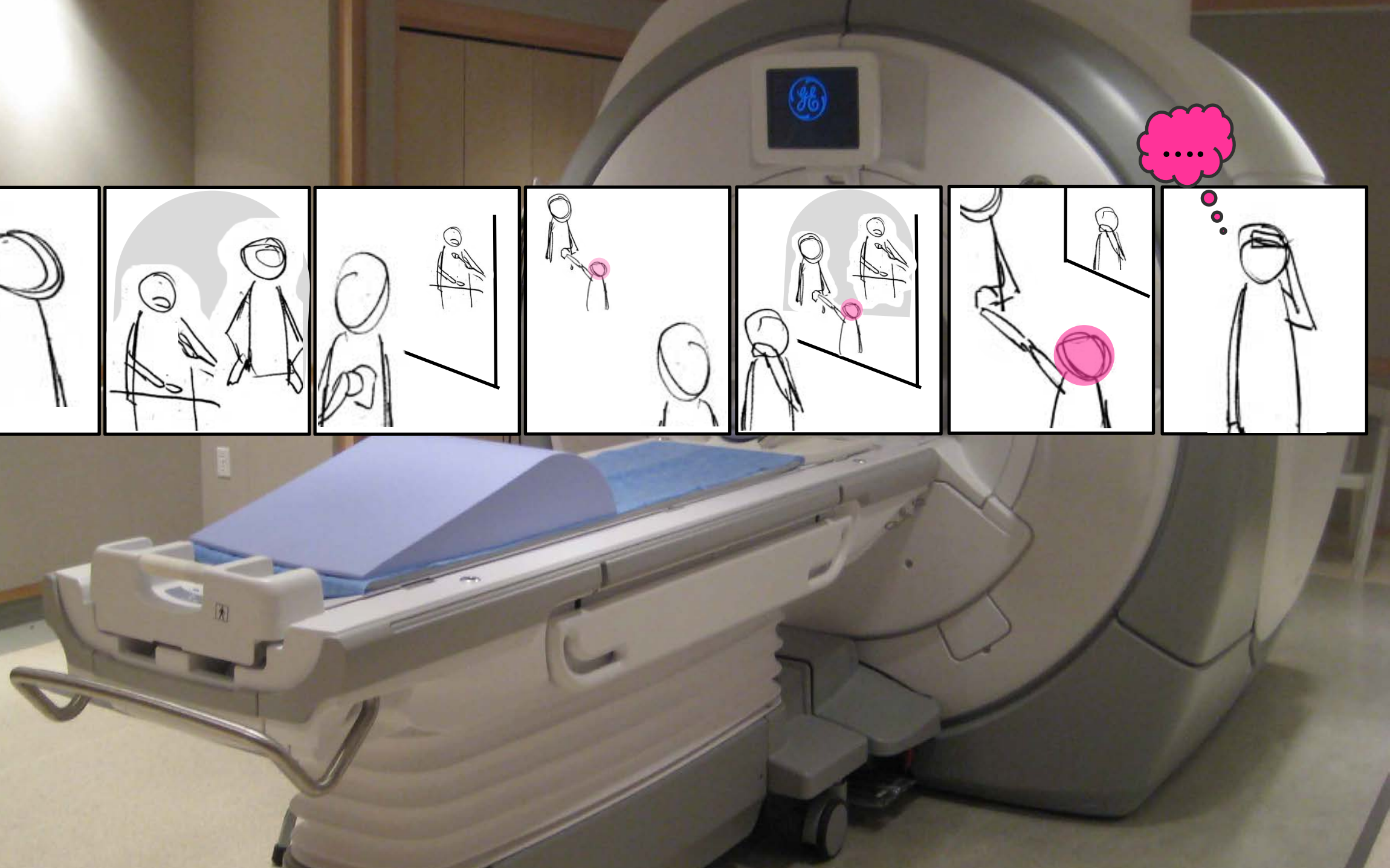
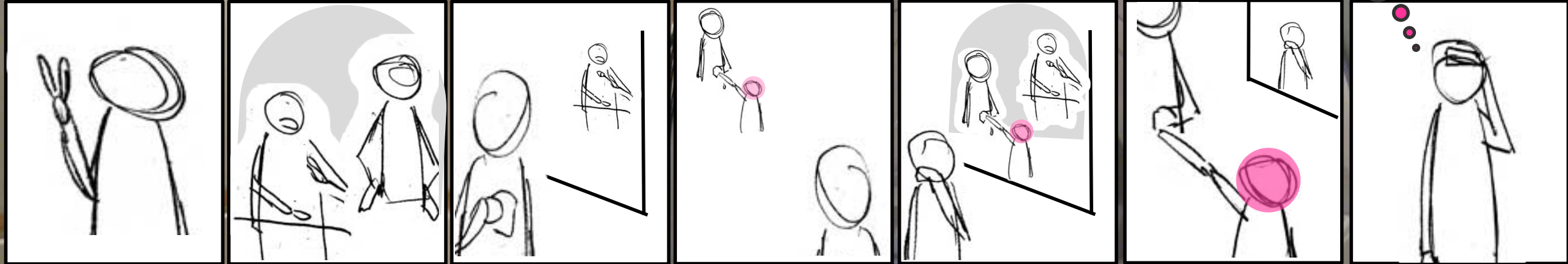


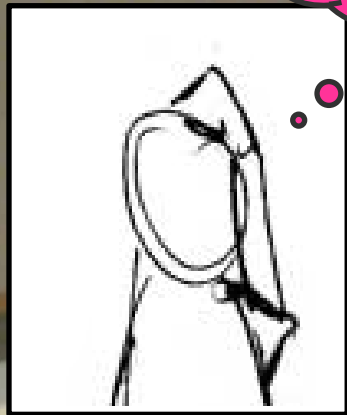
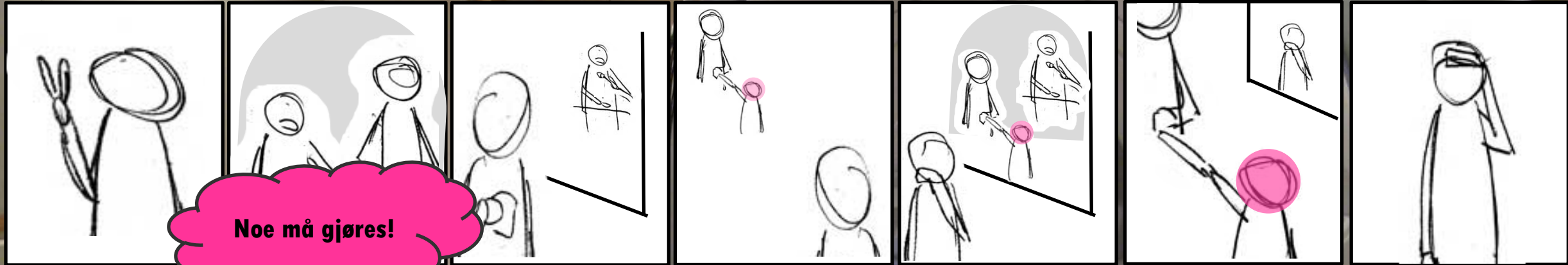




