KIR

Metabanking przyszłością bankowości?

Era nowego klienta

2010 – 2020 **Gen Alpha**

1997 – 2012 **Gen Z „Zoomersi”**

1981 – 1996	Gen Y „Millennialsi”
1965 – 1980	Gen X
1946 – 1964	Baby Boomers
1928 – 1945	Silent Generation

GREW UP DURING AN **ECONOMIC BOOM**

TEND TO BE **IDEALISTIC**

FOCUSED ON HAVING **EXPERIENCES**

MOBILE **PIONEERS**

PREFER BRANDS THAT **SHARE THEIR VALUES**

PREFER **FACEBOOK & INSTAGRAM**

MILLENNIALS

Born between about

1980 & **1996**

MOST WERE RAISED BY **BABY BOOMERS**

GENERATION Z

Born between about

1997 & **2010s**

MOST WERE RAISED BY **GEN XERS**

GREW UP DURING A **RECESSION**

TEND TO BE **PRAGMATIC**

FOCUSED ON **SAVING MONEY**

MOBILE **NATIVES**

PREFER BRANDS THAT **FEEL AUTHENTIC**

PREFER **SNAPCHAT & INSTAGRAM**

Źródło: https://zerocater.com/blog/2018/06/04/workforce-newest-members-generation-z/

Gen Z ma swoje autorytety i preferowane źródła informacji

Dla osób w wieku 15-25 lat media społecznościowe to kluczowe źródła informacji:

- 93% osób jako główne źródło wiedzy o świecie wskazuje YouTube,
- na kolejnych miejscach plasuje się Facebook (90%), Instagram (82%) i TikTok (74%).

Natomiast media tradycyjne są dla nich daleko w tyle:

- z telewizji i radia korzysta 41%, a 39% zagląda na portale informacyjne,
- polską prasę drukowaną czyta zaledwie 12%, a elektroniczną 18%.

Źródło: Raport „Generacja Z wchodzi do gry. Konsumpcja treści przez młodych” agencja badawcza WiseRabbit na zlecenie Clue PR
Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI w dniach 20-26 września 2022 r. na reprezentatywnej próbie 1004 osób w wieku 15-25 lat

91%

europejskich bankowców szacuje,
że **generacja** Z będzie miała znaczący wpływ
na ich wyniki finansowe przez najbliższe 5 lat

Gen Z

Źródło: Raport „How banks can cater to Gen Z customers”, IBM grudzień 2022.

Ewolucja bankowości – od placówki stacjonarnej po wirtualną

BANKOWOŚĆ ODDZIAŁOWA

2000 r.

BANKOWOŚĆ INTERNETOWA
WEB 1.0

BANKOWOŚĆ MOBILNA
WEB 2.0

BANKOWOŚĆ WIRTUALNA (METABANKING, NEOBANKING)
WEB 3.0

2023 r.

Co to jest metaverse?

- Metaverse to równoległy świat wirtualny, w którym możemy spotykać się z innymi, robić zakupy, grać w gry, szkolić się i studiować, załatwiać interesy.
- To idea, która polega na przeniesieniu praktycznie każdego obszaru naszego życia do wersji cyfrowej. Zakłada dostarczenie doświadczenia immersyjnego, czyli ‘zanurzenia się’ w wirtualnym świecie.
- Dzięki metaverse, obrazowo mówiąc, możemy wejść – w formie cyfrowej, czyli jako awatar – do wnętrza Internetu.

Bankowość metaverse w Polsce
Start: październik 2022 r.

PKO Bank Polski

- Bank otworzył swoją placówkę w metaverse (https://decentraland.org), gdzie użytkownik może zwiedzić wirtualną warszawską Rotundę, w której udostępniona została wystawa polskiej sztuki współczesnej. Na razie ma ona charakter cyfrowego laboratorium, które bank wykorzystuje do odkrywania możliwości metaverse i wypracowywania nowych rozwiązań.
- Jest obecny na platformie Decentraland, aby m.in. testować środowisko, zdobywać doświadczenie, budować technologiczne know-how oraz sprawdzać potencjał tego kanału.
- Obecnie analizuje możliwości pojawienia się na kolejnych platformach, jak "Roblox", "Minecraft" czy "Fortnite„.

