

Adobe

รายงานการวิจัย

พัฒนาการด้านการเปลี่ยนแปลงของภาคบริการทางการเงิน:

การบรรลุความเป็นเลิศ ในโลกดิจิทัล

พาร์ทเนอร์ด้านการวิจัย



คำนำ



สำหรับสถาบันการเงินระดับโลกเกือบทั้งหมดที่ผมพูดคุยด้วยทุกวัน การปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้ามีความสำคัญเป็นลำดับแรก ในขณะที่อุตสาหกรรมเผชิญกับแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นจากความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่อง ผู้พลิกโฉม FinTech และภูมิภาคด้านกฎระเบียบระดับโลกที่เปลี่ยนไป บริษัทต่างๆ จึงมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนวิธีปฏิบัติเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

สำหรับบางคน นั้นรวมถึงการทดลองกับ Generative AI เพื่อมอบการนำเสนอความเฉพาะตัวแบบ 1:1 ให้ลูกค้าจำนวนมากระดับหลายล้านคน นอกจากนี้ ยังมีการผลักดันเชิงเศรษฐศาสตร์ให้การปฏิบัติงานคล่องแคล่วยิ่งขึ้นและเพื่อประสิทธิภาพกระบวนการ ซึ่งทั้งสองอย่างนี้จำเป็นต้องใช้ประโยชน์จาก AI อย่างเต็มที่ รายงานนี้ตรวจสอบวิธีที่ผู้นำจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ได้อย่างแตกต่างออกไป ซึ่งเผยให้เห็นกลยุทธ์ที่สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับบริษัทบริการทางการเงินอื่นๆ ในความพยายามดำเนินการเปลี่ยนแปลงได้

เราหวังว่าจะจัดทำแผนงานสำหรับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้และยังคงเน้นการให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางไปพร้อมกับการจัดการความเสี่ยงและความซับซ้อน หวังว่าจะเป็นประโยชน์กับทุกท่านครับ

— Christopher Young ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายกลยุทธ์อุตสาหกรรมระดับโลกของ Adobe

รายงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยสามารถแยกสำรวจแต่ละส่วนได้

ส่วนที่ 1

พัฒนาการด้านการเปลี่ยนแปลง

ส่วนนี้มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ให้เห็นว่าที่บริษัทต่างๆ ที่เราสำรวจมุ่งเน้นความพยายามไปตรงส่วนใด และเน้นย้ำถึงอุปสรรคที่พวกเขาต้องเผชิญ

ส่วนที่ 2

Generative AI การนำไปใช้และผลกระทบ

ส่วนนี้จะมองให้ไกลกว่าโฆษณาเกินจริงที่พูดถึง Generative AI โดยจะตรวจสอบการรับรู้ของบริษัท การนำไปใช้ การมุ่งเน้นกรณีใช้งานต่างๆ และผลกระทบที่เกิดขึ้น

ส่วนที่ 3

บทเรียนจากผู้นำ

ส่วนนี้จะตรวจสอบว่าผู้นำทำอะไรที่แตกต่างไปบ้างตามแนวทางการเปลี่ยนแปลงของตน โดยจะสรุปผลการค้นพบของเราให้เป็นกรอบการทำงานและข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญที่คุณนำไปใช้ได้

526

จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั่วโลก

53%

ผู้ตอบแบบสำรวจระดับ VP หรือสูงกว่า

65%

ของผู้ตอบแบบสำรวจมีรายได้มากกว่า 1 หมื่นล้านดอลลาร์

เกี่ยวกับการสำรวจนี้

รายงานนี้เป็นผลมาจากการสำรวจแบบปิดสองทางที่ดำเนินการโดยใช้ CATI

(Computer-Assisted Telephone Interviewing - การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ที่ใช้คอมพิวเตอร์ช่วย) ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของ ESOMAR และ ADM สำหรับประเทศเยอรมนี การรวบรวมข้อมูลปฏิบัติตามมาตรฐาน GDPR และผู้ตอบแบบสำรวจได้รับแจ้งเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสำรวจ วิธีการใช้ข้อมูล และคำตอบของพวกเขาจะไม่มีกระบวนการระบุตัวตน โดยยังเลือกขอถอนความยินยอมได้ตลอดเวลาในระหว่างการสัมภาษณ์ ไม่มีการเก็บหรือบันทึกข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนของบุคคลนั้นๆ ได้

ประเด็นสำคัญ

บริษัทต่างๆ ต้องมีโมเดลการดำเนินงานแบบดิจิทัลเป็นหลักเพื่อปลดล็อกความคล่องตัว ประสิทธิภาพ และความสามารถในการมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลแก่ลูกค้าจำนวน มหาศาล



การนำเสนอเฉพาะบุคคลและการดำเนินงานแบบลิ้น ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

บริษัทต่างๆ ต้องการผลออกจากรูปแบบต้นทุนและกระบวนการแบบเดิม ประสบการณ์ลูกค้าเฉพาะบุคคลถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แตกต่างในยุคดิจิทัลนี้

91%

ของบริษัทต่างๆ กล่าวว่า การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของบริษัท

75%

ของบริษัทต่างๆ กล่าวว่า การปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของบริษัท



Gen AI มีศักยภาพมหาศาล แต่การนำมาใช้ต้องมีความรอบคอบ

Gen AI สัญญาว่าจะลดต้นทุนและนำออกสู่ตลาดได้เร็วขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทต่างๆ ยังต้องใช้ความรอบคอบในการลงทุนโดยไม่มี use cases, โครงสร้างพื้นฐาน และกลยุทธ์การบรรเทาความเสี่ยงที่ชัดเจน

93%

ของบริษัทต่างๆ กล่าวว่า การนำ Gen AI มาใช้จะช่วยลดต้นทุนได้

31%

คือต้นทุนการตลาดที่บริษัทพบว่าลดลงด้วยการทดสอบ use cases ของ Gen AI



ห่วงโซ่อุปทานเนื้อหาและบริการ เป็นกรณีใช้งาน Gen AI อันดับต้นๆ

บริษัทต่างๆ มุ่งเน้นไปที่ use cases ที่ให้คุณค่าทันที มีความเสี่ยงต่ำ และลดกระบวนการที่ต้องทำด้วยตนเอง การปรับขนาดเนื้อหาและการปรับปรุงการบริการลูกค้ามีความสำคัญเป็นอันดับแรก

65%

ของบริษัทต่างๆ กล่าวว่า ตนกำลังใช้ Gen AI เพื่อสร้างแชทบอทและตัวแทนเสมือนจริง

62%

ของบริษัทต่างๆ กล่าวว่า ตนกำลังใช้ Gen AI เพื่อเพิ่มการสร้างเนื้อหา



ผู้นำให้ความสำคัญกับองค์กร เพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จ

ผู้นำให้ความสำคัญกับการจัดแนวทางขององค์กรให้สอดคล้องกัน คนเก่ง และการทดลองอย่างจริงจังเพื่อให้ก้าวล้ำหน้าผู้อื่น โดยตระหนักว่าชัยชนะที่สะสมไปครวละน้อยเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาว

100%

ของผู้นำได้กำหนดภาวะความเป็นผู้นำและการกำกับดูแลที่ชัดเจนที่ตนจะใช้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง

97%

ของผู้นำกำลังทดลองใช้ Gen AI

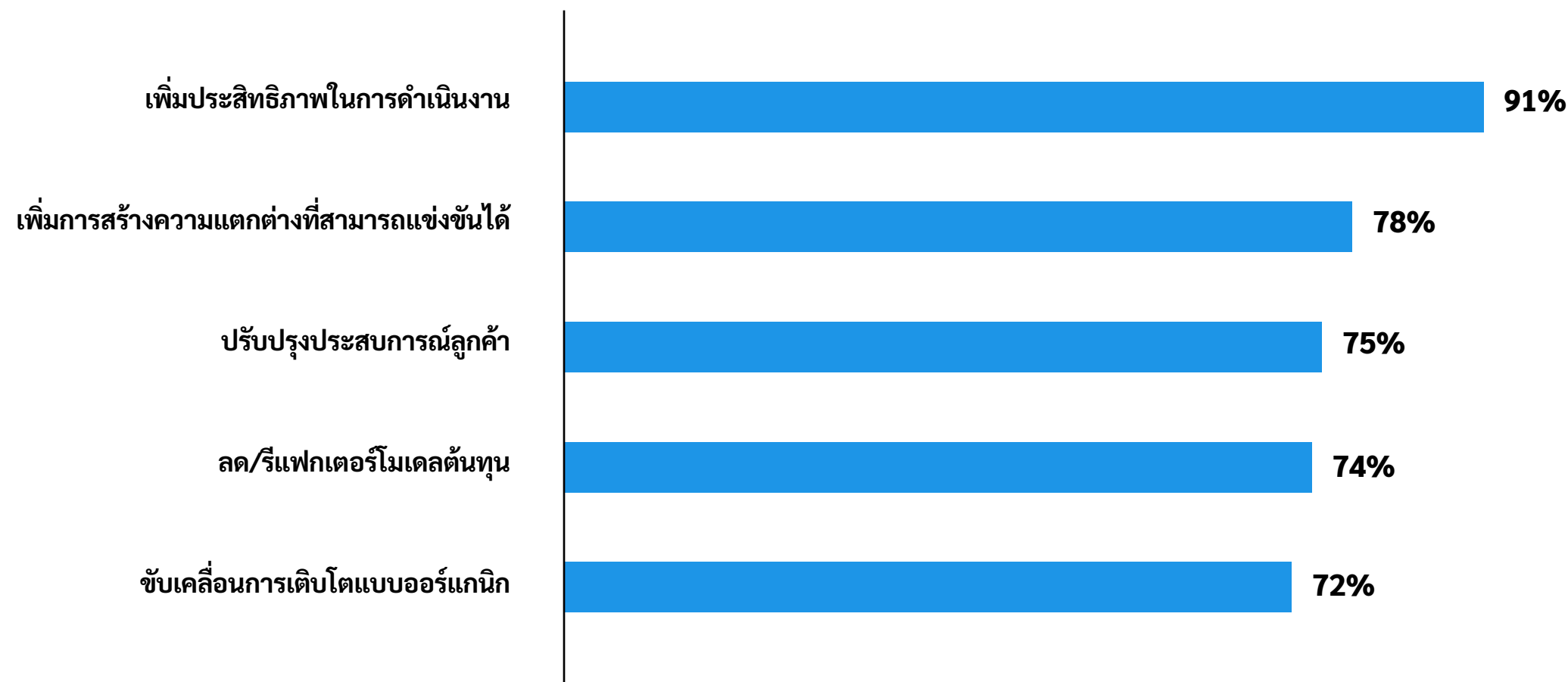
ส่วนที่ 1:

พัฒนาการด้านการ เปลี่ยนแปลง



การดำเนินงานที่คล่องตัวและประสบการณ์เฉพาะบุคคลเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง 5 อันดับแรก



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่ให้คะแนนวัตถุประสงค์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักในการพยายามเปลี่ยนแปลงองค์กร (เช่น บริษัท 91% กล่าวว่า การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักในการพยายามเปลี่ยนแปลงองค์กร)

บริษัทบริการทางการเงินอยู่ภายใต้แรงกดดันที่จะต้องสร้างความพร้อมสำหรับองค์กรของตนเพื่อรองรับอนาคตในภูมิภาคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันสูง ความเร่งด่วนเกิดจากความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การเกิดขึ้นของผู้พลิกโฉม Fintech และ ภูมิทัศน์การกำกับดูแลที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ปัจจัยขับเคลื่อนหลักในการเปลี่ยนแปลง:

การดำเนินงานแบบลีน

บริษัทต่างๆ ยอมรับว่าโครงสร้างต้นทุนเดิมและกระบวนการที่ล้าสมัยไม่สอดคล้องกับความต้องการของยุคดิจิทัล

เนื่องจากเทคโนโลยีช่วยให้องค์กรทำสิ่งต่างๆ ได้มากขึ้นด้วยทรัพยากรที่น้อยลง บริษัทต่างๆ จึงกำลังสำรวจวิธีในการขยายการรองรับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้นทุนการปรับโครงสร้างรากฐานที่กระชับขึ้น และประสิทธิภาพในการดำเนินงานคือพลังที่ทำให้รากฐานแข็งแกร่งขึ้น ช่วยให้การดำเนินงานราบรื่นและแม่นยำ ระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์ช่วยลดภาระงานแบบแมนวอล และเพิ่มความแม่นยำและความคล่องตัว