80% Får bedøvelse





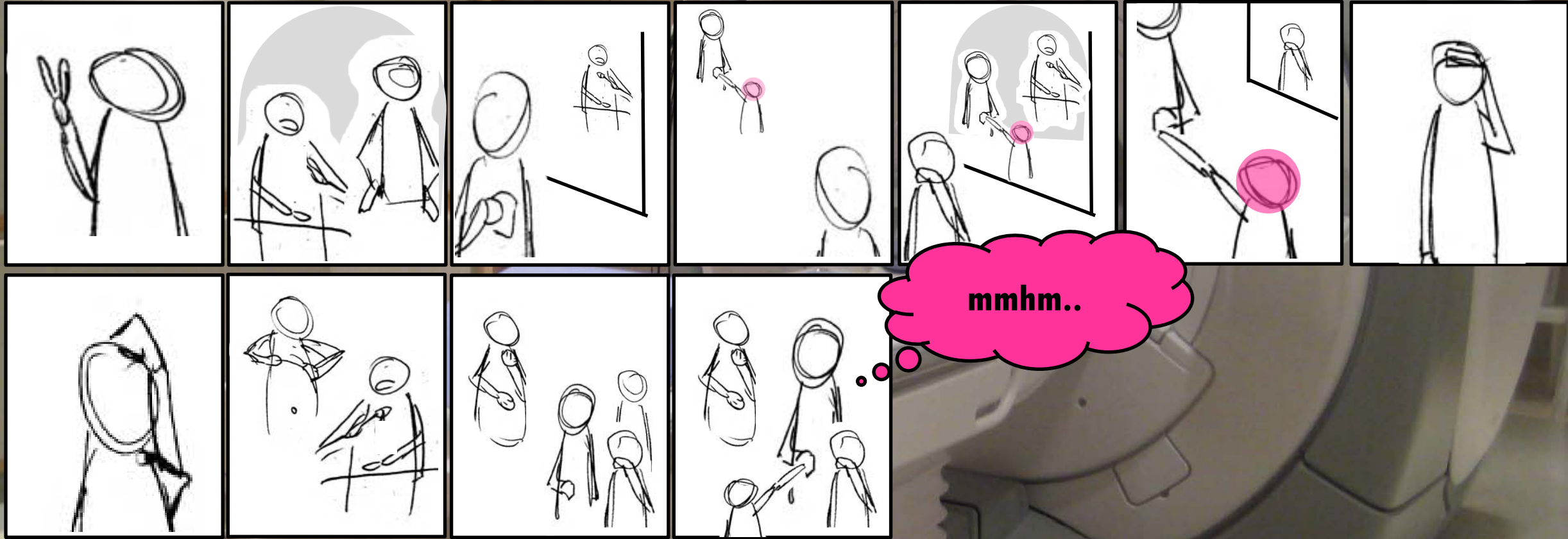




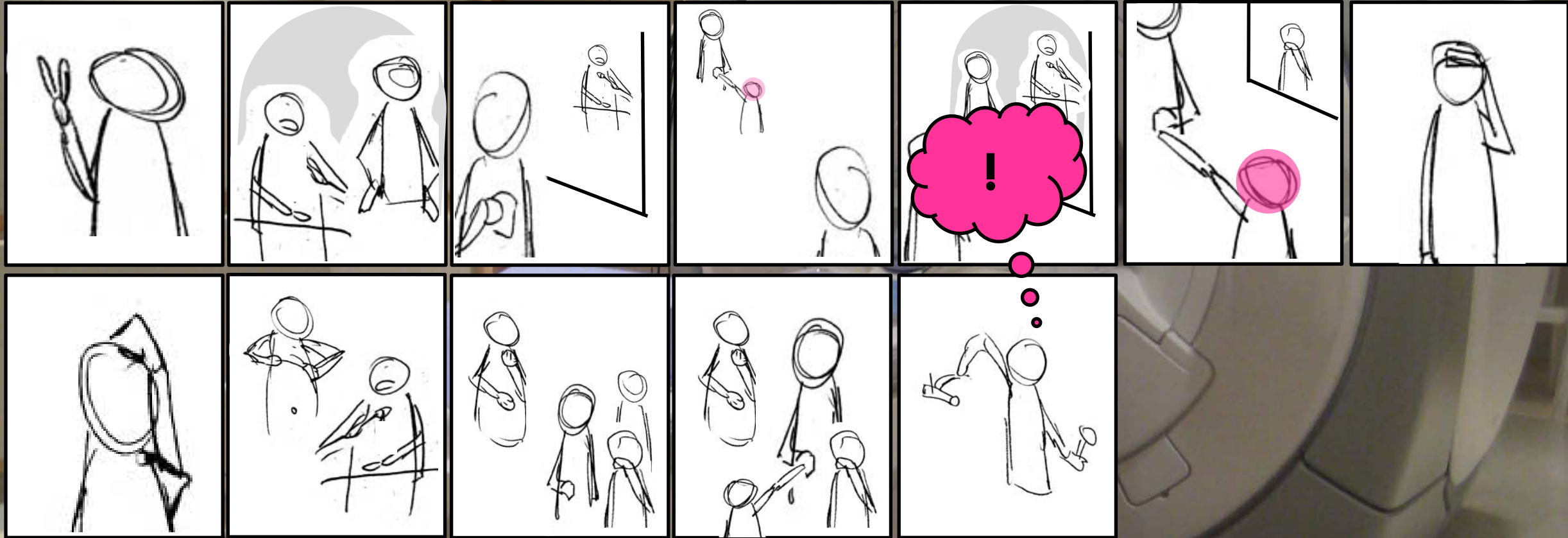
Brukersentrert design!



mmhm..



mmhm..





