



بنوك الجيل الرابع

البنوك الذكية 4.0

تأليف: بریت کینج

يتغير العالم من حولنا بشكل متسارع ومضطرب. وسواءً أحببنا هذا التغيير أم كرهناه، أو جدناه سلبياً أم إيجابياً، فهذا لن يُغير من الأمر شيئاً. كل ما نعرفه، ونحتاج إلى تقبله، هو أن الحياة لن تعود إلى سابق عهدها، والبنوك ليست استثناءً من هذا. ولكي نؤهل أنفسنا لمزيدٍ من التغيرات المُرتقبة، علينا أن نعود في رحلة سريعة عبر التاريخ لنعرف كيف أسهم الماضي في تشكيل حاضرنّا، ثم نحاول أن نتنبأ ما يُخبئه لنا مستقبلنا. وهذا تحديداً ما سنقدمه في هذا الملخص النصّي والصوتي.

تتطور البنوك بخطى متسارعة. وفي غضون عشرين إلى خمسين عامٍ على أقصى تقدير، ستتبع البنوك نمط عمل مختلفاً كلياً عما هي عليه الآن. ومن ثمّ، علينا فهم ما يحدث حولنا وإدراك جميع الاحتمالات المُتوقعة، حتى لا نتخلف عن ركب التغيير.

يؤمن المؤلف، بوصفه أحد المستشارين المُخضرمين، بأننا لا يمكن أن نفترض ما سيحدث في المستقبل، بل نحتاج إلى عقد المقارنات والقياسات لما يمكن أن يحدث، أو لا يحدث بناءً على ما حدث في الماضي بالفعل. بعبارة أخرى، يحتاج المرء لأن يكون متأملاً جيداً للماضي قبل أن يكون مستشرفاً للمستقبل.

وعندما نقارن بين ما حدث في الماضي وما يحدث في الحاضر، نجد أن العالم يخضع للرقمنة، وهو الأمر الذي نتج عن انشغالنا المتزايد وبحثنا المستمر عن الحلول الفورية. لقد أصبح وقت الفراغ رفاهية لا نملكها؛ ومن ثم، فلم نعد نطبق الانتظار! وفي ظل موجة التغيير الشامل هذه، لا يمكن أن نتوقع أن تظل البنوك على حالها. كان لا بد لها أن تتطور لتواكب احتياجاتنا، ومتطلباتنا المُستحدثة لأنها إن لم تفعل، فسنبحث تلقائياً عن بديل أفضل، وهو بالتأكيد آخر ما تطمح إليه البنوك.

مراحل التطور

الثقة هي عملة البنوك الأولى والأكثر أهمية بلا منازع. عمل الجيل الأول من البنوك – وهو ما نطلق عليه “بنوك 1.0” – بشكل مُبسط للغاية. إذ كان العملاء يلجؤون إلى البنوك لحفظ أموالهم باعتبارها مكاناً آمناً ومؤملاً لذلك. وفي هذه المرحلة لم تكن التقنية ضمن قواعد اللعبة. ولم يكن هناك ما يُسمى برقم الحساب. كان يمكنك فقط أن تذهب إلى البنك وتودع أموالك وتستلم في المقابل إيصالاً يحمل اسمك وعنوانك. وكان هذا الإيصال هو رقم حسابك في الفرع الذي أودعت مالك به؛ إذ لم يكن متاحاً حينئذٍ أن تسحب أو تُودع المال في أي فرع آخر قبل أن تُنشئ حساباً جديداً فيه. ولكن بعد فترة، خَطَّت التكنولوجيا خطواتها التطورية الأولى في قطاع البنوك بسبب متطلبات العملاء المتنامية وعدم قدرة النظام البشري على تلبيتها.