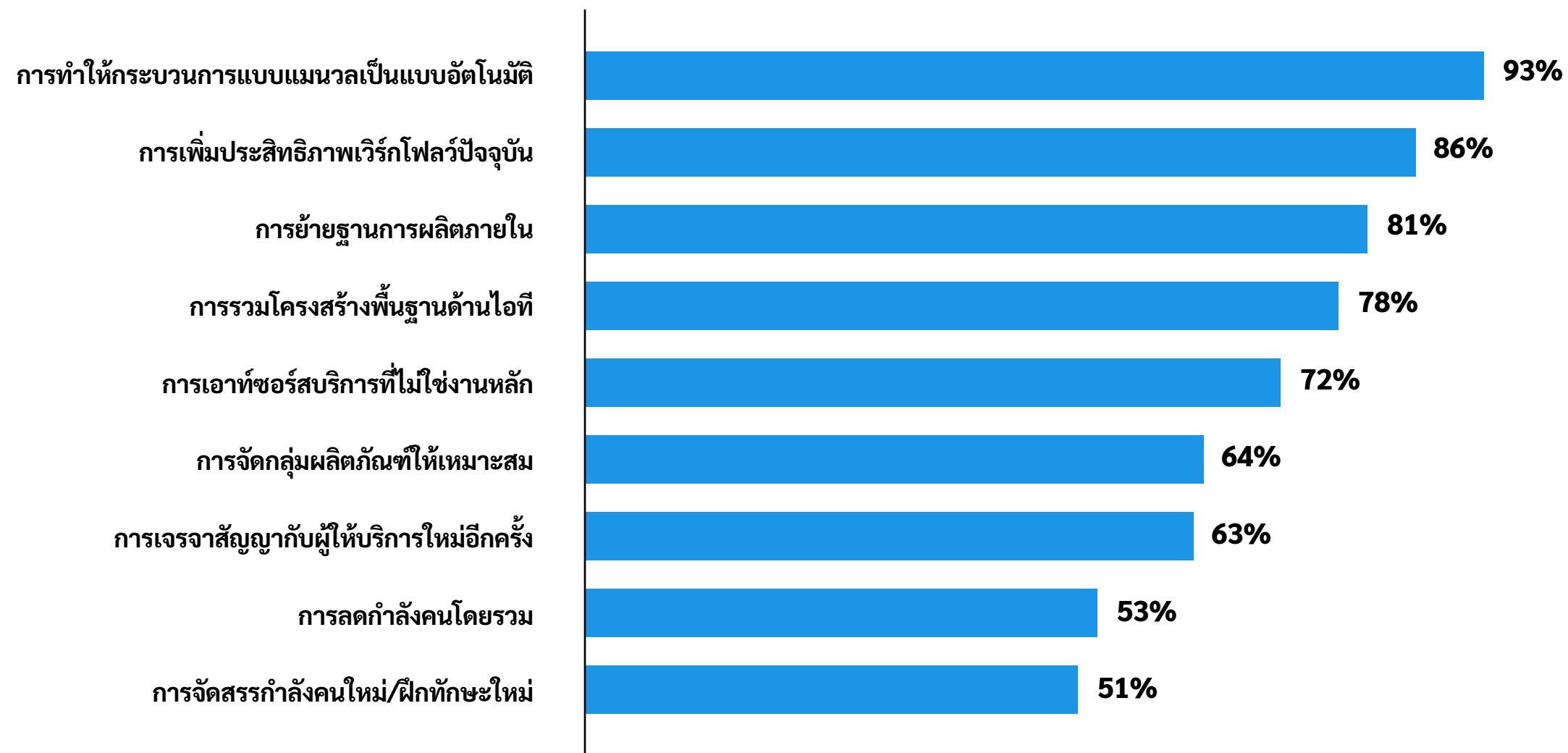
ผลิตภัณฑ์และประสบการณ์เฉพาะบุคคล

ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อยๆ การให้บริการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ บริษัทต่างๆ จะต้องให้ประสบการณ์ที่ราบรื่นและเฉพาะบุคคลได้ในระดับปริมาณขนาดใหญ่ ความพยายามในการเปลี่ยนแปลงใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อให้คำแนะนำทางการเงินที่เหมาะสมกับความต้องการ

ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกรรมแบบเรียลไทม์ และประสบการณ์ดิจิทัลที่ราบรื่น บริษัทต่างๆ ตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับการเข้าถึงตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน และการนำเสนอเฉพาะบุคคล โดยการเพิ่ม engagement กับลูกค้าผ่านแอปมือถือ แชทบอท และแพลตฟอร์มบริการตนเอง

การดำเนินงานแบบลีนยิ่งขึ้น: ประสิทธิภาพการขับเคลื่อนระบบอัตโนมัติและการรวมกลุ่ม

การริเริ่มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ถูกใช้เพื่อปรับโครงสร้างต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่มุ่งเน้นโครงการริเริ่มในระดับอนุภาคเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของตน (เช่น บริษัท 93% กล่าวว่าพวกเขามุ่งเน้นการเปลี่ยนกระบวนการแบบแมนวอลเป็นแบบอัตโนมัติเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน)

บริษัทบริการทางการเงินมุ่งเน้นมากขึ้นในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ลีนขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันด้านการแข่งขันและพลวัตของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ พวกเขาให้ความสำคัญกับการทำงานอัตโนมัติ การย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศ และการรวมเทคโนโลยี

การใช้ระบบอัตโนมัติเพื่อประสิทธิภาพ

ระบบอัตโนมัติเป็นจุดมุ่งเน้นสำคัญสำหรับบริษัทต่างๆ ที่ต้องการกำจัดกระบวนการที่ต้องใช้แรงงานคนและใช้เวลานาน การนำเทคโนโลยี เช่น AI และการเรียนรู้ของเครื่องจักรมาใช้จะเร่งความเร็วในการดำเนินงาน ลดข้อผิดพลาดของมนุษย์ และเพิ่มความแม่นยำ การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยให้บริษัทต่างๆ ขยายการรองรับได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งนำทรัพยากรไปใช้จัดจ้งกับงานที่มีมูลค่าสูงกว่า

การใช้ประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุน

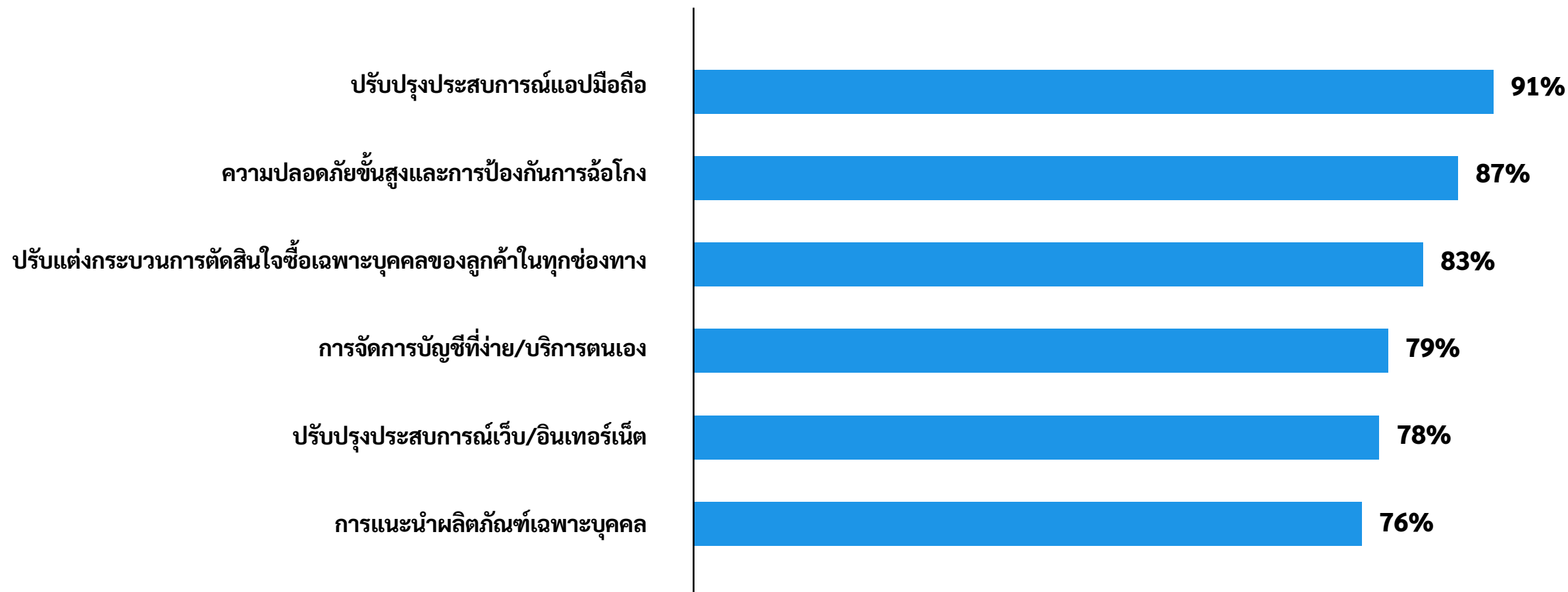
การย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศ (ภายในและภายนอกชายฝั่ง) ยังคงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ โดยการย้ายงานปฏิบัติการบางส่วนไปยังภูมิภาคที่มีต้นทุนต่ำกว่า บริษัทต่างๆ จะรักษาการให้บริการที่มีคุณภาพสูงด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง ช่วยให้พวกเขาเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรภายในพร้อมทั้งรักษาหรือแม้แต่ปรับปรุงคุณภาพและความเร็วของบริการ

การรวมเทคโนโลยีเพื่อความคล่องตัว

บริษัทต่างๆ ยังมุ่งเน้นไปที่การรวมโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT เพื่อกำจัดความซ้ำซ้อนและลดความซับซ้อนของภูมิทัศน์ทางเทคโนโลยีของตน การปรับปรุงระบบและแพลตฟอร์มจะช่วยลดต้นทุนการบำรุงรักษา ปรับปรุงความสามารถในการทำงานร่วมกัน และเพิ่มความเร็วในการตัดสินใจ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะทำให้องค์กรคล่องตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น

การปรับแต่งประสบการณ์เฉพาะบุคคล: ช่วยให้กระบวนการตัดสินใจ ซื้อของลูกค้าราบรื่นและปลอดภัย

ความสำคัญในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่ให้คะแนนความคิดริเริ่มว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งหรือสำคัญในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า (เช่น บริษัท 91% กล่าวว่า การปรับปรุงประสบการณ์แอปมือถือเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า)

บริษัทต่างๆ จะต้องปรับปรุงประสบการณ์ดิจิทัลของลูกค้า เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการการโต้ตอบที่ราบรื่น เป็นส่วนตัว และปลอดภัยมากขึ้น

เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความคาดหวังเหล่านี้ บริษัทต่างๆ จึงมุ่งเน้นไปที่สามด้านหลักดังต่อไปนี้

การมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลแก่ลูกค้า จำนวนมหาศาล

บริษัทต่างๆ กำลังลงทุนในประสบการณ์เฉพาะบุคคลที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละราย พวกเขาจะเสนอคำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการและสร้างกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ไม่เหมือนใครผ่านหลายช่องทางโดยใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลและ AI การนำเสนอเฉพาะบุคคลจะช่วยให้เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และเสริมสร้างความภักดีในระยะยาวด้วยการทำให้การโต้ตอบแต่ละครั้งมีความเกี่ยวข้องและมีคุณค่ามากขึ้น