Dekaler på MR, tak og vegg

Lyden underbygger eventyret

Valgfri skatt fra kista

Skript til tekniker



Verdi

Økt kapasitet

Forutsigbar arbeidsdag

Økt pasienttilfredshet

Økt samfunnsnytte



Tilnærming

Kunden i sentrum

Involvering

Iterativt

Helhetlig

Synliggjøring

Før

Under

Etter

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



Før

Under

Etter

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



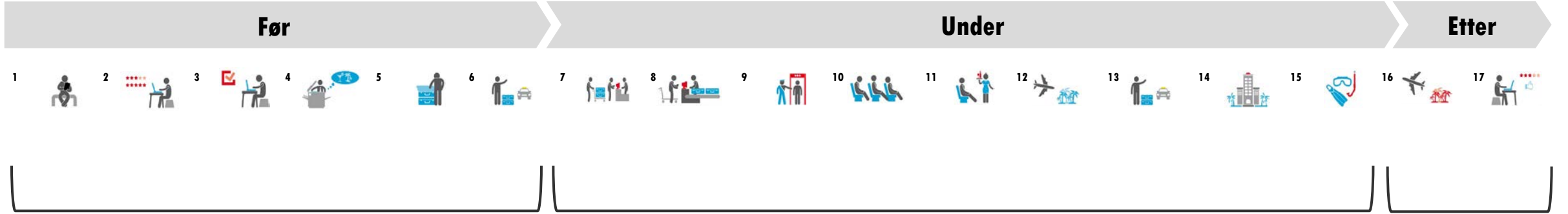
17



Forventninger

Opplevelse

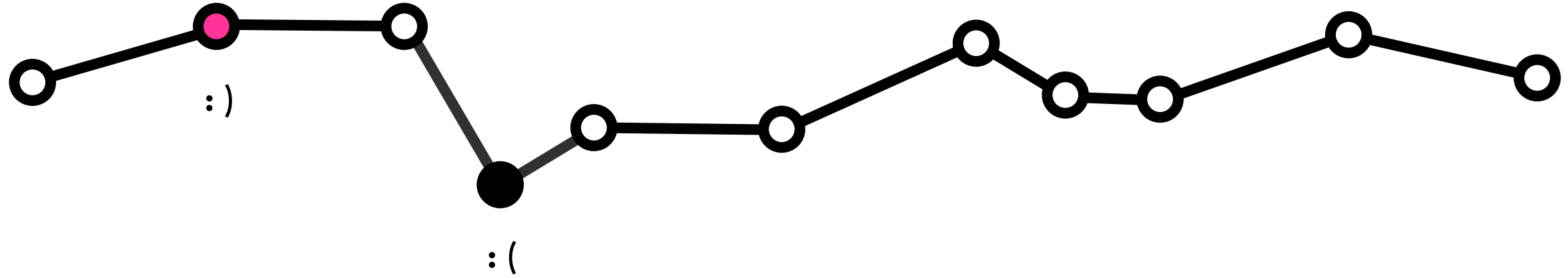
Tilfredshet



Forventninger

Opplevelse

Tilfredshet





Kunde





Kunde