بنوك الجيل الثاني

سُمِّي أول حاسوب مركزي للبنوك بـ “إرما” (آلة التسجيل الحسابية الإلكترونية) وقد صمَّمه “معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا” في خمسينيات القرن الماضي بالولايات المتحدة الأمريكية بهدف معالجة الشيكات. إلا أن هذه الآلة عجزت عن تسجيل بيانات العملاء بأسمائهم. ولذا، كان كل عميل يتسلم عدداً من الأرقام المُسجَّلة على نظام “إرما”، وكانت هذه بداية نظام أرقام الحسابات البنكية المُتبع حتى يومنا هذا. وفي منتصف الثمانينيات، بدأ البحث عن طرق بديلة لتحويل الخدمات البنكية إلى خدمات ذاتية. ومن هنا جاءت فكرة ماكينات الصرف الآلي بديلاً لاصطفاف العملاء ساعاتٍ طوال في فروع البنوك ومبانيها. أخذت المنصات الإلكترونية للبنوك في التوسع؛ ومن ثم، لم يعد العملاء يتعاملون معها باعتبارها مُنشآت ذات ساعات عمل محددة، بل أصبحت تقدم خدماتها على مدار 24 ساعة. وكان هذا الجيل الثاني من البنوك – “بنوك 2.0”.

بنوك الجيل الثالث

أما الجيل الثالث من البنوك – وهو “بنوك 3.0” – فقد شهد بداية الخدمات البنكية عبر الإنترنت. فلم تعد مضطراً اليوم للذهاب إلى ماكينة الصرف الآلي، إذ أصبح بإمكانك الآن أن تستخدم هاتفك المحمول لإتمام معاملتك البنكية في أي وقت على مدار اليوم. وهنا أخذت الثقة منعطفاً جديداً. فلم نعد نضع ثقتنا في البنوك بحد ذاتها كملاذٍ آمن للنقد، بل ننق في الخدمات التي نتلقاها – أو بالأحرى في منصة البنك الإلكترونية، والخدمات التي تقدمها. فإذا تعطل نظام البنك لبضعة أيام، أو حتى ساعات، وعجز العملاء عن الولوج إلى الخدمات البنكية، فسيفقد البنك ثقتهم. بعبارة أخرى، تغيّر مفهوم الثقة بشكل جذري ليرتبط بالمنفعة – وهو أمر يجب أن يوضع في الحسبان.

غياب العنصر البشري

لم يطل التغيير هيكل البنوك فحسب؛ بل امتد ليشمل الخدمات المالية وآلية عملها، على سبيل المثال، ما يُسمى “يوباو”، وهو مُنتج مالي قدمته منصة “علي بابا” للتجارة الإلكترونية لأول مرة في عام 2013. قدّم هذا المُنتج للمستثمرين عائداً على الفائدة أعلى بكثير مما تقدمه البنوك على الودائع التقليدية. بدايةً، جمعت المنصة ودائع من

التجار الذين يعملون في الصين، وبعد فترة قصيرة حققت نجاحاً مبهراً. إذ تمكنت من جمع أكثر من 180 مليار دولار من الأصول، وكل ذلك من دون أي تدخل بشري، ومن دون أن تضطرّ إلى إنشاء أيّة فروع بنكية على أرض الواقع. بالعودة إلى خمسينيات أو حتى ثمانينيات القرن الماضي نجد أن أحداً لم يكن ليصدق أن هذا قد يحدث في يوم ما؛ وإن صدّق أحدهم، فلم يكن ليرى أن الأمر سيُجدي نفعاً. فحين نؤمن أن الفروع المادية للبنوك، والمعاملات المباشرة، حتمية لجذب العملاء وإقناعهم بإيداع أموالهم. ثم جاء "يوباو" ليثبت لنا خطأ هذه المزاعم باعتباره مؤتمناً كلياً. وبمرور الأيام، ستزداد التقنيات المُهمّشة للعنصر البشري بصورة صادمة في شتى مجالات الحياة. إذ أصبحت منازلنا وهواتفنا مزوَّدة بمُساعدين شخصيين أذكياء، إلى جانب الذكاء الاصطناعي القائم على تقنية الفيديو – وهي برامج تحلل الأصوات والصور للتعرف على البشر، أو الأدوات، أو الأشياء، وغيرها – ومن المتوقع، في غضون سنوات، أن نمتلك نظارات ذكية تسمح بعرض البيانات أمام أعيننا مباشرة لتُسهّل علينا اتخاذ القرارات. كل هذه التقنيات ستؤثر في الخدمات البنكية في عالمنا. لذا، لا بد وأن يُعاد تصميم البنوك من الصفر بحيث تقوم على مبدأ الخدمة؛ فلم يعد المستخدمون يكتفون بالمنتجات، إنما هم بحاجة إلى خدمات متاحة على مدار الساعة.