ประสบการณ์ที่ราบรื่น

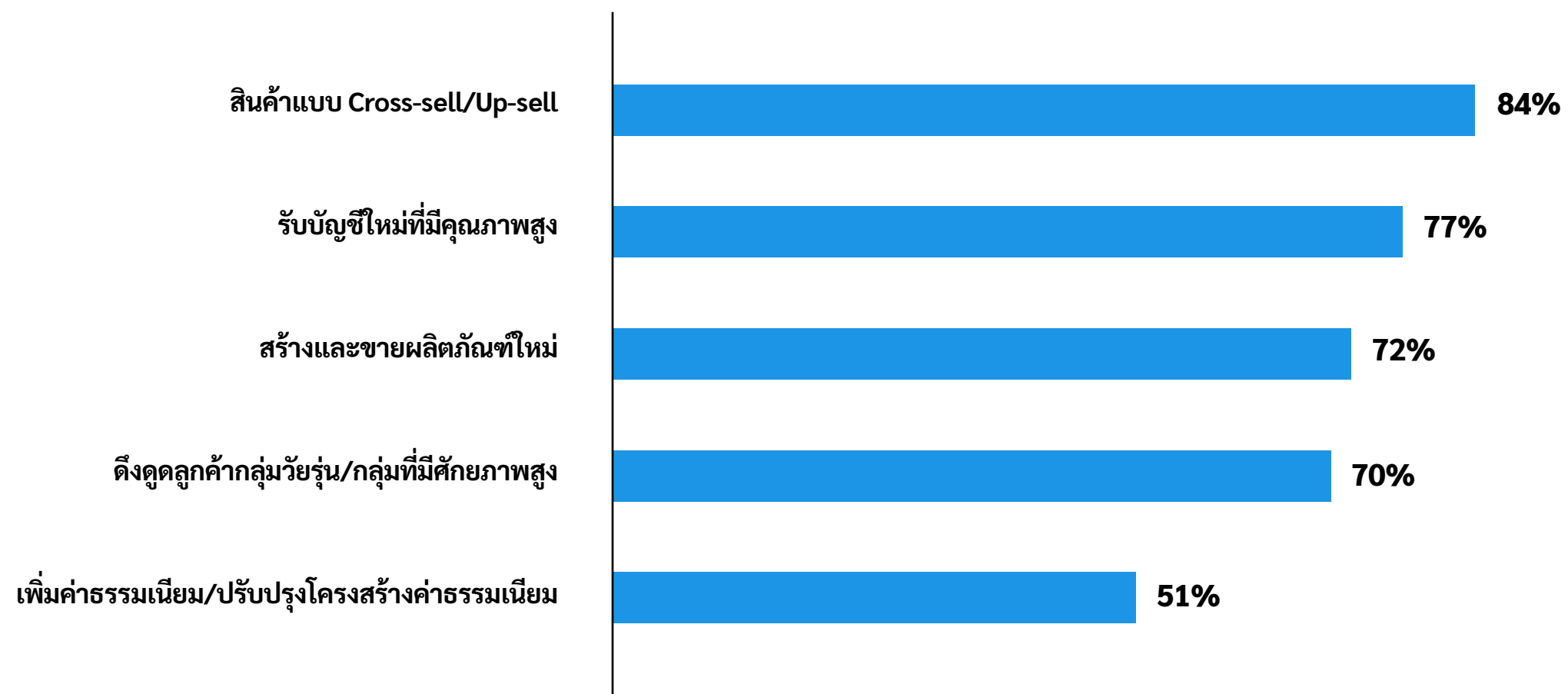
ลูกค้าในปัจจุบันคาดหวังตัวเลือกบริการตนเองที่ง่าย และการโต้ตอบที่ราบรื่นผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล อุปกรณ์พกพาจึงเป็นกุญแจสำคัญ บริษัทต่างๆ มุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่ราบรื่นโดยการปรับปรุงแอปพลิเคชันบนมือถือและอินเทอร์เน็ต เฟซ เว็บการจัดการบัญชีที่เรียบง่าย อินเทอร์เน็ตเฟซที่ปรับปรุงใหม่ และการออกแบบที่ใช้งานง่าย ช่วยลดความพยายามของลูกค้า ส่งผลให้แก้ไขปัญหาได้เร็วขึ้น และมีความพึงพอใจที่สูงขึ้น

การรักษาความปลอดภัยขั้นสูง

การรักษาความปลอดภัยยังคงมีความสำคัญสูงสุด เนื่องจากลูกค้าต้องการการปกป้องข้อมูลที่ละเอียดอ่อนของตน สถาบันทางการเงินกำลังลงทุนอย่างมหาศาลในเทคโนโลยีรักษาความปลอดภัยขั้นสูงและป้องกันการฉ้อโกงเพื่อปกป้องข้อมูลของลูกค้า การรับประกันการรักษาความปลอดภัยที่แข็งแกร่งช่วยให้บริษัทต่างๆ สร้างความไว้วางใจ และทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าปฏิสัมพันธ์ทางดิจิทัลจะปลอดภัย

ขับเคลื่อนการเติบโตแบบออร์แกนิกคือ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของรายได้และผลกำไรเป็นอันดับแรก

ปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตแบบออร์แกนิก 5 อันดับแรกที่บริษัทให้ความสำคัญ



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่มุ่งเน้นความคิดริเริ่มเฉพาะส่วนเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตแบบออร์แกนิก (เช่น บริษัท 84% กล่าวว่าพวกเขาเน้นไปที่การขายแบบ cross-sell/up-sell เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตแบบออร์แกนิก)

บริษัทบริการทางการเงินมุ่งเน้นไปที่การบรรลุการเติบโตที่สร้างกำไรโดยการปรับปรุงคุณภาพรายได้ แทนที่จะเพิ่มตัวเลขรายได้หลักเพียงอย่างเดียว พวกเขาให้ความสำคัญกับกระแสรายได้ที่มีคุณภาพสูงและยั่งยืน

การมุ่งเน้นคุณภาพดังกล่าวช่วยให้มั่นใจถึงผลกำไรและความมั่นคงในระยะยาวซึ่งมีค่ามากกว่าการเติบโตเพียงเพื่อการเติบโตเท่านั้น

การเจาะตลาดการผลิตและนวัตกรรม

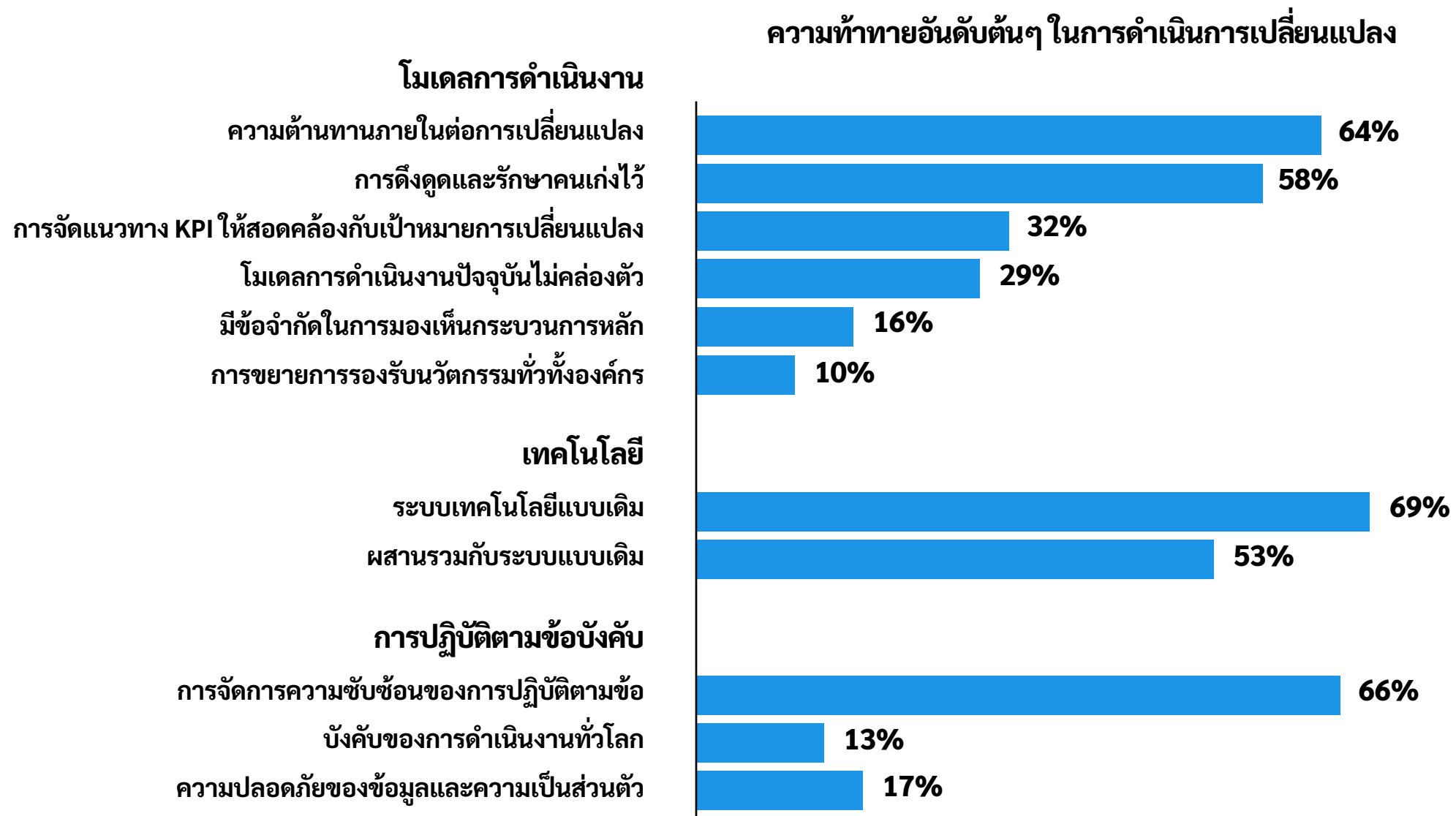
บริษัทต่างๆ กำลังมุ่งเน้นไปที่การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และขับเคลื่อนโอกาสในการขายแบบ cross-sell/up-sell ภายในฐานลูกค้าที่มีอยู่ พวกเขาจะดึงมูลค่าให้เพิ่มขึ้นได้จากความสัมพันธ์ปัจจุบันของตนด้วยการสร้างข้อเสนอที่ปรับแต่งตามความต้องการและการเจาะลึกผลิตภัณฑ์

แนวทางนี้ช่วยเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าและเพิ่มมูลค่าตลอดอายุการใช้งานของลูกค้าแต่ละรายให้สูงสุด ทำให้มั่นใจได้ว่ารายได้ไม่เพียงแต่เติบโตขึ้นเท่านั้น แต่ยังมี ความแน่นอนและยืดหยุ่นมากขึ้นอีกด้วย

การได้ลูกค้าใหม่ที่ให้ผลกำไร

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเป้าไปที่ลูกค้าประเภทที่ตรงกลุ่ม ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีกำไรและมีศักยภาพในระยะยาว โดยเฉพาะลูกค้าที่มีศักยภาพสูงอายุน้อยลง ลูกค้าเหล่านี้มอบมูลค่าตลอดอายุการใช้งานและสอดคล้องกับเป้าหมายผลกำไรของบริษัท

อุปสรรคในการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ รูปแบบการดำเนินงานแบบเดิม เทคโนโลยีแบบเดิม และการปฏิบัติตามข้อบังคับ



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมิแสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่จัดอันดับความคิดริเริ่มเป็นหนึ่งใน 3 ความท้าทายหลักในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (เช่น ความท้าทายอันดับ 1 ที่บริษัทต่างๆ เผชิญระหว่างการเปลี่ยนแปลงคือระบบเทคโนโลยีแบบเดิม บริษัท 69% จัดอันดับให้เป็น 3 ความท้าทายหลักสำหรับบริษัทเหล่านี้)

โมเดลการดำเนินงานคืออุปสรรคใหญ่ที่สุดในการเปลี่ยนแปลง

กระบวนการที่ล้าสมัย ความต้านทานภายใน และการขาดความคล่องตัวเป็นอุปสรรคต่อบริษัทในการปรับตัวให้ทันกับความต้องการใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ บริษัทต่างๆ จะต้องเผชิญกับภาระของเทคโนโลยีแบบเดิมและความซับซ้อนในการปฏิบัติตามข้อบังคับต่างๆ

รูปแบบการดำเนินงานและกระบวนการ

ความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงและการขาดความคล่องตัวภายในรูปแบบการดำเนินงานที่มีอยู่ก่อให้เกิดอุปสรรคสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง บริษัทต่างๆ ประสบความยากลำบากในการจัดเตรียมบุคลากร แรงจูงใจ และกระบวนการให้สอดคล้องกับเป้าหมายการเปลี่ยนแปลง ซึ่งส่งผลให้เกิดแรงเสียดทานภายในที่ทำให้ก้าวหน้าไปอย่างล่าช้า และเป็นอุปสรรคต่อนวัตกรรม