Kontaktpunkt





Kunde



Kontaktpunkt



Ansätze front office



Kunde



Kontaktpunkt



Ansatte front office



Ansatte back office



Kunde



Kontaktpunkt



Ansatte front office



Ansatte back office



Produkter



Systemer / prosesser



Informasjon



Struktur



Kultur



Kunde



Kundereisen



Kontaktpunkt



Ansatte front office

Ansattreisen



Ansatte back office



Produkter



Systemer / prosesser



Informasjon



Struktur



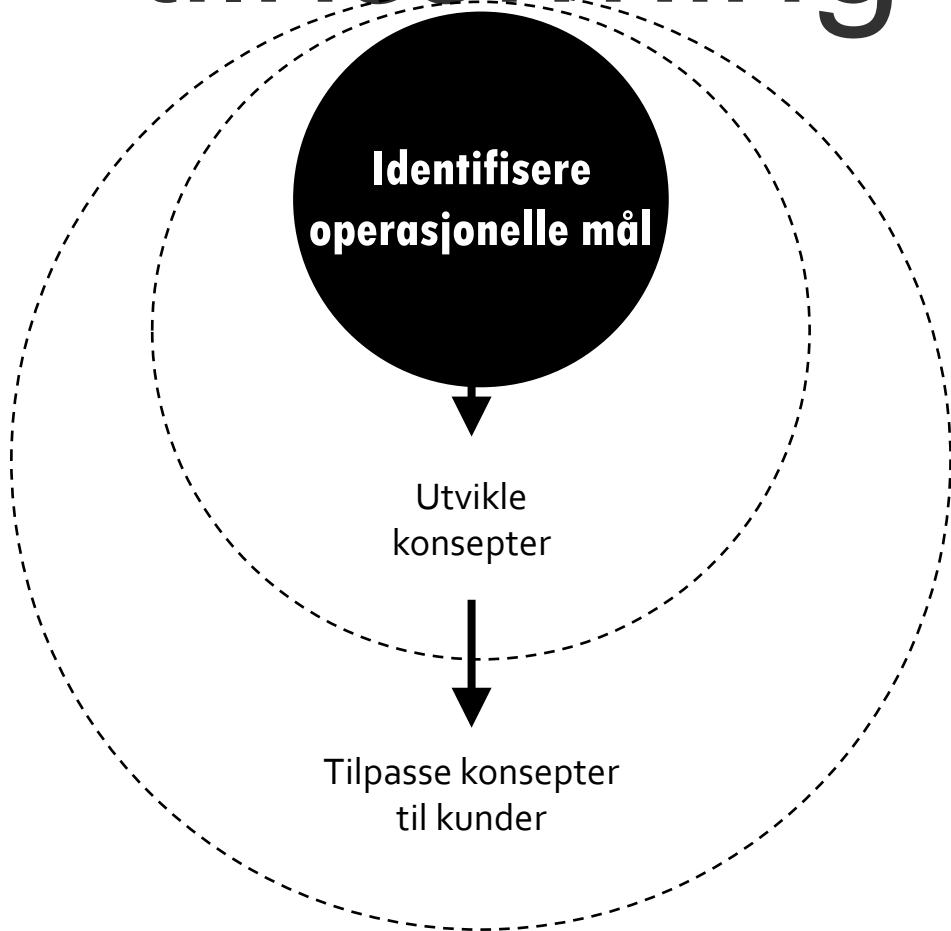
Kultur

**Virksomhets-
reisen**

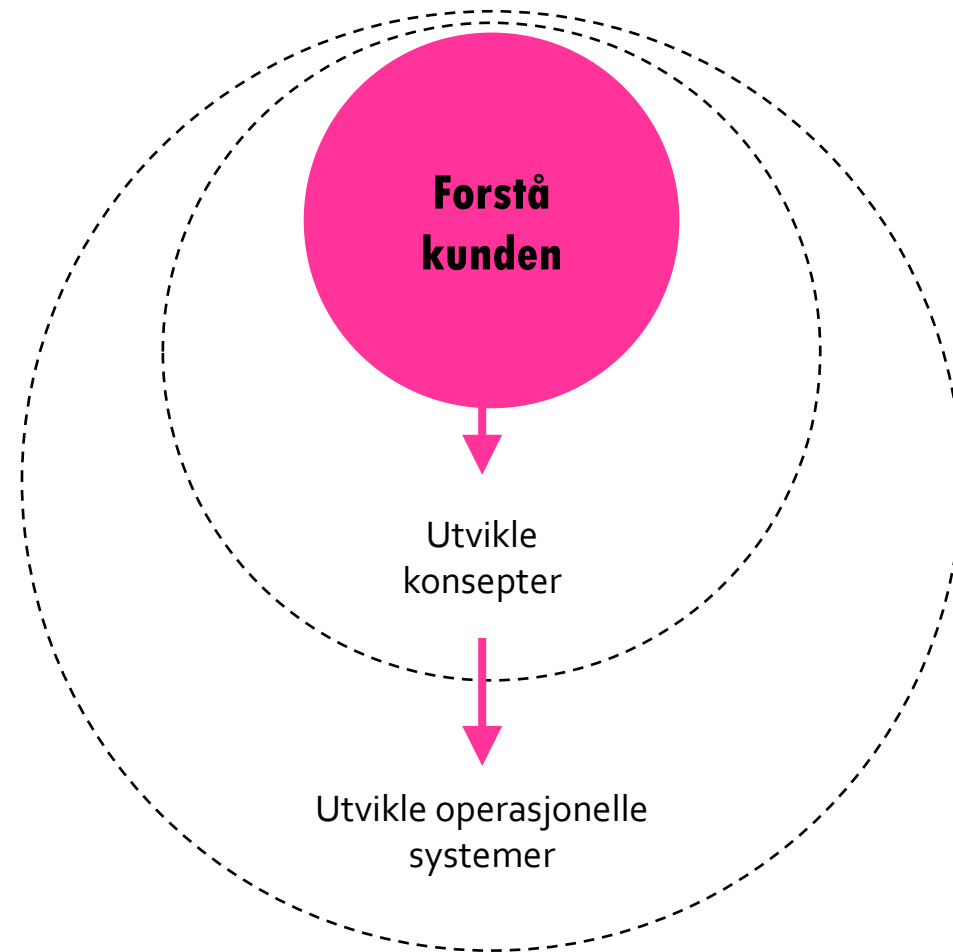
Når dette fungerer,
glemmer vi tjenesten. Vi
husker kun **opplevelsen!**