Źródło: https://www.bankier.pl/wiadomosc/Banki-w-metaverse-Roblox-Minecraft-Pierwsze-wirtualne-placowki-8472728.html

Bank Pekao S.A.

- Bank jako pierwsza uniwersalna instytucja finansowa na świecie stokenizował sztukę, a następnie zaprezentował NFT w metaverse. W Galerii PeoPay – wirtualnej przestrzeni zlokalizowanej w ESKAWorld i pierwszym polskim środowisku metaversowym, bank prezentuje tokeny NFT z pracami Kai Renkas wykonanymi na 25-lecie Bankowości Prywatnej Pekao. W dwóch wirtualnych pomieszczeniach galerii prezentowane są stokenizowane prace i gra interaktywna.
- To już drugi taki projekt – wcześniej bank stokenizował elementy kompozycji malarskiej Rafała Bujnowskiego i powiązał je z 440 kartami płatniczymi Unique wprowadzonymi wspólnie z Mastercard.

ING Bank Śląski

- Bank uruchomił "Miasto ING” w popularnej grze dla dzieci Roblox. W odróżnieniu od wizji PKO BP bank ING postawił na młodego odbiorcę. Gra wykorzystuje elementy edukacyjne – uczy dzieci oszczędzać. By w nią zagrać, wystarczy ją zainstalować, utworzyć awatara i rozpocząć eksplorację miasteczka.

Źródło: https://www.bankier.pl/wiadomosc/Banki-w-metaverse-Roblox-Minecraft-Pierwsze-wirtualne-placowki-8472728.html

https://www.youtube.com/watch?v=tnO1x3pj1sE

Bankowość metaverse na świecie
Start: luty 2022 r.

JP Morgan Chase

- Amerykański bank to pierwszy bank na świecie, który otworzył swój salon (o nazwie „Onyx”) w wirtualnej rzeczywistości – na platformie Decentraland.

SCB Siam Commercial Bank

- Tajlandzki bank nabył wirtualne nieruchomości w grze The Sandbox. Jest to świat zbudowany na blockchainie Ethereum.

HSBC

- Brytyjski bank także nabył wirtualne nieruchomości w grze The Sandbox. Bank zamierza wykorzystać swoją działkę do budowania doświadczeń dla entuzjastów sportu, e-sportu i gier.

BNP Paribas

- Francuski bank uruchomił aplikację Virtual Reality, która umożliwia klientom korzystanie z VR w transakcjach bankowych, w tym otwieraniu konta.

Źródło: https://zebpay.com/blog/metaverse-bank-the-future-of-banking

Szeroki zakres wykorzystania metaverse w realnym świecie bankowości i nie tylko

- Metaverse w bankowości na razie sprowadza się głównie do działań wizerunkowych i reklamowych. Banki testują rozwiązania i możliwości, ale w przyszłości zakres usług będzie niewątpliwie rozszerzany. Instytucje finansowe przekonują, że możliwości, jakie dają wirtualne światy, są w zasadzie nieograniczone.

- W tym momencie użytkownik może za pomocą swojego awatara rozejrzeć się po wirtualnej przestrzeni, ale bankowcy dążą do tego, by docelowo ich obecność w metaverse miała charakter biznesowy.

Źródło: BCG

Wg Gartnera do 2026 roku **25% ludzi na świecie** będzie spędzać w metaverse **przynajmniej 1 godzinę dziennie**

Źródło: https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-02-07-gartner-predicts-25-percent-of-people-will-spend-at-least-one-hour-per-day-in-the-metaverse-by-2026

20 marek, które już dziś zarabiają w metaverse

1. Nike
2. Wendy’s
3. Samsung
4. Hyundai
5. Coca-Cola
6. Sentosa
7. The Walking Dead
8. Louis Vuitton
9. Adidas
10. Gucci
11. Balenciaga
12. Burberry
13. Dolce & Gabbana
14. Ferrari
15. Tommy Hilfiger
16. Vans
17. Ralph Lauren
18. Forever 21
19. Atari
20. Christie’s

Źródło: https://influencermarketinghub.com/metaverse-brands/

KIR

kir.pl