เทคโนโลยีแบบเดิมและการผสมผสานการทำงาน

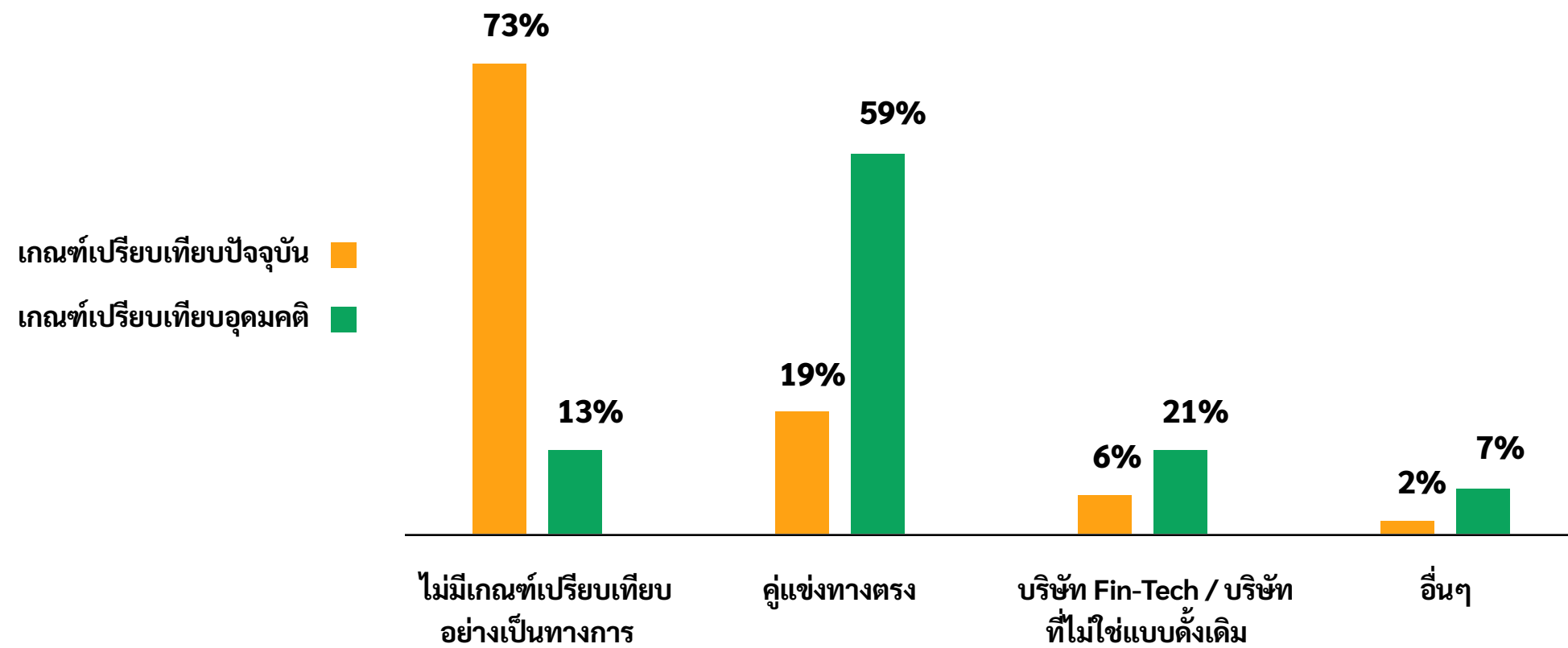
ระบบแบบเดิมยังคงเป็นภาระที่สำคัญ เนื่องจากเทคโนโลยีที่ล้าสมัยจำกัดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการขยายการรองรับ การผสมรวมโซลูชันใหม่เข้ากับระบบเก่ามีค่าใช้จ่ายสูง มีความเสี่ยง และใช้เวลานาน ซึ่งมักความพยายามในการเปลี่ยนแปลง บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

การปฏิบัติตามข้อบังคับและการรักษาความปลอดภัย

การปฏิบัติตามข้อบังคับเพิ่มความซับซ้อนขึ้นไปอีกขั้นให้การเปลี่ยนแปลง บริษัทจะต้องรักษาสมดุลระหว่างประเภทและระยะเวลาของการริเริ่มเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ความซับซ้อนที่เพิ่มมากขึ้นของการดำเนินงานทั่วโลกทำให้การปฏิบัติตามข้อบังคับมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้บริษัทต่างๆ ประสบความยากลำบากในการรักษามาตรฐานทางกฎหมายและข้อบังคับ

บริษัทส่วนใหญ่ไม่มีเกณฑ์เปรียบเทียบประสบการณ์ลูกค้าอย่างเป็นทางการ

เกณฑ์เปรียบเทียบปัจจุบันกับเกณฑ์เปรียบเทียบในอุดมคติสำหรับประสบการณ์ของลูกค้า



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้เปรียบเทียบประสบการณ์ของลูกค้าในอุดมคติและในปัจจุบันที่บริษัทต่างๆ ให้ความสำคัญ (เช่น บริษัท 19% กล่าวว่าพวกเขาเปรียบเทียบประสบการณ์ของลูกค้ากับคู่แข่งทางตรง บริษัท 59% กล่าวว่าเกณฑ์เปรียบเทียบลูกค้าในอุดมคติคือคู่แข่งทางตรง)

แม้ว่าบริษัทบริการทางการเงินจะตระหนักว่าประสบการณ์ของลูกค้าเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักในการเปลี่ยนแปลง แต่ส่วนใหญ่ยังคงไม่ได้ทำการเกณฑ์เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตนอย่างเป็นทางการ

จำเป็นต้องปรับปรุงกลไกการตอบรับที่มีโครงสร้าง เนื่องจากอาจขัดขวางความสามารถในการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานและการปรับปรุงอย่างมีข้อมูล

บริษัทต่างๆ อาจไม่มีเกณฑ์เปรียบเทียบประเมินได้เนื่องจากปัญหาต่างๆ เช่น ขาดทรัพยากร ข้อมูลไม่เพียงพอ ขาดข้อมูลจากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ และความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ บริษัทบางแห่งอาจไม่เข้าใจคุณค่าของการเปรียบเทียบอย่างถ่องแท้ หรือรู้สึกว่ามีตำแหน่งทางการตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบ

การเปลี่ยนโฟกัสไปที่เกณฑ์เปรียบเทียบ

Fintech

บริษัทต่างๆ มักมองข้ามคู่แข่งแบบดั้งเดิมและมุ่งเน้นไปที่ Fintech และบริษัทผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่แบบดั้งเดิมสำหรับการเปรียบเทียบมาตรฐาน

บริษัท Fintech มักเป็นผู้นำในการนำเสนอโซลูชันที่เป็นนวัตกรรมและเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ทำให้กลายเป็นเกณฑ์เปรียบเทียบที่น่าสนใจสำหรับบริษัทดั้งเดิมที่กำลังมองหาวิธีที่จะสามารถแข่งขันได้ ขณะที่ความคาดหวังของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง บริษัทต่างๆ ก็ตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดวางประสบการณ์ของลูกค้าให้สอดคล้องกับปฏิสัมพันธ์ที่ราบรื่นและขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีที่นำเสนอโดยผู้นำด้านเทคโนโลยีทางการเงิน

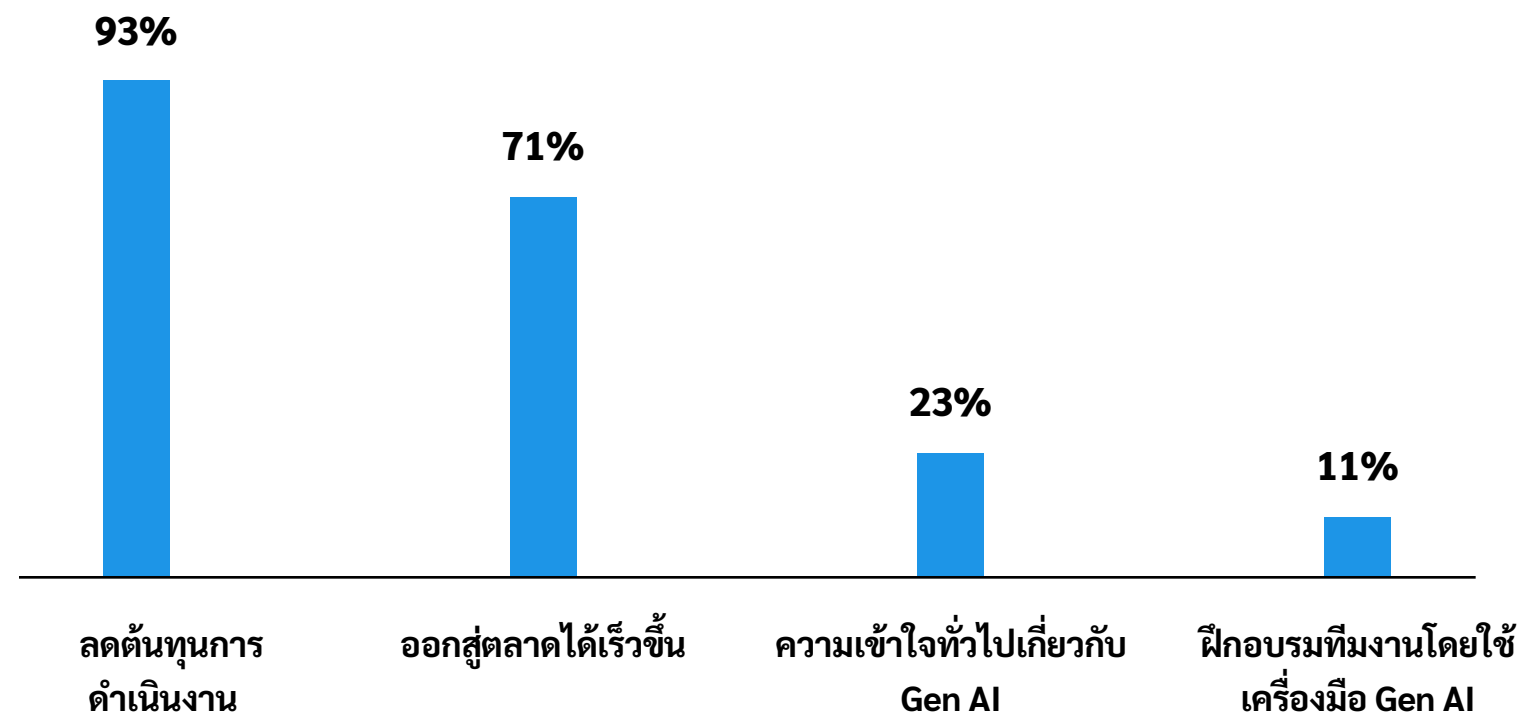
การเปลี่ยนแปลงนี้บ่งชี้ถึงความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นว่าเกณฑ์เปรียบเทียบแบบดั้งเดิมอาจไม่ครอบคลุมระดับบริการที่ลูกค้าคาดหวังในยุคดิจิทัลได้อย่างเต็มที่

ส่วนที่ 2:

Generative AI: การนำไป ใช้และผลกระทบ

Gen AI ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ แต่มีเพียงไม่กี่คนที่เข้าใจว่าคืออะไร

การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ Generative AI



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่เห็นด้วยกับข้อความที่แสดงบนแกน X (เช่น บริษัท 93% เห็นด้วยว่าการนำ Generative AI มาใช้จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน)

ในขณะที่ Generative AI (Gen AI) เริ่มประสบความสำเร็จมากขึ้นเรื่อยๆ บริษัทด้านบริการทางการเงินต่างก็กระตือรือร้นที่จะใช้ประโยชน์จากศักยภาพดังกล่าวเพื่อปรับเปลี่ยนธุรกิจของตน

ผู้นำมองว่า AI เป็นตัวเปลี่ยนเกมธุรกิจที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มความคล่องตัว

ความคาดหวังอันยิ่งใหญ่: ผลกระทบที่รับรู้ของ Gen AI

บริษัทบริการทางการเงินต่างตระหนักถึงศักยภาพการเปลี่ยนแปลงของ Gen AI อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการลดต้นทุนการดำเนินงานและปรับปรุงความเร็วในการนำสินค้าออกสู่ตลาด