المبادئ الأولى

حدثت كل التغيّرات الكبرى التي شهدتها العالم من خلال ما يُسمى بفكر "المبادئ الأولى". وهو ما يحدث عندما تظهر تقنية جديدة مُختلفة كلياً عن سابقتها، حتى أنها تدفع الناس إلى تغيير سلوكهم. وخير مثال على ذلك هو السيارات التي أحدثت طفرة على عدة مستويات. فعلى مستوى الوظائف، مثلاً، لم يعد هناك حاجة لركوب الخيول؛ وعلى مستوى تخطيط المُدن، تغير التخطيط العمراني نظراً للحاجة إلى شقّ طرق ممهدة تصلح لحركة المركبات. عند اختراع السيارات، لم يكن الناس يُفكرون في تطوير ما لديهم بالفعل فيما يتعلق بوسائل المواصلات – كالبحث عن طرق لجعل الخيول أسرع- بل قرروا أن يسلكوا نهجاً مختلفاً كلياً يؤدي بهم إلى وسيلة أسرع للانتقال بين الأماكن. وثمة مثال آخر في هذا السياق، وهو "آيفون". عندما قرر "ستيف جوبز" أن يبتكر هاتفاً جديداً، لم يحاكِ هواتف "نوكيا"، أو "موتورولا"، أو غيرها من العلامات التجارية الناجحة آنذاك – بل أراد أن يبتكر هاتفاً يُتيح الاتصال بالإنترنت، وتعمل شاشته باللمس، ويضم بعض التطبيقات المفيدة. تمخّضت هذه الأفكار في النهاية عن جهاز "آيفون" الذي لاقى نجاحاً مبهراً.

تحتاج البنوك إلى تطبيق النهج ذاته على طريقة عملها. حيث تُقدّم لنا البنوك ثلاث خدمات رئيسية: القدرة على الدفع، والاحتفاظ بالقيمة، والحصول على الائتمان. واليوم، بما أننا جميعاً نحمل هواتف ذكية، فقد صارت الخدمات البنكية الإلكترونية في متناول الجميع. إلا أن البنوك تحصل من المُستخدمين رسوماً مالية ثابتة مقابل هذه الخدمات، ويدفعها العملاء على مضض لعدم وجود بديل. تفرض البنوك هذه الرسوم كي تمتلك من المال ما يؤمن مستقبلها. ولكن على البنوك أن تتبنّى فكر "المبدأ الأول" من خلال إضافة قيمة أفضل لأصحاب الحسابات بدلاً من فرض الرسوم على الخدمات. ولنا في حديثي التخرُّج مثال. فبمجرد تخرجهم في الجامعة، يغوص معظمهم وسط أطنانٍ من الديون التي تُثقل كاهلهم، ويبدلون جهوداً مُضنية لسداد قروضهم التعليمية، وفي الوقت نفسه، يلهثون وراء حلمهم بامتلاك منزل خاص. وعندما يقرّرون البحث عن قرض عقاري، فإنهم يتجنبون البنوك التقليدية ويتوجهون إلى المؤسسات الجديدة مثل "أمازون". وفي حين لم تبدأ البنوك بشكلٍ مُبتكر، ولم تنشأ من العدم، بل نشأت نتيجة لتطوّر أنظمة كانت موجودة مسبقاً؛ نجد مؤسسات أخرى، مثل "أمازون"، تثبت أن لديها نظاماً أسرع وأن بإمكانها تيسير الحياة على العملاء، لأنها ابتكرت نظامها من الألف إلى الياء – وهذا هو جوهر المبدأ الأول.

