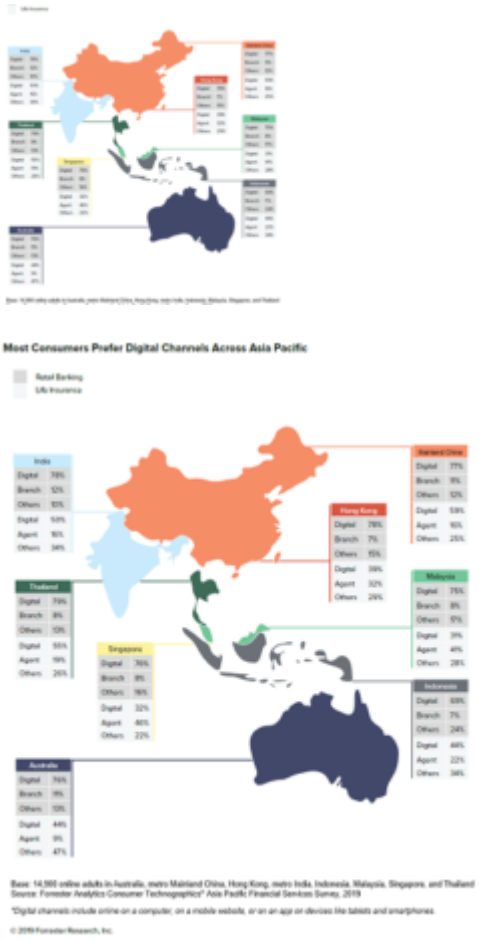
Forrester เผยผลสำรวจ พบผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกเตรียมเทผู้ให้บริการทางการเงินรายเดิม ๆ หันใช้บริการแบงก์, บริษัทประกันที่ให้บริการระบบดิจิทัลในอีก 2 ปีข้างหน้า



ผู้ให้บริการที่มาพร้อมระบบใหม่ ๆ เตรียมเข้ามาแทนที่ หากผู้ให้บริการธนาคารรายย่อยและบริษัทประกันชีวิตไม่สามารถมอบประสบการณ์ดิจิทัลที่ดีกว่า และใช้งานได้ง่ายกว่า

ผลการศึกษาชิ้นใหม่จาก Forrester พบว่า ผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกมีความทันสมัยมากที่สุดเมื่อต้องใช้งานระบบดิจิทัลในการรับบริการด้านการเงิน โดยผู้บริโภคถึง 73% เชื่อว่า พวกเขาสามารถทำธุรกรรมทางการเงินบนอุปกรณ์มือถือได้

ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมติดต่อกับผู้ให้บริการทางการเงินบนช่องทางดิจิทัลกันมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศที่ให้

ความสำคัญกับโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก อาทิ จีน, อินเดีย, ไทย และอินโดนีเซีย ขณะที่ลูกค้าของธนาคารในเอเชียแปซิฟิกถึง 77% ต่างก็นิยมใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล เช่นเดียวกับลูกค้าของบริษัทประกันชีวิตในประเทศต่าง ๆ อย่าง จีน, ไทย, อินเดีย และออสเตรเลีย

Forrester ยังพบว่า ลูกค้าจำนวนมากไว้ใจบริษัทชำระเงินและบริษัทเทคโนโลยีมากกว่าผู้ให้บริการทางการเงินแบบดั้งเดิมในแง่ของการช่วยให้พวกเขาจัดการกับการเงินของตนเองได้ดีขึ้น ขณะเดียวกันบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีระดับโลก, ผู้ให้บริการด้านการชำระเงิน รวมถึงบริษัทอี-คอมเมิร์ซ หรือแม้แต่ผู้นำด้านการให้บริการระบบร่วมเดินทาง (ride-sharing) ก็กำลังเข้ามาสั่นคลอนบริษัทดั้งเดิมด้วยการมอบประสบการณ์ดิจิทัลที่เรียบง่าย, สะดวกสบาย และเหมาะสมกับเฉพาะบุคคลมากขึ้น