Dette krever annen tilnærming

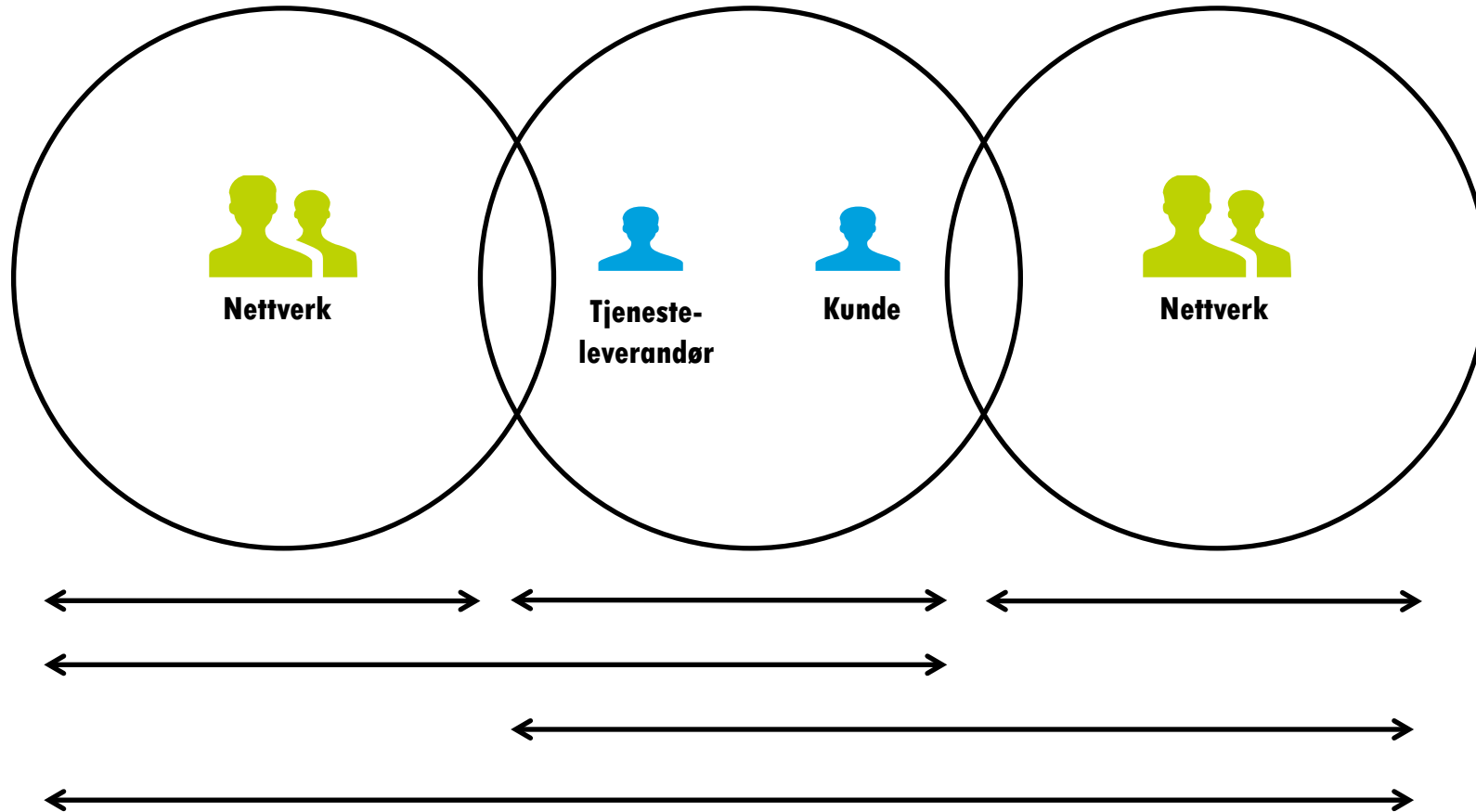
Ordinær kundeopplevelse



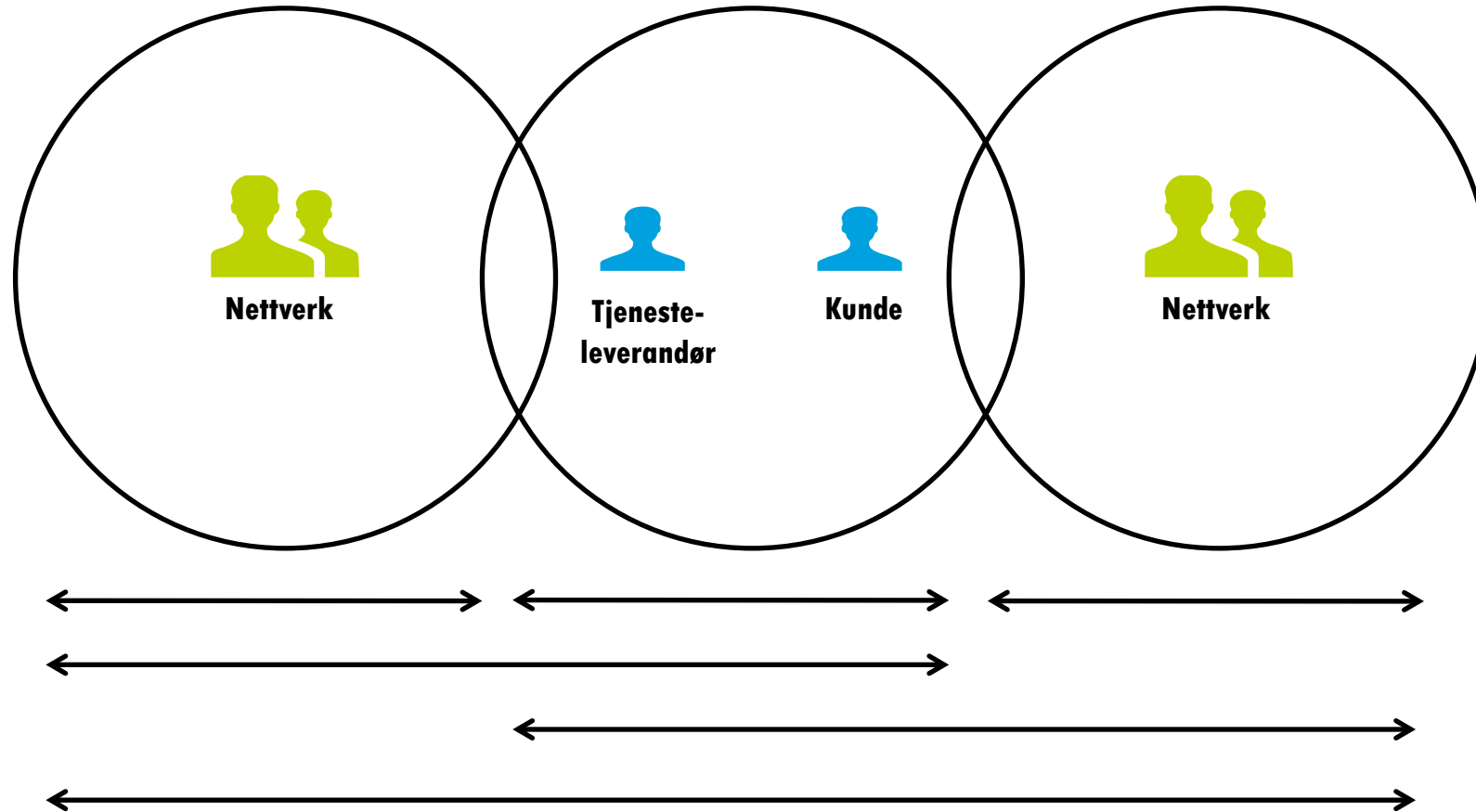
Ekstraordinær kundeopplevelse



Hva gjør andre bransjer?



Nye konkurrenter



Hvordan bli konkret?