تغيير السلوك

عندما تستهدف البنوك العملاء لفتح حسابات ادّخار متنوعة في الوقت الحالي، فإنها تطالبهم بحدّ أدنى من الأصول

المُدارة لِيتمكّنوا من فتح هذه الحسابات. ولكن آن الأوان لِيَتغيّر كلُّ ذلك. إذ تحتاج البنوك إلى المزيد من التركيز على فهم سلوكيات العملاء كي تساعد على الادّخار والاستثمار بأفضل صورة مُمكنة. وسينعكس ذلك التوجه بالإيجاب على كلٍّ من البنك والعملاء؛ لأن البنوك من ناحيتها ستحصل على المال الذي تحتاجه وسيكوّن العملاء الحد الأدنى من الأصول المُدارة بشكل أسرع من النهج التقليدي المُتبع- والذي يقوم على جذب انتباههم لمنتجات مختلفة ليستثمروا أموالهم فيها. ويُعد التركيز على سلوكيات العملاء، بدلاً من المُنتجات المعروضة، هو البديل الأمثل. وخير مثال على ذلك البنك الصناعي والتجاري الصيني - ICBC الذي شرع بالفعل في اتخاذ خطواته الأولى على طريق التغيير. وبدأ في مراقبة سلوكيات العملاء لطرح نماذج من المخاطر الاستثمارية التي تناسب مختلف العملاء، كما توقف تماماً عن استخدام استبيانات المخاطر التقليدية - وهي استبيانات تستكشف مدى فهم العميل للأسواق والاقتصاد وكيفية تعامله مع ظروف اقتصادية بعينها. قد لا يروق هذا النهج للبعض، لاعتقادهم أن موجز استبيان المخاطر ضروري لفهم ما سيلتزمون به، ولكن هذا كان في الماضي. يُراقب "البنك الصناعي والتجاري الصيني" سلوك العملاء ليكتشف حجم المخاطر التي يُشكّلها كل منهم. وحين تُمثّل عائفاً، يعمل البنك على الحد منها من خلال توعية العميل وتزويده بالأدوات اللازمة، ثم تقديم خطة ادّخار مناسبة له.

طريقة جديدة للإنجاز

لم يتجاوز التغيير الذي استحدثته البنوك في العقود الماضية محاكاة المعاملات التي كانت تتم عادةً داخل الفروع؛ فهي نفسها تتم الآن إلكترونياً عبر الهاتف. تبنّت مؤسسة "كايبیتال وان" المصرفية هذا النهج فيما يتعلق ببطاقات الائتمان الخاصة بها. إذ أمنت أن تقنية بصمة الصوت هي الطفرة القادمة في عالم الأعمال؛ ومن ثمّ، قررت أن تتيح لعملائها إدارة مدفوعات بطاقات الائتمان باستخدام بصمة الصوت ورمز التأكيد المُرسَل إلى هواتفهم. وهذا جُهد مشكور بالطبع، ولكنه غير كافٍ. وبالتالي، اكتفوا بربط خدمة موجودة في فروعهم بـ"أليكسا" المُساعد الافتراضي الذكي التابع لمنصة "أمازون". ولكن إذا وظف أحدهم فكر المبدأ الأول هنا، لتخلّى على الأرجح عن فكرة بطاقات الائتمان برمتها، وابتكر نظاماً جديداً كلياً يقوم على تقنية الصوت فحسب، من دون الحاجة إلى هذه البطاقة البلاستيكية لإتمام المعاملات.