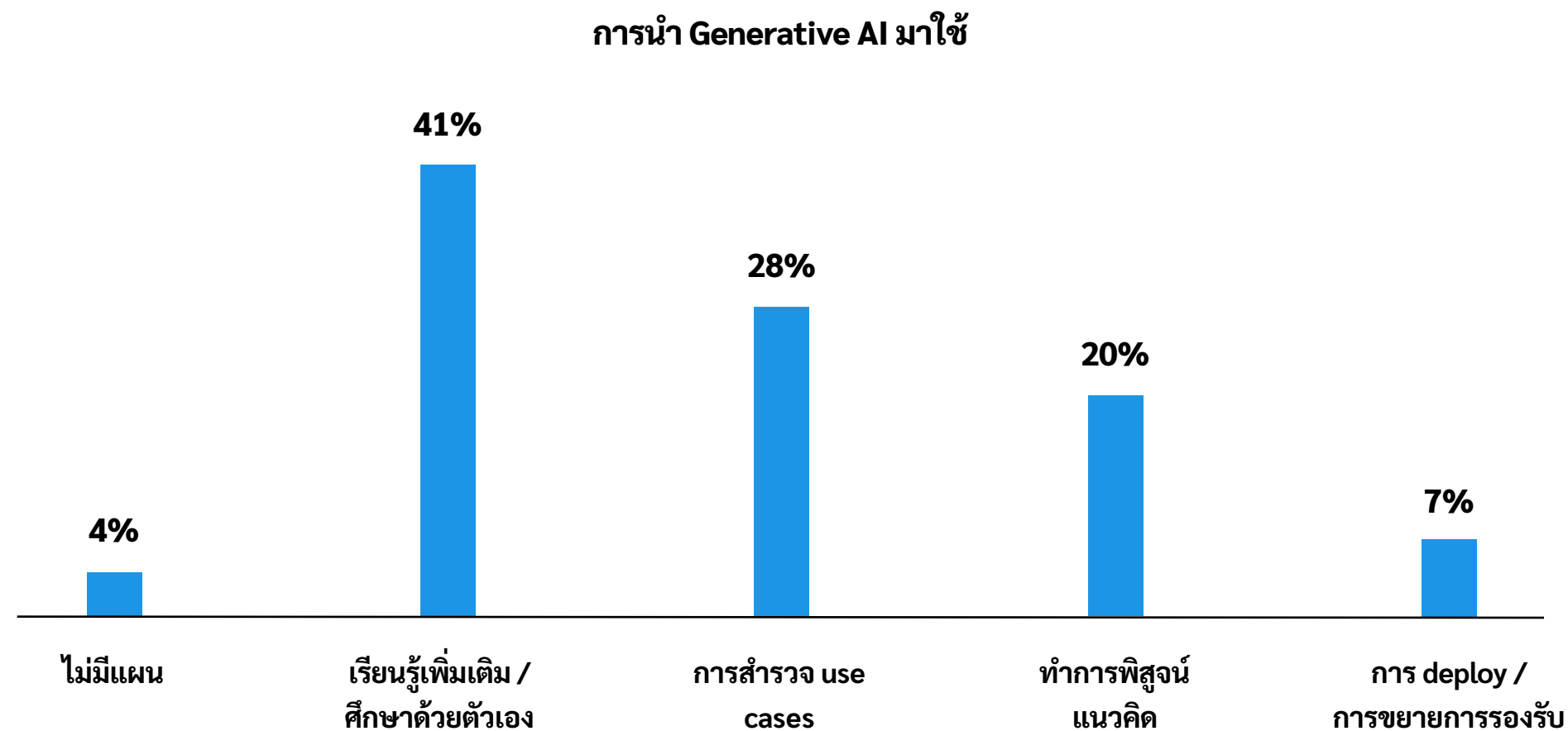
หลายคนคาดหวังว่า AI จะทำให้กระบวนการต่างๆ เป็นอัตโนมัติ ปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และขับเคลื่อนประสิทธิภาพ ทำให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

แนวทางที่รอบคอบ: ลดความเสี่ยง

แม้จะมีความมั่นใจนี้ แต่ก็ยังมีช่องว่างที่ชัดเจนในการทำความเข้าใจและการนำไปปฏิบัติ มีบริษัทเพียงไม่กี่แห่งที่เข้าใจเรื่อง Gen AI อย่างครอบคลุม และยิ่งน้อยกว่านั้นที่ฝึกอบรมทีมงานของตนให้ใช้อย่างจริงจัง

สิ่งนี้นำไปสู่แนวทางที่รอบคอบซึ่งขับเคลื่อนโดยความไม่แน่นอนและการยอมรับความเสี่ยงที่ต่ำ บริษัทต่างๆ ลังเลในการลงทุนกับการพัฒนาทักษะ ซึ่งส่งผลให้การนำไปใช้ในวงกว้างล่าช้า ความลังเลใจนี้บ่งบอกว่าพวกเขาจะรอความชัดเจนมากขึ้น use cases ที่ผ่านการพิสูจน์ และแนวทางป้องกันความเสี่ยงก่อนที่จะตัดสินใจอย่างเต็มตัวการเปลี่ยนแปลงที่ขับเคลื่อนโดย AI

ช่องว่างระหว่างคำร่ำลือและความจริง: บริษัทส่วนใหญ่ยังคงทดสอบตลาดด้วย Gen AI และมีเพียงไม่กี่แห่งที่กำลังขยายการรองรับโปรเจกต์



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่นำขีดความสามารถของ Gen AI มาใช้ตามระยะการเติบโต (เช่น มีบริษัทเพียง 7% เท่านั้นที่ปรับใช้หรือขยายการรองรับโปรเจกต์ Gen AI ในองค์กร)

การนำ Gen AI มาใช้ในบริการทางการเงินกำลังดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง แต่มีบริษัทเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้นที่ได้ก้าวผ่านระยะสำรวจเพื่อขยายการรองรับ AI ให้ครอบคลุมการดำเนินงานของตน ขณะที่องค์กรส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมร่วมกับ AI ในบางรูปแบบ แต่ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้นของการเรียนรู้ การทดลอง และการทดสอบ use cases ซึ่งเน้นย้ำถึงความท้าทายที่สำคัญในการขยายการรองรับ AI

มีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก แต่ดำเนินการได้อย่างจำกัด

บริษัทเกือบทั้งหมดแสดงความสนใจใน Gen AI โดยส่วนใหญ่เน้นที่การศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองหรือสำรวจ use cases ที่เป็นไปได้ โดยเขากล่าวถึงการรับรู้ถึงความสำคัญของ AI แต่ยังคงแสดงถึงแนวทางที่รอบคอบอีกด้วย บริษัทหลายแห่งยังคงอยู่ในช่วงพิจารณาว่า AI จะเหมาะสมกับการดำเนินงานของตนอย่างไร และยังไม่พร้อมที่จะ deploy ในปริมาณมาก

อุปสรรคต่อการขยายการรองรับ AI

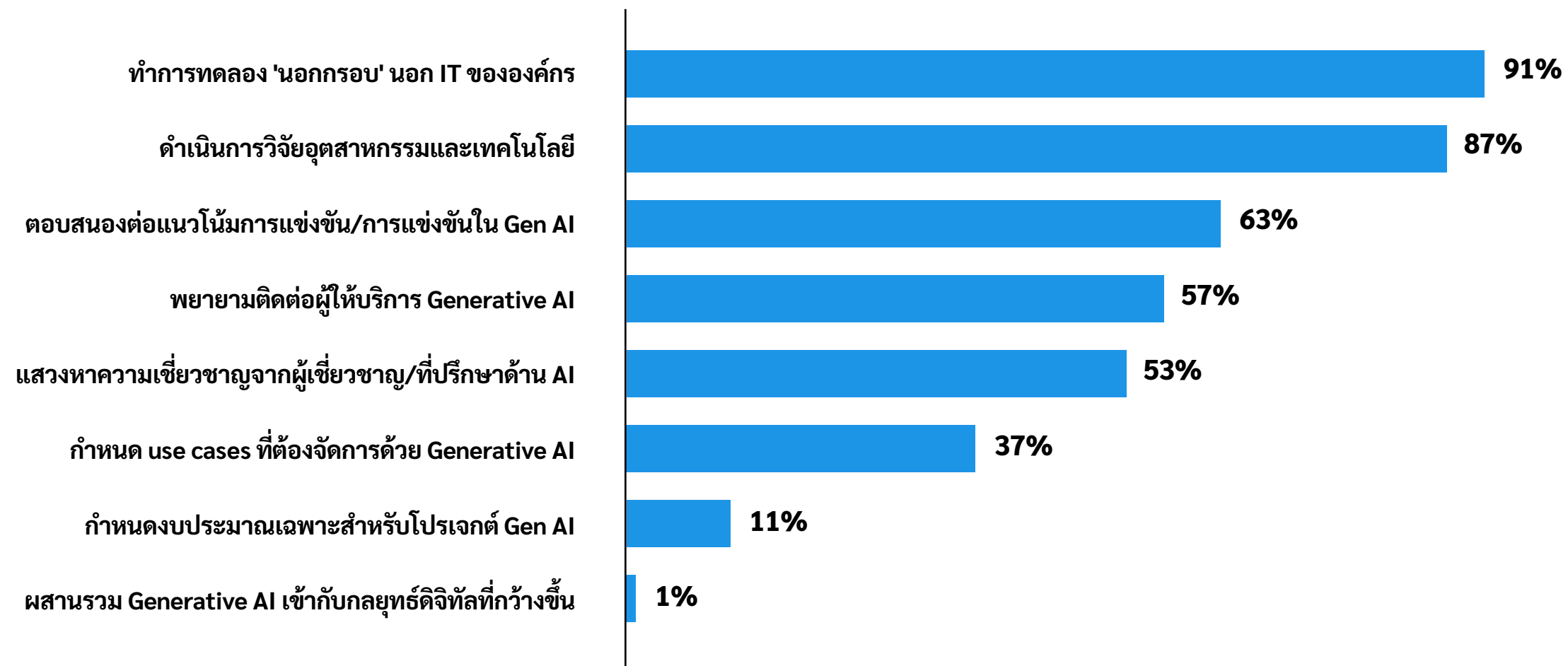
แม้จะมีความกระตือรือร้น แต่มีบริษัทขนาดย่อมไม่กี่แห่งที่ได้ดำเนินการขยายการรองรับ AI ความท้าทายต่างๆ อันได้แก่ ความจำเป็นในการมีชุดข้อมูลขนาดใหญ่ที่สะอาด, use cases ที่ชัดเจน และการลงทุนมูลค่าสูงมาก ซึ่งอุปสรรคเหล่านี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาอย่างดี และความมุ่งมั่นที่แข็งแกร่งในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการที่มีอยู่

หนทางเบื้องหน้า

แม้ว่าการนำมาใช้จะยังช้า แต่บริษัทต่างๆ ก็เริ่มสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของ Gen AI อย่างต่อเนื่อง เมื่อการพิสูจน์แนวคิดสำเร็จมากขึ้นและบริษัทต่างๆ มีความชัดเจนเกี่ยวกับคุณค่าของ AI คาดว่าจะมีการนำไปใช้งานในวงกว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การขยายการรองรับยังคงเป็นความท้าทายจนกว่าปัญหาพื้นฐานเหล่านี้จะได้รับการแก้ไข

การออกนอกกรอบและเรียนรู้ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ Gen AI ก้าวไปข้างหน้าได้

ขั้นตอนที่ได้ดำเนินการเพื่อนำ Generative AI มาใช้/ทดสอบ



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทที่ดำเนินการขั้นตอนเฉพาะในการทดสอบ/นำขีดความสามารถของ Generative AI มาใช้ (เช่น มีบริษัทเพียง 11% จัดสรรงบประมาณเฉพาะสำหรับโปรเจกต์ Gen AI)

บริษัทให้บริการทางการเงินที่ได้ทดลองใช้หรือขยายการรองรับ Gen AI ต่างยึดหลัก “ความก้าวหน้าเหนือความสมบูรณ์แบบ” โดยให้ความสำคัญกับการทดลองและการเรียนรู้อย่างรวดเร็ว มากกว่าการรอคอยกลยุทธ์ที่สมบูรณ์แบบ

การดำเนินการนอกกรอบ

หลายบริษัทหลีกเลี่ยงกรอบการทำงานด้าน IT ขององค์กรแบบดั้งเดิมเพื่อดำเนินการทดลองนอกกรอบด้วย Gen AI การทำเช่นนี้จะช่วยลดความเสี่ยงความล่าช้าในกระบวนการอนุมัติที่เป็นทางการ และเน้นทดสอบแนวคิดใหม่ๆ อย่างรวดเร็วแทน ความคล่องตัวนี้ช่วยให้บริษัทต่างๆ ก้าวไปข้างหน้าในพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเรียนรู้ผ่านการทดลองปฏิบัติจริง แทนที่จะรอแผนงานที่พัฒนาเต็มรูปแบบ