Design som en del av strategien



Kunde



Kontaktpunkt



Ansatte front office



Ansatte back office



Produkter



Systemer / prosesser



Informasjon



Struktur



Kultur

Kundereisen

Ansattreisen

**Virksomhets-
reisen**



Kognitive svakheter som hindrer innovasjon



Overfører nåtiden på fremtiden



Overfører egne preferanser på andre



Fargelegger fremtidig tilstand med gjeldende tilstand



Manglende evne til å beskrive egne preferanser



Ser etter bekreftelser på en hypotese

Designprinsipper



Menneskelige verdier



Vis, ikke fortell



Være tydelig



Eksperimenter

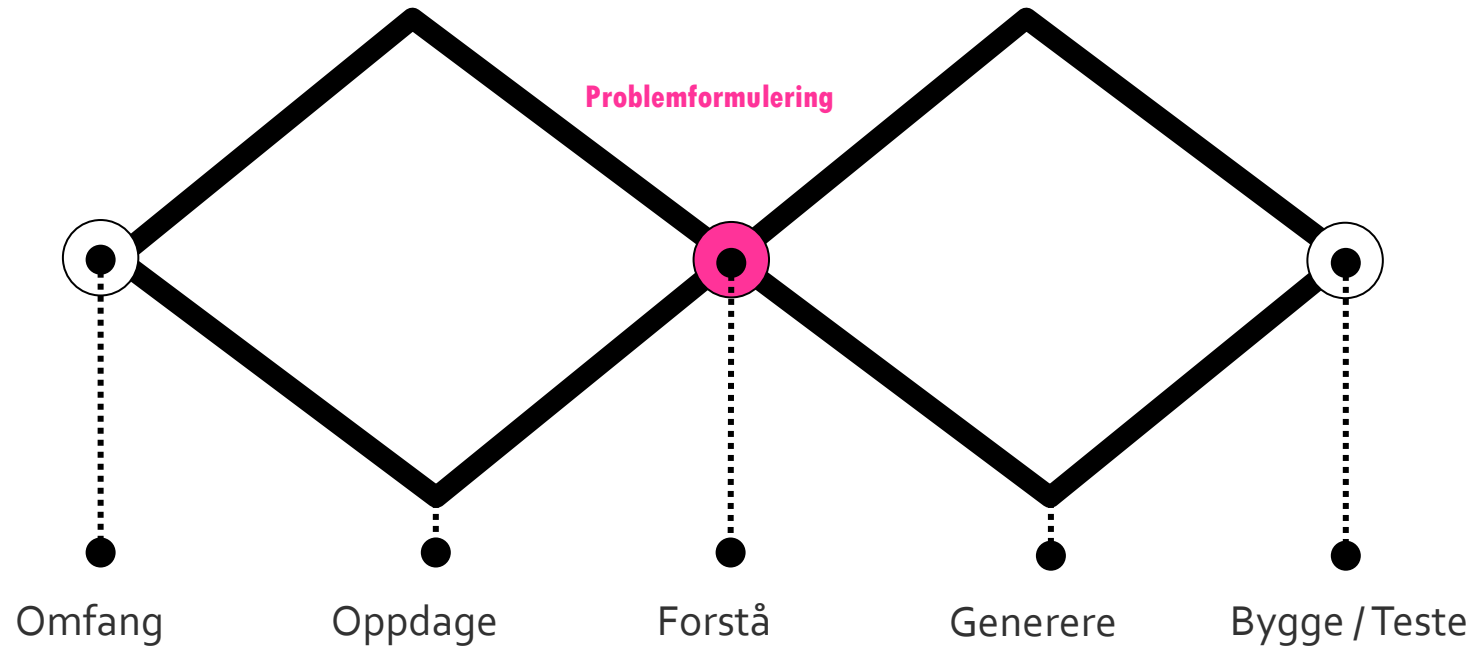


**Nok møter og snakk,
bygg noe!**

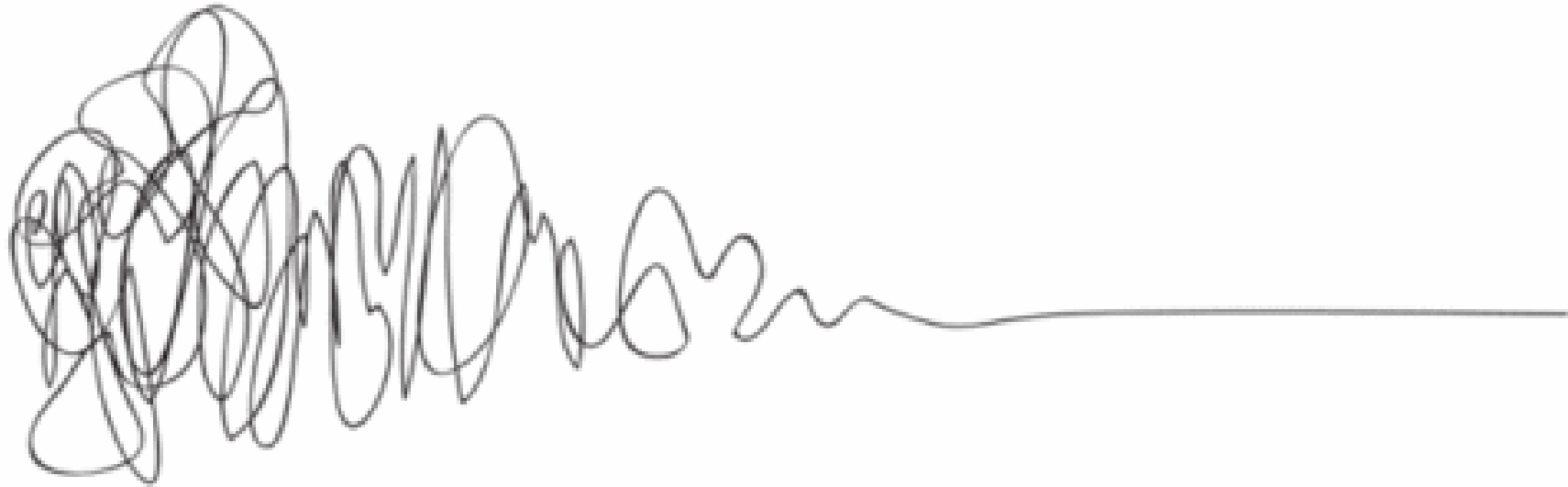


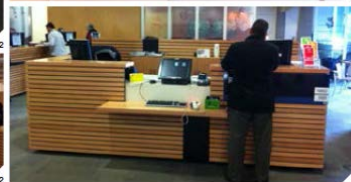
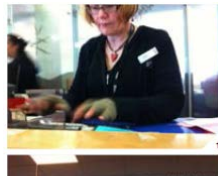
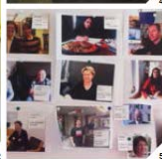
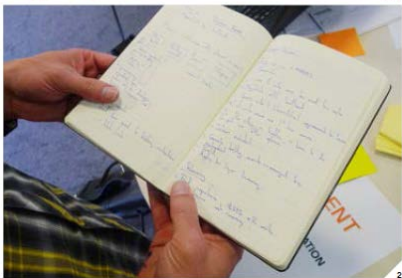
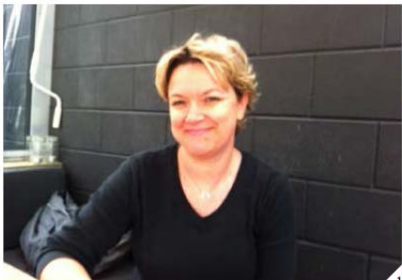
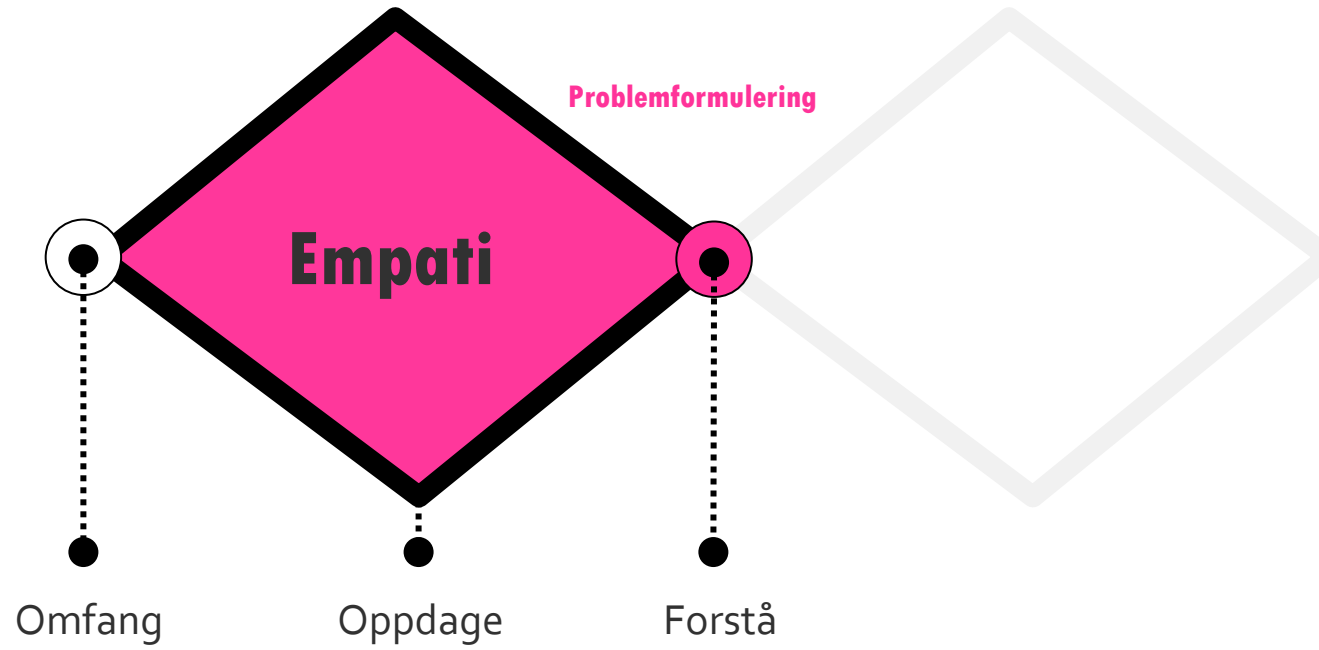
**Tverrfaglig
samarbeid**

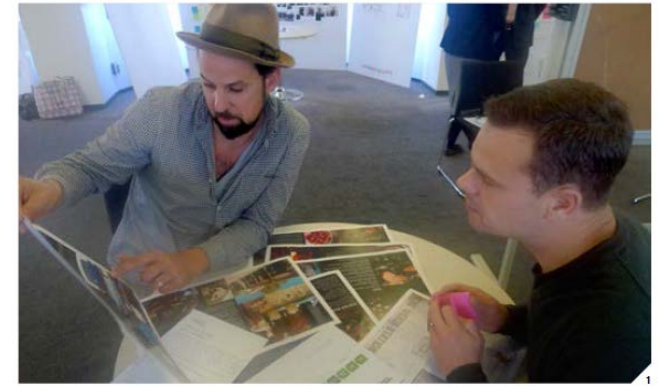
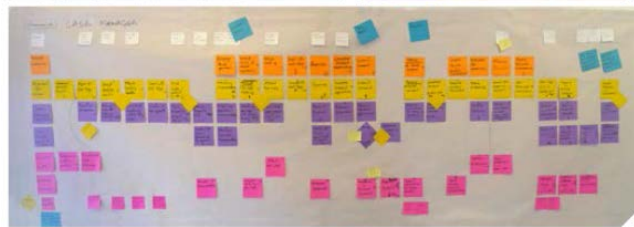
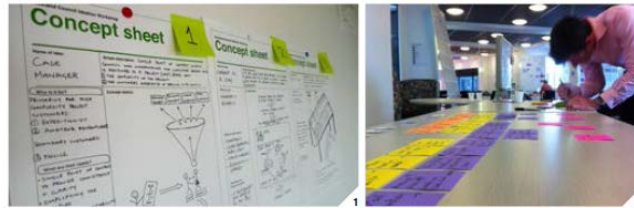
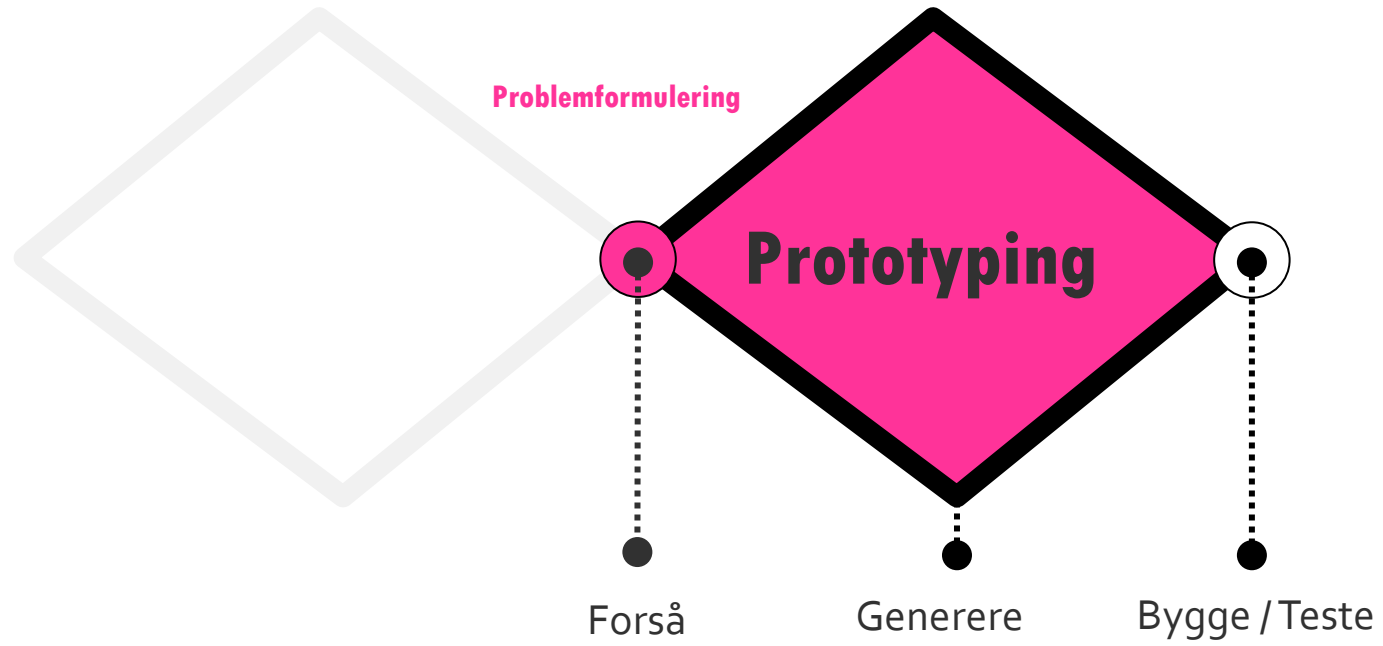
Designprosess