ومن الكيانات التي طبّقت هذا الفكر مؤسسة "تنسنت" التي طورت تطبيق "وي تشات" - وهو برنامج تواصل اجتماعي صيني للمراسلة الحرة، والتجارة، وخدمات الدفع. تتم الآن حوالي 98 % من مدفوعات الهواتف عبر منصات إلكترونية بدلاً من البنوك. وفي العام الماضي، بلغ إجمالي المعاملات الإلكترونية: 12 تريليون دولار، وهو رقم يفوق ما كانت تحقّقه بطاقات الائتمان أو بطاقات الخصم المباشر. لم يجبر مطوّر البرنامج العملاء على التسجيل من خلال البطاقات في أحد فروعهم كما جرت العادة؛ بل طلبوا منهم أن يتّموا مدفوعاتهم فقط عن طريق قراءة رمز الاستجابة السريعة (QR) عبر الهاتف. ولم يحاولوا محاكاة نموذج موجود بالفعل أو الإضافة إليه؛ بل بدؤوا من الصفر. ثمة سببان يحثّمان الاستغناء عن بطاقات الائتمان والخصم المباشر؛ أولهما، سهولة سرقة هذه البطاقات، والثاني، أن الكثيرين لا يمتلكونها. بعض الناس لا يملكون أصلاً حسابات بنكية حتى هذه اللحظة. كانت هذه إحدى المشكلات التي واجهت تطبيق "أوبر" لدى بداية تشغيله. إذ وجد القائمون عليه أنهم غير قادرين على توظيف السائقين بالسرعة المطلوبة. وعندما بحثوا عن الأسباب، اكتشفوا أن 30% من السائقين الذين يحاولون التسجيل يتوقفون عند مرحلة معينة ويُغلّفون التطبيق - وذلك عندما يُطلب منهم إدخال رقم بطاقة الخصم المباشر. معظم هؤلاء كانوا يعملون سائقي سيارات أجرة. وكانت معاملاتهم تتم نقداً، ولم يحتاجوا إلى بطاقات. لذا وجد القائمون على التطبيق أن عليهم فتح حسابات بنكية للسائقين كي تنمو المؤسسة بشكل أسرع، وأصبحت "أوبر" الآن أحد أكبر أصحاب الحسابات البنكية للشركات الصغيرة في "الولايات المتحدة". ولم ترغب مؤسسة "أوبر" في أن تتحول إلى بنك أو تؤسس واحداً؛ بل أرادت فقط مزايا البنوك بهدف تسهيل العملية على الرُكّاب والسائقين على حدٍّ سواء، وعلى نفسها في المقام الأول.

المستشار المالي

استندت الخدمات المالية على مدار أربعين عاماً مضت إلى فكرة واحدة: وهي أن خير سبيل للحصول على أكبر قدر من المكاسب المالية هو الاستعانة بمستشار مالي؛ وهو شخص لديه من المعرفة ما يؤهله لتقديم نصائح مالية سديدة. غير أن هذا أيضاً سيتغير في المستقبل القريب. ستُغير التقنية نظرتنا إلى مفهوم النصيحة، فضلاً عن طريقة صياغتنا للأسئلة من الأساس. سيصبح طلب الاستشارات المالية أقرب إلى توجيه سؤال إلى تطبيق "سيري" – أحد تطبيقات نظام التشغيل في هواتف "آيفون"، على سبيل المثال، هل بإمكانك تحمل تكاليف الخروج مع أصدقائك اليوم؟ أو هل بإمكانك شراء هذه السترة؟ أو كم المبلغ الذي عليك ادخاره أسبوعياً من أجل خطة التقاعد أو إلحاق أبنائك بالجامعة؟ سيكون بإمكان حسابك البنكي الذكي الإجابة عن أسئلتك بكفاءة عبر الذكاء الاصطناعي. وإن كنت غير مقتنع بذلك، تأمل السيارات الذكية، تتعلم هذه السيارات القيادة من خلال استخلاص المعلومات بواسطة "ليدار" (طريقة لقياس المسافات)، والكاميرات، والرصد بالرادار. يعمل هذا البرنامج بكفاءة مذهلة اليوم إلى درجة أنه يُعالج كل هذه المعلومات في نصف الوقت الذي يستغرقه العقل البشري لمعالجتها. كل ذلك يثبت تطوّر التقنية بمعدّلٍ سيعجز البشر عن مواكبته، وربما ستحل الماكينات محلنا في كل شيء قريباً.