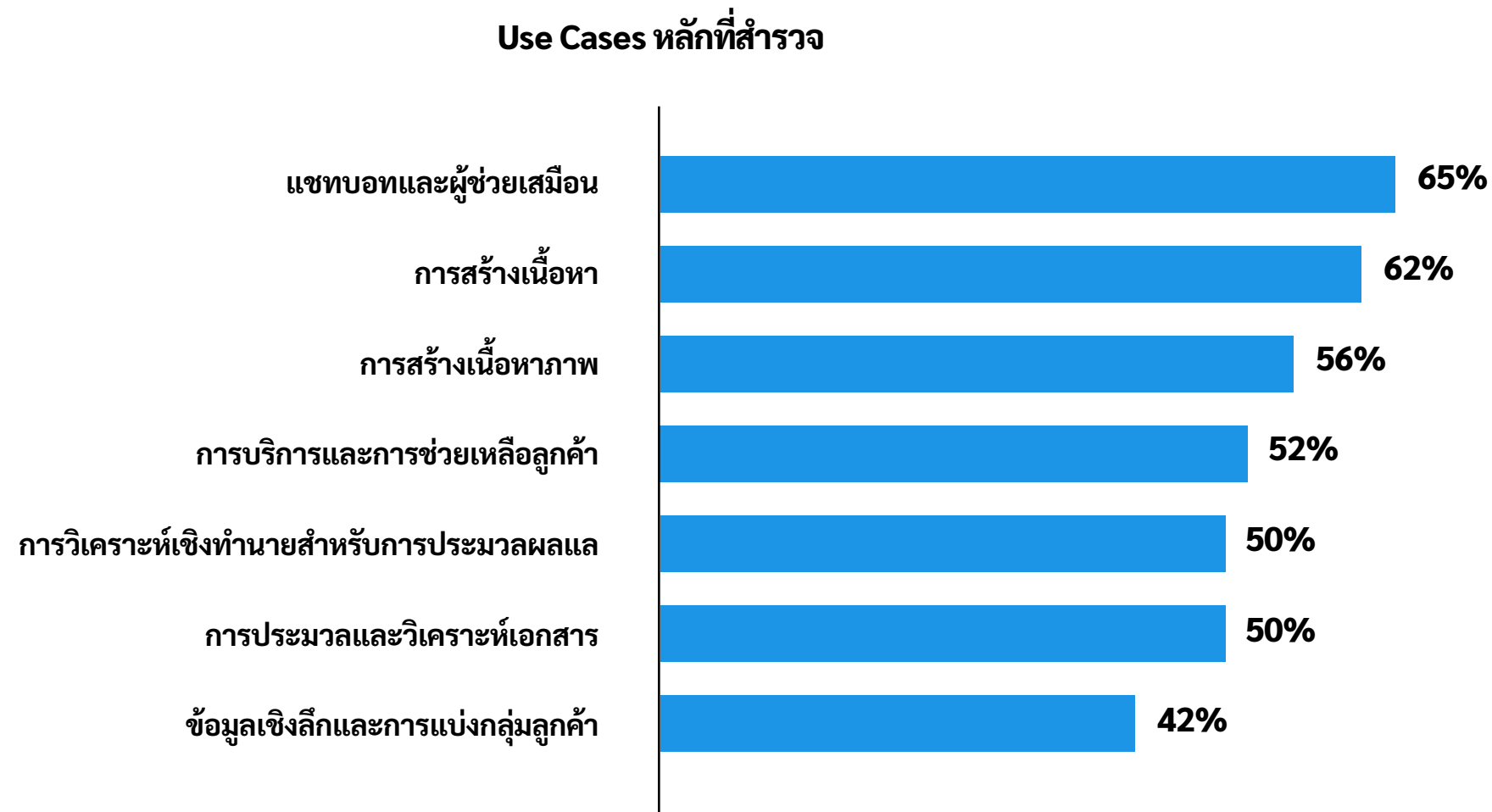
การเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ

บริษัทต่างๆ ใฝ่ติดตามแนวโน้มของอุตสาหกรรมอย่างใกล้ชิดและตอบสนองต่อสิ่งที่คู่แข่งกำลังทำอยู่ นอกจากนี้พวกเขายังแสวงหาความเชี่ยวชาญภายนอกจากผู้เชี่ยวชาญด้าน AI และผู้จำหน่าย พวกเขาเข้าใจว่าไม่จำเป็นต้องเสียเวลาลองผิดลองถูก และจะได้รับประโยชน์จากการเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวของผู้อื่นได้

มุ่งเน้นไปที่ Use Cases ที่ชัดเจน

แทนที่จะไล่ตามกระแส พวกเขาพยายามค้นหา use cases ที่กำหนดเป้าหมายซึ่ง AI จะมอบคุณค่าได้ พวกเขาให้ความสำคัญกับความพยายามที่ Gen AI สร้างผลกระทบที่ชัดเจนและวัดผลได้ เช่น การทำให้กระบวนการเป็นอัตโนมัติ ห่วงโซ่อุปทานเนื้อหา หรือการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า การกำหนด use cases เหล่านี้อย่างชัดเจนช่วยให้บริษัทต่างๆ หลีกเลี่ยงการสับสนเปลี่ยนทรัพยากรไปกับโครงการ AI ทั่วไป และมุ่งเน้นไปที่โครงการริเริ่มที่สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์แทน

ห่วงโซ่อุปทานเนื้อหาและบริการลูกค้าเป็นพื้นที่ไฟกัสนหลักสำหรับ Gen AI



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้แสดงเปอร์เซ็นต์ของบริษัทต่างๆ ที่กำลังสำรวจ use case เฉพาะโดยใช้ขีดความสามารถของ Gen AI (เช่น บริษัท 62% กำลังใช้ Gen AI เพื่อช่วยในการสร้างเนื้อหา)

บริษัทบริการทางการเงินกำลังใช้ประโยชน์จาก Gen AI เพื่อเปลี่ยนแปลงพื้นที่ปฏิบัติการหลัก ด้วยการมุ่งเน้นอย่างยิ่งในการสร้างเนื้อหาอัตโนมัติ ปรับปรุงการบริการลูกค้า และปรับปรุงการประมวลผลเอกสารให้มีประสิทธิภาพ

ห่วงโซ่อุปทานเนื้อหา

AI มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานเนื้อหา บริษัทต่างๆ มุ่งเน้นไปที่การสร้างเนื้อหาข้อความ ภาพ และวิดีโอแบบอัตโนมัติเพื่อขยายการรองรับความพยายามในการผลิตเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดแรงงานคนที่เกี่ยวข้องในการสร้างเนื้อหา ทำให้บริษัทต่างๆ ผลิตสื่อคุณภาพสูงได้เร็วขึ้นและในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะช่วยปรับปรุงการตลาด การสื่อสารกับลูกค้า และ engagement

ฝ่ายบริการลูกค้าและแชทบอท

Gen AI ยังมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการบริการลูกค้าอีกด้วย แชทบอทและผู้ช่วยเสมือนจะจัดการกับคำถามทั่วไปของลูกค้าได้โดยให้คำตอบที่รวดเร็วและเข้าถึงคำถามที่พบบ่อยได้ ซึ่งจะช่วยลดภาระของเจ้าหน้าที่และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าด้วยการให้การช่วยเหลือทันที ทำให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน

การประมวลผลเอกสาร

บริษัทต่างๆ กำลังใช้ Gen AI สำหรับการประมวลผลและวิเคราะห์เอกสาร ทำให้การตรวจทานข้อมูลปริมาณมากเป็นแบบอัตโนมัติ Use case นี้ช่วยให้สามารถดึงข้อมูลเชิงลึกจากเอกสารได้รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น ช่วยปรับปรุงการตัดสินใจ และทำให้พนักงานมีเวลามุ่งเน้นไปที่งานที่มีคุณค่าสูงกว่า การปรับปรุงเวิร์กโฟลว์เอกสารให้มามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ช่วยให้บริษัทต่างๆ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างมาก

Gen AI ลดต้นทุนการตลาดได้ถึงหนึ่งในสาม แม้ว่าปัจจุบันจะยังมีเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่วัดผลกระทบได้



9 in 10

บริษัทบริการทางการเงินเชื่อว่า Gen AI จะสร้างการเปลี่ยนแปลง



1 in 2

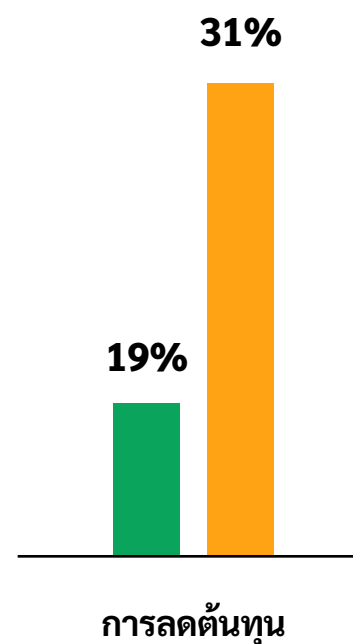
บริษัทบริการทางการเงินได้ทดลองใช้ Gen AI



1 in 6

บริษัทบริการทางการเงินสามารถวัดผลกระทบของ Gen AI ต่อต้นทุนการตลาดของตนได้

■ ผลกระทบที่คาดหวัง ■ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง



วิธีการอ่านแผนภูมินี้

แผนภูมินี้เปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์การลดต้นทุนการตลาดที่ดำเนินการกับเปอร์เซ็นต์การลดต้นทุนจริง (เช่น บริษัทต่างๆ พบว่าต้นทุนการตลาดลดลง 31% เมื่อใช้ Gen AI)

บริษัทต่างๆ ที่นำ Gen AI มาใช้บรรลุการประหยัดต้นทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ

ขณะที่ผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงจะมากกว่าที่คาดไว้ แต่หลายบริษัทยังคงประสบปัญหาในการวัดผลประโยชน์เหล่านี้ ซึ่งจำกัดความสามารถในการวัดมูลค่าของการเปลี่ยนแปลงที่ขับเคลื่อนโดย Gen AI ได้

ขีดความสามารถในการวัดผลที่จำกัด

แม้จะมีศักยภาพที่ชัดเจนในการลดต้นทุน แต่มีบริษัทเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่สามารถวัดผลกระทบทางการเงินของ Gen AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิ่งนี้บ่งชี้ว่าหลายองค์กรต่างขาดเครื่องมือ กระบวนการ หรือการมองเห็นข้อมูลที่เป็นในการติดตามและประเมินผลลัพธ์ของ AI หากไม่มีการวัดผลอย่างเหมาะสม บริษัทต่างๆ อาจมีความเสี่ยงที่จะพลาดโอกาสในการปรับปรุงกลยุทธ์และใช้ประโยชน์จากศักยภาพในการประหยัดต้นทุนของ AI ให้ได้เต็มที่

ผลกระทบที่ยิ่งใหญ่กว่าที่คาดไว้

แม้ว่าบริษัทต่างๆ คาดหวังว่าต้นทุนการดำเนินงานจะลดลง 19% แต่พวกเขาก็ทำให้ลดลงได้ถึง 31%

ขณะที่สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ Gen AI มอบให้ได้ แต่เราต้องฟังหูไว้หูในเรื่องนี้ หลายโปรเจกต์ Gen AI ยังคงอยู่ในระดับเล็กและไม่เผชิญกับความซับซ้อนของการ deploy ในระดับองค์กร ดังนั้นผลกระทบอาจไม่สำคัญเท่ากับการทดลองที่มีการควบคุม

ส่วนที่ 3:

บทเรียนจากผู้นำ

ผู้นำ: ผู้ตอบแบบสำรวจของเรา 6.3% (n = 33) ถูกจัดอยู่ในประเภทผู้นำในการวิเคราะห์ของเรา ผู้นำมีคุณลักษณะเฉพาะดังนี้ รายได้ของพวกเขาเติบโตสูง
กว่าคู่แข่ง พวกเขาได้ทดลองใช้ Gen AI และเปรียบเทียบประสบการณ์ของลูกค้า