Designprozess



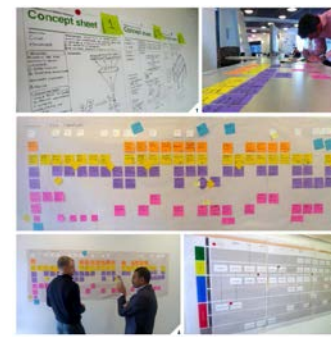
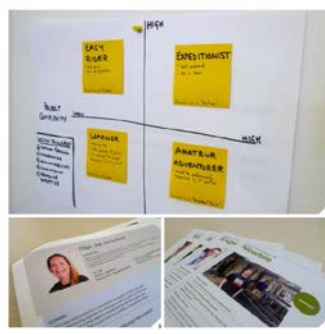
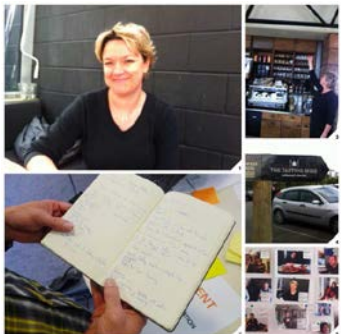




Et bra sted å være



Løs **ett** problem for **en** type kunde



Kreativt tverrfaglig
samarbeid

Tilnærming til innovasjon



Den ensomme helten



Den åpne helten



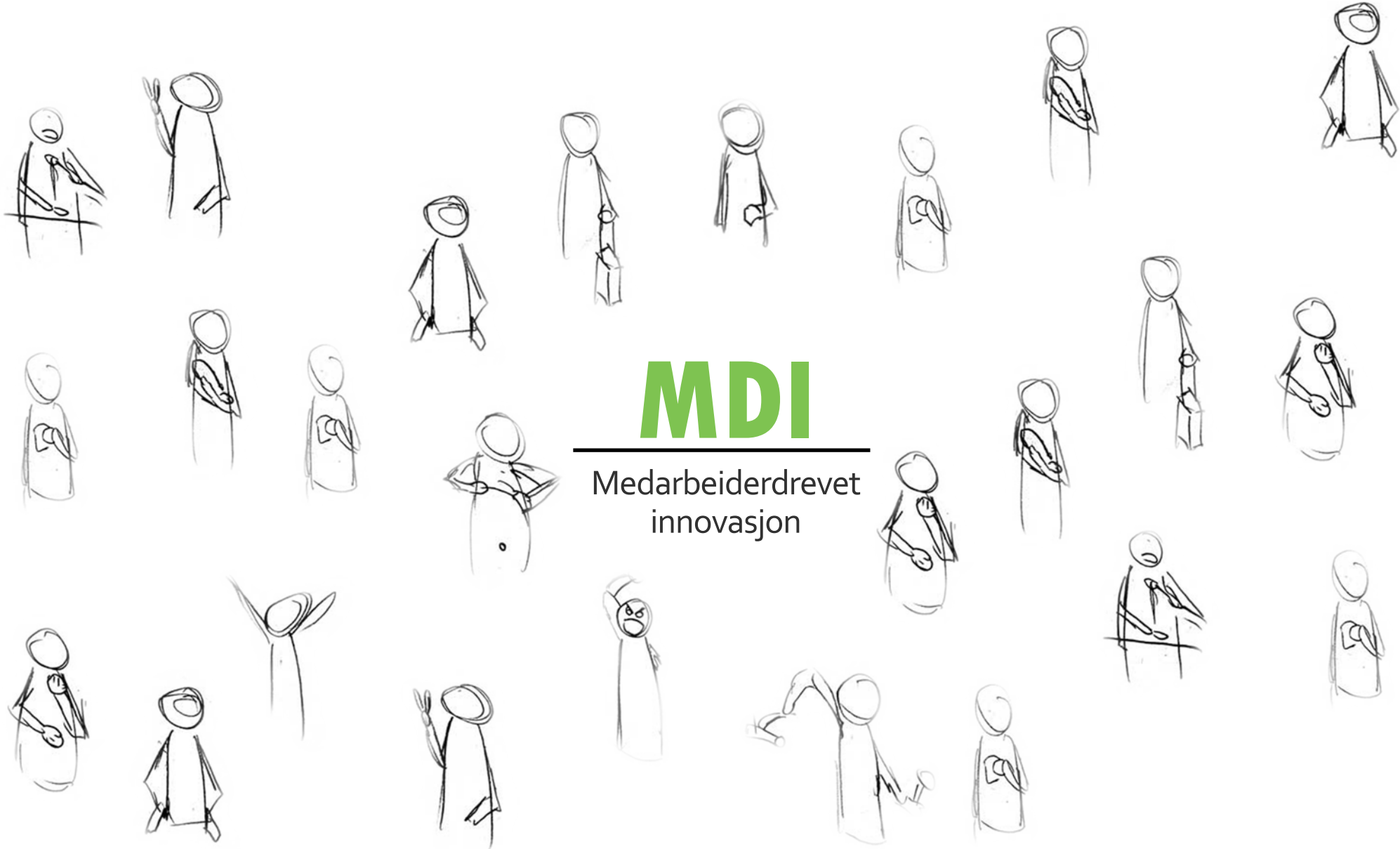
Entreprenøren



$$1 + 1 = 3$$



Ide – Konsep – Pilotering - Lansering



MDI

Medarbeiderdrevet
innovasjon