ในขณะที่ธนาคารต่าง ๆ ได้รับความไว้เนื้อเชื่อใจจากผู้บริโภคให้ดำเนินการเพื่อผลประโยชน์สูงสุดด้านความมั่งคั่งของพวกเขา บริการดิจิทัลก็กำลังได้รับความไว้ใจเพิ่มขึ้นอย่างน่าเหลือเชื่อ โดยในอินเดีย Google สามารถเอาชนะธนาคารในฐานะบริษัทที่ได้รับความเชื่อใจมากสุดให้ดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ทางการเงินสูงสุดของพวกเขา ส่วนในจีน Alibaba และ WeChat ก็ตามหลังธนาคารมาติด ๆ และเมื่อพิจารณาทั่วทั้งภูมิภาค ยังอีกพบว่า บริษัทประกันภัยสามารถขึ้นมาอยู่ใน 3 อันดับแรกของบริษัทที่ได้รับความเชื่อใจมากสุดใน 2 ประเทศ ซึ่งได้แก่ ฮ่องกงและมาเลเซีย

“มีความเป็นไปได้มากขึ้นที่ผู้บริโภคจะติดต่อกับบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการช่วยให้พวกเขาปรับปรุงฐานะทางการเงินให้ดีขึ้น” เดน แอนเดอร์สัน รองประธาน, ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย และผู้จัดการระดับภูมิภาคจาก Forrester กล่าว “เราคาดว่า ผู้บริโภคจะแยกส่วนอีโคซิสเต็มด้านบริการทางการเงินส่วนบุคคล และนำอีโคซิสเต็มดังกล่าวมาประกอบขึ้นใหม่กับผู้เล่นรายใหม่ที่ดีกว่า แม้ว่าสถาบันแบบเดิม ๆ จะมีข้อได้เปรียบอยู่หลายข้อ แต่ก็อาจถูกทิ้งไว้ หากพวกเขาไม่ทำการเปลี่ยนแปลงให้เร็วขึ้นเพื่อจัดการกับความท้าทายดังกล่าว”

สำหรับบทวิเคราะห์ด้านบริการทางการเงินในเอเชียแปซิฟิกที่ละเอียดขึ้น สามารถดาวน์โหลดได้ที่ Forrester’s complimentary guide

*ผลสำรวจบริการทางการเงินในเอเชียแปซิฟิก Forrester Analytics Consumer Technographics(R) ประจำปี 2019 เป็นการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภควัยผู้ใหญ่จำนวน 14,900 คน ผ่านระบบออนไลน์ในออสเตรเลีย, จีน, ฮ่องกง, อินเดีย, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, สิงคโปร์ และไทย

เกี่ยวกับ Forrester

Forrester (Nasdaq: FORR) เป็นบริษัทวิจัยและที่ปรึกษาที่ทรงอิทธิพลที่สุดแห่งหนึ่งของโลก เราทำงานร่วมกับผู้นำในภาคธุรกิจและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์ขับเคลื่อนการเติบโตโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ ความเข้าใจเชิงลึกอันมีเอกลักษณ์ของ Forrester มาจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคและผู้นำทางธุรกิจกว่า

675,000 รายทั่วโลกในแต่ละปี ผ่านวิธีการวิจัยที่รอบคอบและเป็นกลาง รวมถึงการแบ่งปันความรู้ความสามารถที่มีอยู่กับลูกค้าผู้เปี่ยมด้วยนวัตกรรมทั้งหลาย ด้วยการวิจัย, การวิเคราะห์, การให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า, การจับกลุ่มเฉพาะระดับผู้บริหาร, การนำเสนอการเรียนรู้ ตลอดจนงานอีเวนต์ต่างๆ ประสบการณ์ของ Forrester จึงเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ทรงอานุภาพเพียงข้อเดียว ซึ่งก็คือการท้าทายแนวความคิดของลูกค้าเพื่อช่วยพวกเขาในการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับองค์กร

รูปถ่าย – https://photos.prnasia.com/prnh/20190807/2545602-1
โลโก้ – https://photos.prnasia.com/prnh/20181119/2303909-1LOGO