บทเรียน 1

เปรียบเทียบเพื่อปรับปรุงอยู่เสมอ

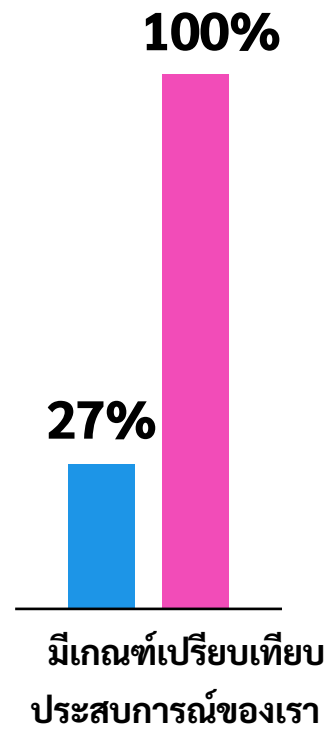
ผู้นำทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพและปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าแบบครบวงจรอย่างต่อเนื่อง

“ประสบการณ์ไม่อาจหยุดนิ่ง ผู้บริโภคของเราไม่ใช่แบบนั้น! เราต้องใช้เลือดและน้ำตาจำนวนมากเพื่อให้ประสบการณ์ดิจิทัลของเราอยู่ในระดับที่ฉันคิดว่าดีกว่ามาตรฐาน แต่เราไม่สามารถอยู่นิ่งเฉยได้ เราต้องคอยดูว่าสตาร์ทอัพกำลังทำอะไรอยู่ และคนรุ่นใหม่ต้องการประสบการณ์แบบใด

SVP, ฝ่ายประสบการณ์

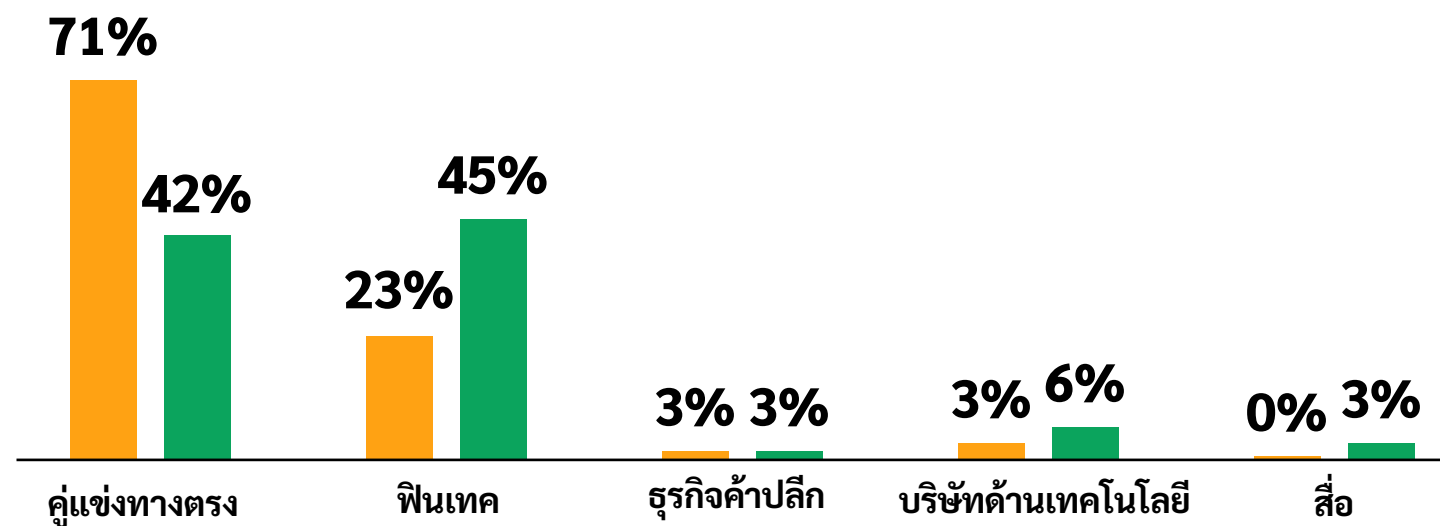
มีอุตสาหกรรมเพียง 27% มีเกณฑ์เปรียบเทียบ CX เมื่อเทียบกับผู้นำ 100%

■ ผู้นำ ■ อุตสาหกรรม



ผู้นำอุตสาหกรรมกำลังมองหาคู่แข่งที่ไม่ใช่โดยตรงเพื่อปรับปรุง CX ของตน

■ เกณฑ์เปรียบเทียบปัจจุบัน ■ เกณฑ์มาตรฐานในอุดมคติ



ขณะที่มีเพียงสามในสี่ของอุตสาหกรรมมีเกณฑ์เปรียบเทียบประสบการณ์ของลูกค้า แต่ผู้นำอุตสาหกรรมทั้งหมดก็ทำเช่นนั้น ผู้นำอุตสาหกรรมต่างๆ หันมาใช้เกณฑ์เปรียบเทียบกับ ผู้เล่นที่ไม่ใช่แบบดั้งเดิม เช่น บริษัทฟินเทคและบริษัทเทคโนโลยีกันมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้สะท้อนให้เห็นความเข้าใจที่พัฒนาขึ้นเกี่ยวกับสิ่งที่กำหนดประสบการณ์อันยอดเยี่ยมของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการทางการเงิน

มองข้ามคู่แข่งทางตรง

ในปัจจุบัน บริษัทส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่การเปรียบเทียบประสบการณ์ของลูกค้ากับคู่แข่งทางตรง แต่สถานะในอุดมคติแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาที่จะก้าวไปไกลกว่าแนวทางแบบเดิมๆ นี้

ขณะที่บริษัทต่างๆ มุ่งมั่นเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป้าหมายการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในอุดมคติกำลังเปลี่ยนไปสู่บริษัทเทคโนโลยีและบริษัทฟินเทค

อุตสาหกรรมเหล่านี้ได้กำหนดมาตรฐานสำหรับประสบการณ์ดิจิทัล ส่งผลให้บริษัทต่างๆ มองหาแรงบันดาลใจในการนำเสนอเฉพาะบุคคล ความสะดวกสบาย และประสิทธิภาพในกลยุทธ์ประสบการณ์ของลูกค้านอกเหนือจากบริการทางการเงินแบบดั้งเดิม

บทเรียน 2

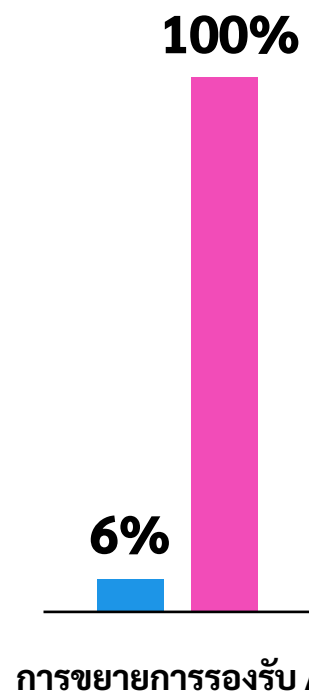
ความก้าวหน้ามาก่อนความสมบูรณ์แบบ

ผู้นำต้องพยายามและปรับแต่งสิ่งต่างๆ โดยไม่รอคอยกลยุทธ์ที่สมบูรณ์แบบ

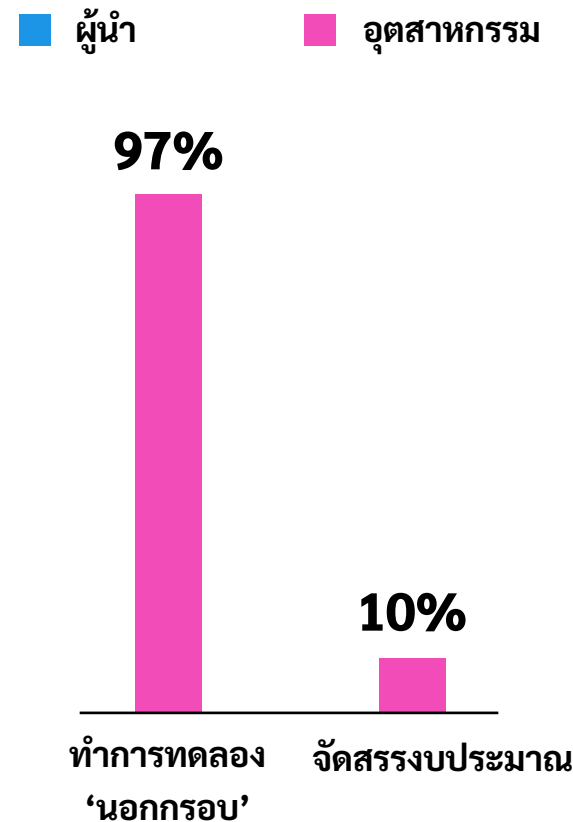
“วัฒนธรรมเราเปลี่ยนไปแล้ว ตอนนี้เราเล่นและทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ เรามีสิทธิ์เต็มที่จะทำเช่นนั้น พันธมิตรเชิงกลยุทธ์บางรายของเราก็มีบทบาทสำคัญในเรื่องนี้เช่นกัน โดยพวกเขาจะมาหาเราพร้อมกับไอเดียใหม่ๆ ที่เราจะลองและทดสอบได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำหรือเพียงเล็กน้อย

CIO/CTO ระดับโลก

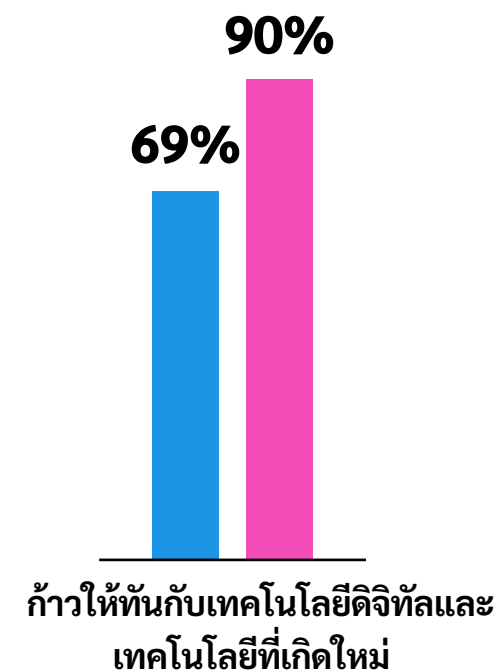
ขนาดของผู้นำอุตสาหกรรม
ผู้นำ 100% กำลังขยายขนาดโครงการ Gen AI ของตน



ผู้นำอุตสาหกรรมทดลองใช้
Gen AI 45% โดยไม่คาดหวังผลตอบแทนหรือกรณี Rol



ผู้นำอุตสาหกรรมกังวล
เกี่ยวกับการก้าวให้ทันเทคโนโลยีใหม่



ผู้นำมักจะกระตือรือร้นในการทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น และให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์แบบน้อยลง โดยเลือกที่จะทดสอบและเรียนรู้อย่างรวดเร็วเพื่อให้ก้าวล้ำหน้าในภูมิภาคที่แข่งขัน

จัดลำดับความสำคัญของการทดลอง

ผู้นำอุตสาหกรรมไม่รอกลยุทธ์ที่ไร้ที่ติเพื่อใช้งาน Gen AI แต่กำลังทดลองอย่างจริงจัง โดยมักจะดำเนินการโปรเจกต์นอกกระบวนการที่เป็นทางการ

แนวทางนี้ช่วยให้พวกเขาเข้าใจศักยภาพของเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องติดอยู่ในกรอบราชการหรือการวางแผนที่เข้มงวด

ติดตามเทคโนโลยีแห่งอนาคต

ผู้นำไม่เพียงแต่ทดลองมากขึ้น แต่ยังจัดจ่อมากขึ้นว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ จะมาปรับเปลี่ยนธุรกิจและประสบการณ์ของลูกค้าอย่างไร

พวกเขาติดตามและคิดอย่างมีกลยุทธ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และวิธีการผสมรวมเพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน

บทเรียน 3

พรสวรรค์เหนือกว่าธรรมเนียมเดิม

ผู้นำเชื่อว่าจำเป็นต้องยกระดับความสามารถเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้

“ความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของเราคือผู้คน ฉันไม่คิดว่าเราจะกลายมาเป็นผู้นำในยุคดิจิทัลใหม่นี้ด้วยความสามารถแบบเดียวกับที่ทำให้เรามาถึงจุดนี้ได้ ไม่ใช่ว่าทีมและบุคลากรของเราไม่เก่ง แต่พวกเขาเก่งมาก แต่ฉันไม่รู้ว่ามีทักษะรวมๆ ที่เหมาะสมกับอนาคตหรือไม่