سيحدث الأمر ذاته مع الاستشارات المالية. فكلما ازدادت البيانات المُعالجة، كانت النصائح أفضل وأكثر دقة. وبمرور الوقت ستتضاءل قدرة العقل البشري على المعالجة بالكفاءة نفسها للماكينات. بدأ ذلك بالفعل في عام 2017، عندما ظهرت منصة "استشارات روبو" لأول مرة وكان أدائها يضاهي أداء المستشارين من البشر. ولا تخدع نفسك بالظن أن الأمور ستقف عند هذا الحد. لا! ستستمر الروبوتات حتماً في التطور. إن الأمر أكثر خطورة على مستوى تداول الأوراق المالية. إذ تؤكد مؤسسة "جولدمان ساكس" (وهي مؤسسة للخدمات المالية والاستثمارية، وبنك أمريكي متعدد الجنسيات) أن مُبرمجاً واحداً بإمكانه الاضطلاع بأعمال خمسة متداولين. وإذا تأملت صور قاعات التداول منذ عشرين عاماً، تجدها تعج بالموظفين، أما الآن فقد أصبحت فارغة نظراً للاستعانة بأنظمة الذكاء الاصطناعي. يرى الخبراء أنه لم يتبقّ أماناً سوى ثلاث إلى خمس سنوات قبل أن يحدث الأمر ذاته على مستوى البنوك، ولا بد أن نستعد لهذه اللحظة. فنحن الآن في عصر "الإنسان المدعوم بالتقنية"، ولكن في القريب العاجل سيصبح الوضع مختلفاً، ستكون "التقنية في مقابل الإنسان". يجب أن ندرك هذه الحقيقة جيداً، ونعمل، وفقاً لها، على توفير حياة جيّدة وثرية لأنفسنا.

الذكاء الاصطناعي

"هل ستقف منظومات الذكاء الاصطناعي عند حدٍّ مُعين؟" سؤال يتكرر طرحه في هذا السياق. ولنتأمل النموذج التالي لكَيّ نجيب عنه: أصدرت مؤسسة "أودي" سيارتيّ سباق ذاتيتيّ القيادة على سبيل التجربة – السيارة (أ) والسيارة (ب). وبتجربتهما، وُجد أن السيارة (ب) أسرع من نظيرتها، على الرغم من أن كليهما صُنِع بالطريقة ذاتها، وبالشكل والتصميم ذاته، وقد كانتا على المنصة ذاتها، وبهما البرمجيات والأجهزة ذاتها، وصممهما المهندسون أنفسهم. وعندما سُئل المهندسون عن سبب الاختلاف، لم يكونوا متأكدين من الإجابة، ولكنهم يعتقدون أن هذا قد يرجع إلى أن أحد المهندسين الذي قاد السيارة أثناء عملية التعلّم قد قادها بقوة أكبر من الأخرى. وقد أزالَت هذه التجربة الغبار عن قدرة الذكاء الاصطناعي للسيارات على التعلّم بشكل مختلف. ومن ثمّ، فالإجابة عن السؤال المذكور أعلاه هي: "لا". حتى على مستوى الاستثمار والمعاملات المالية، سيكون أداء الذكاء الاصطناعي مختلفاً.

عصر جديد ووظائف جديدة

قد يخشى بعض الناس أن يتم استبدالهم بالآلات في المستقبل القريب. وعلى الرغم من أن هذه المخاوف تحمل جانباً من الحقيقة، فهذا لا يعني الاستغناء عن البشر كلياً. ستظل أدوارنا مؤثرة ولكن في مجالات مختلفة. وبقدر الوظائف

التي ستستحوذ عليها الماكينات، سنتشأ العديد من الوظائف الجديدة، وإليك بعضها:

1. **خبراء البيانات:** سنحتاج إلى أشخاص قادرين على فهم أنماط البيانات وعلى نمذجتها.
2. **مُعلمو الآلات:** يساعد هؤلاء في عملية تهيئة الذكاء الاصطناعي عن طريق تعليم الماكينات والتأكد من عملها بكفاءة.
3. **المُصمّمون الخبراء:** سنحتاج إلى أشخاص يضعون الخدمات المالية في مكانها المناسب في عالمنا، بحيث يراها العملاء ويستفيدون منها.
4. **علماء علم النفس السلوكي:** سيساعدون في فهم ما يدفع الناس للتصرف بطريقة بعينها على المستوى المالي، وفي إدراك الدوافع وتشجيع الناس على توظيفها بالشكل الذي يحقق الاستفادة القصوى.
5. **سماسرة الهوية:** في المستقبل، سيُعرّف الأشخاص بلُغة البيانات وسنحتاج إلى من يجمع البيانات عن الأشخاص، وما يجعلهم مميزين كي يتصدوا لسرقة الهويات. لن نستطيع استخدام الأسماء وتواريخ الميلاد حينئذ، لأنها ببساطة معلومات تسهل سرقتها. أما سمات الشخصية، فلن نستطيع أحد سرقتها بسهولة.

هل أنت مُستعد؟

لكي تضمن الاستمرار والازدهار في السنوات القادمة، أنت بحاجة إلى إجراء بعض التغيير. إذا كنت تدير بنكاً، إليك بعض المقوّمات التي يجب أن تحرص على توافرها كي تحجز لنفسك مكاناً في السوق خلال السنوات القليلة القادمة عندما يطل التغيير كل شيء:

1. العمالة الذكية

هذا الأمر مهم للغاية، لا سيما للبنوك الصغيرة. الإبقاء على الموظفين الذين يعملون معك منذ عشرين أو ثلاثين عاماً لن يجدي نفعاً. أنت الآن بحاجة إلى تعيين أشخاص يجيدون التعامل مع التقنية لأن هذا ما يتطلع إليه عملاؤك. تعاون مع خبير تقني على دراية بجميع المستجدات والتقنيات المستحدثة ومتطلبات العصر. سيساعدك ذلك في تحديد المنصات التي تحتاج إلى عقد شراكة معها، وتلك التي يجب أن تنأى بنفسك عنها.

2. الجمع بين جيل الألفية والجيل زد

نتفهم رغبتك الدائمة في تعيين خبراء مُحنّكين. لكن ثمة دراسة أثبتت أن غالبية الموظفين من جيل الألفية ومن بعدهم الجيل زد – وهو الجيل الذي يليه مباشرة. وقد أثبت كلاهما جدارته في عالم ريادة الأعمال، وانفتاحه على التغيير. ومن ثمّ، فهم إما سيجلبون التغيير لمؤسساتهم وإما يتقبلونه بصدر رحب ويتكيفون معه بسرعة إذا عُرض عليهم. أنت بحاجة إلى أبناء الجيلين داخل مؤسستك، لأنك قد لا تملك الوقت الكافي لتُهدر شهراً أو أكثر محاولاً إقناع قدامى الموظفين بالعمل بطرق مختلفة؛ ببساطة لأنه خلال هذا الوقت قد تطرأ تغييرات جديدة على السوق. الأمر أشبه بدورة مستمرة، ولا بد أن تستعين بفريق عمل مستعد للقفز بسرعة والسباحة في هذا التيار من دون أن يتخلف عن الركب. على الرغم من كل ذلك، يظل التعامل مع أبناء هذا الجيل مهمة صعبة. فأنت تحتاج أولاً إلى امتلاك ثقافة جاذبة لهم، ثقافة إيجابية تعكس قيمهم.

3. الرشفة هي الأساس

أنت بحاجة إلى التقدم بخطى رشيقة وسريعة. قد يكون الأمر صعباً في بدايته، ولكنه بلا شك يستحق العناء. تأمل المؤسسات الرشيقة المحيطة بنا مثل "جوجل"، و"أوبر"، و"فيسبوك". تسابق هذه الكيانات الزمن وتقفز بمعدل أكبر كثيراً من البنوك الموجودة على الساحة اليوم، على الرغم من امتلاكها لعدد أكبر من الموظفين. إنك بحاجة إلى الاقتداء بهذه الكيانات، وتعزيز قدرتك على تغيير سياسات العمل بسرعة وخفة إذا ما دعت الحاجة إلى ذلك. وإذا لم تفعل ذلك طواعية، فسُتجبرك الظروف، لأن المؤسسات التكنولوجية تركز على العمل بشكل أسرع. فإذا سعت

إحداها إلى عقد شراكة مع بنك واكتشفت أن الإجراءات تستغرق فترة تتراوح بين ثلاثة إلى ستة أشهر، ستبحث هذه الشركة بلا تردد عن بديل آخر.