VP ด้านกลยุทธ์



100%

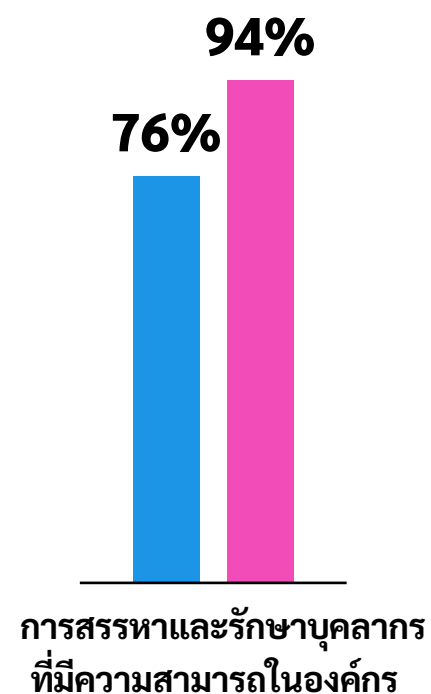
ของผู้นำว่าจ้างคนเก่งจากภายนอกในระหว่างการเปลี่ยนแปลง



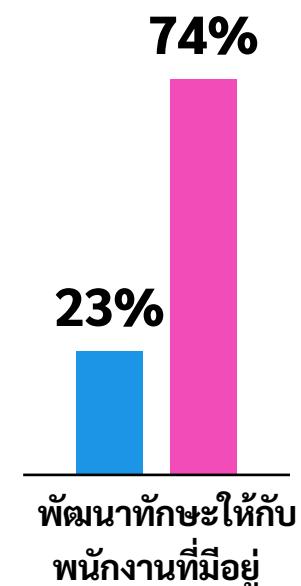
ความท้าทายอันดับ 1

ที่ผู้นำต้องเผชิญในระหว่างการเปลี่ยนแปลงคือการดึงดูดและรักษาคนเก่งในองค์กร

ผู้นำกล่าวว่าการสรรหาและรักษาคนเก่งในองค์กรเป็นความท้าทายที่สำคัญ



ผู้นำลงทุนพัฒนาทักษะของพนักงานในช่วงการเปลี่ยนแปลง



ข้อมูลเน้นย้ำถึงความสำคัญอย่างยิ่งของคนเก่งในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จ การดึงดูด รักษา และยกระดับทักษะของคนเก่งได้กลายมาเป็นเรื่องที่มีความสำคัญสูงสุด โดยผู้นำมีความสามารถเหนือกว่าอุตสาหกรรมโดยรวมอย่างมากในการจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ ทั้งผ่านการจ้างงานจากภายนอกและการพัฒนาภายใน

คนเก่งจะขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

สำหรับผู้นำ การสรรหาและรักษาบุคลากรถือเป็นแกนหลักของกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการนำผู้เชี่ยวชาญภายนอกเข้ามาและแก้ไขช่องว่างทักษะได้อย่างรวดเร็วถือเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขันในภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผู้นำตระหนักดีว่าการมีบุคลากรที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้นำลงทุนในการพัฒนาทักษะ

ขณะที่การรักษาคนเก่งในองค์กรเป็นความท้าทายทั่วทั้งอุตสาหกรรม แต่ผู้นำก็มีความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหานี้มากขึ้นด้วยการริเริ่มพัฒนาทักษะ แนวทางการคิดแบบมุ่งไปข้างหน้านี้ช่วยให้พวกเขาสร้างทีมที่คล่องตัวและพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น

บทเรียน 4

แนวทางที่ตรงกันอยู่เหนือความคลุมเครือ

ผู้นำเชื่อว่าการจัดแนวทางภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในระหว่างการเปลี่ยนแปลง

“จากการที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจมาหลายครั้ง ฉันพูดได้ด้วยความมั่นใจว่าการมีผู้นำที่เหมาะสมคือสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับความสำเร็จ ผู้นำต้องมีอำนาจที่จะรวมทุกคนเป็นหนึ่งและทำทุกอย่างให้สำเร็จ นั่นคือหนทางเดียว

EVP Digital



#1 ภาวะผู้นำและการกำกับดูแล

ผู้นำให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำการเปลี่ยนแปลง



100%

ของผู้นำมีการแสดงให้เห็นภาวะความเป็นผู้นำและการกำกับดูแลที่ชัดเจนสำหรับความพยายามในการเปลี่ยนแปลงของตน



#2 การจัดแนวทางวัตถุประสงค์และ KPI

ผู้นำให้ความสำคัญกับการจัดแนวทางเป็นสำคัญอันดับสองในการเปลี่ยนแปลง



90%

ของผู้นำได้จัดแนวทางวัตถุประสงค์และ KPI ที่สอดคล้องกันระหว่างการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จยังรากลึกอยู่ในภาวะผู้นำที่แข็งแกร่งและโมเดลการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน

ภาวะความเป็นผู้นำคือรากฐาน

ผู้นำตระหนักดีว่าภาวะความเป็นผู้นำที่เข้มแข็งคือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในความพยายามในการเปลี่ยนแปลงใดๆ ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะกำหนดทิศทาง ส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความรับผิดชอบ และรับประกันว่าทีมงานมีแรงจูงใจและพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อน

หากไม่มีการกำกับดูแลที่เข้มแข็งและภาวะผู้นำที่เด็ดขาด การเปลี่ยนแปลงก็มีแนวโน้มที่จะหยุดชะงักหรือไม่สามารถบรรลุศักยภาพได้ตามที่หวังไว้

การจัดแนวทางของ KPI คือกุญแจสำคัญ

นอกเหนือจากภาวะผู้นำแล้ว การจัดแนวทางวัตถุประสงค์ของทีมและ KPI ให้สอดคล้องกันยังถือเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความมุ่งมั่นและความสามัคคีระหว่างการเปลี่ยนแปลง ผู้นำจะสร้างความพยายามที่เป็นหนึ่งเดียวเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงดำเนินไปได้ตามเป้าหมายโดยรับประกันว่าทุกทีมกำลังทำงานไปสู่เป้าหมายที่กำหนดอย่างชัดเจน

การจัดแนวทางนี้ช่วยเชื่อมการแยกส่วนการดำเนินงานและรับรองว่าความคืบหน้าสามารถวัดได้และเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยรวม

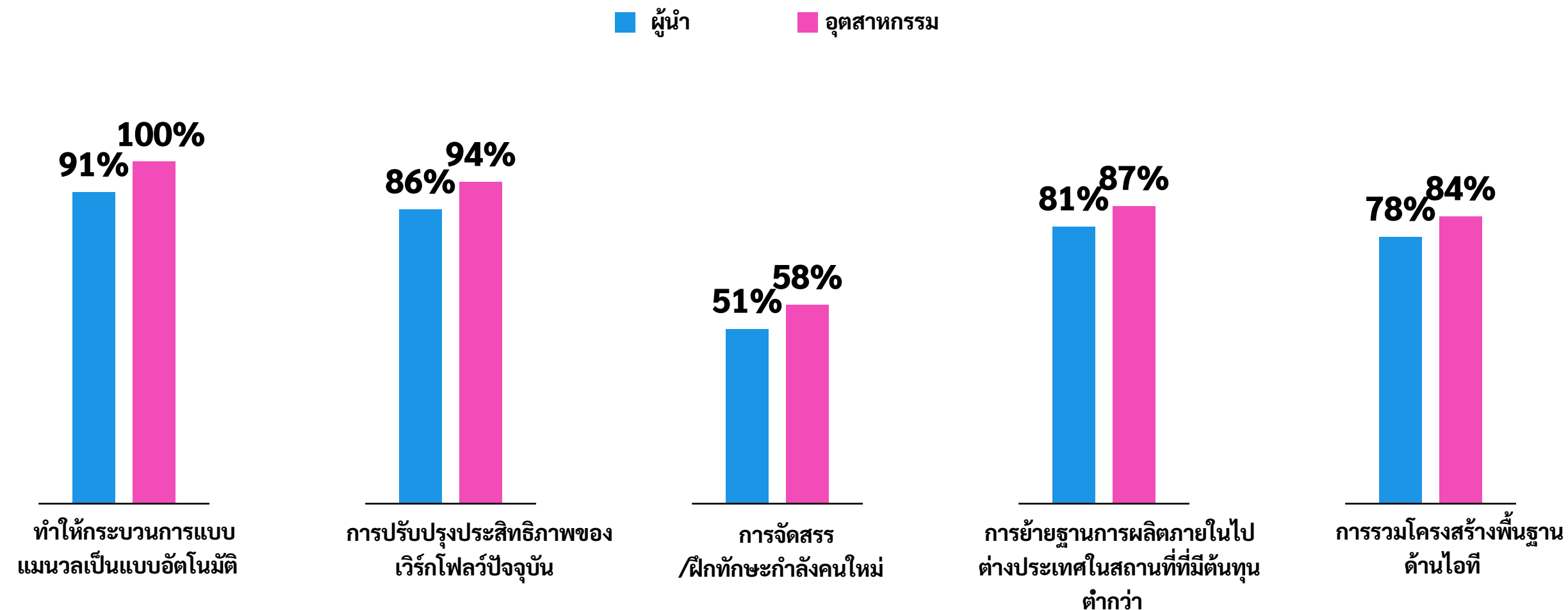
บทเรียนที่ 5

กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพย่อมเหนือกว่าในระยะยาว

ผู้นำมุ่งเน้นไปที่การดึงประสิทธิภาพออกมาและส่งมอบผลลัพธ์

“เรามองหาโอกาสในการย้ายฐานการผลิต (ภายใน) ไปต่างประเทศอย่างจริงจัง เนื่องจากช่วยให้เราบรรลุเป้าหมายด้านงบประมาณได้ แต่ยังช่วยให้เราเข้าใจการรวบรวมรหัสการผลิตและทำให้กระบวนการเหล่านี้เป็นอัตโนมัติในที่สุดอีกด้วย

VP, การปฏิบัติงาน





เกี่ยวกับ INCISIV

Incisiv คือเครือข่ายผู้บริหารแบบเพียร์ทูเพียร์และบริษัทข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมสำหรับผู้บริหาร อุตสาหกรรมผู้บริโภค ซึ่งเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

Incisiv นำเสนอการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ได้รับการคัดสรร เภณฑ์มาตรฐานความพร้อมทางดิจิทัล และข้อมูลเชิงลึกที่นำไปใช้ได้จริงสำหรับการเปลี่ยนแปลงให้กับลูกค้าในอุตสาหกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี

incisiv.com

โดยร่วมมือกับ



เกี่ยวกับ ADOBE

เราช่วยให้ทุกคนสร้างประสบการณ์ดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ กว่าหลายทศวรรษที่ผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างสรรค์ของเราช่วยให้ลูกค้าสร้างแบรนด์ที่ดีที่สุดในโลก แต่ประสบการณ์ลูกค้าเป็นมากกว่าแอปโฆษณาหรือหน้าเว็บที่ออกแบบมาอย่างดี

เรานำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อช่วยให้ธุรกิจต่างๆ เข้าใจลูกค้าแต่ละรายได้ดีขึ้น เข้าใจความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลานั้นๆ จากนั้นออกแบบและมอบประสบการณ์ดิจิทัลที่สร้างความภักดีของลูกค้าและขับเคลื่อนความสำเร็จทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว

adobe.com

การมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลแก่ลูกค้าจำนวนมหาศาล

ต้องการเรียนรู้ว่าธุรกิจของคุณจะบรรลุการมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลแก่ลูกค้าจำนวนมหาศาลได้หรือไม่ พบกับเครื่องมือที่คุณต้องการเพื่อประสบความสำเร็จในทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า

Adobe Customer Journey Analytics

จะช่วยให้คุณเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยคุณจะได้รับข้อมูลเชิงลึกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยประสบการณ์แบบเรียลไทม์ที่มีประสิทธิภาพในวงกว้าง

[ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)

Adobe Real-Time CDP

เป็นโซลูชันการจัดการข้อมูลลูกค้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การได้ลูกค้าใหม่ไปจนถึงการสร้างความภักดี ด้วยความสามารถของข้อมูลลูกค้าและเครื่องมือขั้นสูงในตัว

[ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)

Adobe Journey Optimizer

จัดการ engagement กับลูกค้าขาเข้าและแคมเปญ Omnichannel ขาออกโดยใช้ข้อมูลเชิงลึกแบบเรียลไทม์และเวิร์กโฟลว์ที่ขับเคลื่อนโดย AI เพื่อให้คุณมีส่วนร่วมกับลูกค้าหนึ่งรายหรือหลายล้านรายได้ทุกที่ทุกเวลา

[ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)