4. انتهى عصر المصرفيين

لن يحمل المستقبل بين طياته مكاناً لهذه المهنة كما ذكرنا من قبل. لذا توقف عن بذل الجهد وإهدار الوقت في تعيين وتدريب المصرفيين. في المقابل، ابدأ في البحث عن المواهب التي ذكرناها سلفاً، واستعن بهم لتكون مستعداً ومسلحاً بالفريق المناسب لمواكبة التغيير.

5. ابدأ الآن!

تعد فكرة التغيير الشامل وقلب الموازين بين عشية وضحاها محض خيال. ولا يمكنك أن تنتظر رياح التغيير حتى تهب ثم تبدأ في اتخاذ التدابير المناسبة. ابدأ الآن! تؤكد الدراسات أن أبناء جيل الألفية اليوم يتصلون بالبنوك ضعف ما يفعل آباؤهم – ليس لسهولة الأمر؛ بل لعدم إتاحة المعاملات الرقمية. ابدأ بمعالجة هذا القصور، وتأكد من أن المعاملات الرقمية تعمل بالكفاءة المطلوبة. توفر المعاملات الرقمية الوقت، والجهد، والمال لجميع الأطراف. وكل ذلك بمثابة خطوات صغيرة في الاتجاه الصحيح. ليس عليك تغيير كل شيء على الفور، ومع ذلك يمكنك البدء بمعالجة المسائل البسيطة التي ستفتح أمامك الطريق لمعالجة المسائل الأكبر، إلى أن تُدار كل الأمور بشكل مثالي في نهاية المطاف.

السباق يبدأ الآن

لكي تتأهل لخوض التحديات في المستقبل القريب، فإنك بحاجة إلى تجهيز سلاحك. أنت بصدد خوض معركة ضد التقنية، وأول ما يجب عليك فعله هو أن تتحول مؤسستك إلى دولة تقنية. ولكن الأمر لا يقف عند هذا الحد؛ إذ تحتاج أيضاً إلى الاستثمار في حياة عملائك، وأن تكون على دراية كاملة بجوانب حياتهم التي يمكن أن تستثمرها في الوصول إليهم. في المستقبل، سيصبح الذهاب إلى البنك فكرة غريبة. فلن ينهر العملاء بالبنائيات الفخمة، ولن يجذبهم رجال المبيعات المذهنون. في المقابل، عليك أن تُغير منهجك، وتعرف ما الخدمات الرقمية التي يحتاجها العملاء من البنك ثم تقدمها لهم. أنت الآن عند النقطة (أ)، ولكي تصل إلى النقطة (ب) سيكلفك الأمر الكثير من الوقت، والجهد، والمال لإجراء تغيير شامل في مؤسستك. ابدأ الآن! العب بذكاء... وأتمّ مهمتك. تخلّ عن كل المفاهيم التقليدية المتعلقة بالبنوك، وافتح ذراعك للتغيير، واستعد للمعركة!

تذكر أن هذا التغيير ليس نهاية العالم؛ بل هو بدايةً لعالمٍ جديد أكثر تطوراً.

الكتاب

المؤلف :

Title:	Bank 4.0: Banking Everywhere, Never at a Bank
Author:	Brett King
Publisher:	Wiley- (December 17, 2018)
Pages:	352
ISBN:	978-1119506508



بريت كينج

مستشار أسترالي، ومؤلف، ومؤسس مشارك، ومدير تنفيذي لمؤسسة "موف إن" وهي شركة ناشئة متخصصة في البنوك الذكية. حاز كتابه "الجيل الرابع للبنوك" على جائزة أفضل كتاب، وهي جائزة روسية تمنح سنوياً للكتب الأجنبية.