

آینده خدمات مالی

در سایه تکنولوژی های روز



معاونت بررسی های اقتصادی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



مترجم: فاطمه علیزاده آغاسمعیلی

معاونت بررسی‌های اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

اردیبهشت ۱۴۰۳

از طریق پست الکترونیکی زیر می‌توانید پیشنهادهای و نظرات اصلاحی خود را به واحد مربوطه منعکس
نمایید:

economic_research@tccim.ir

استفاده از مطالب این گزارش با ذکر منبع بلامانع است.

پیشرفت‌های چشمگیر فناوری اطلاعات، روش‌های زندگی و کسب و کار را به شدت متأثر ساخته
تا آنجایی که اگر سازمان‌ها، نهادها و افراد با این تحولات همسو و هماهنگ نشوند، فرصت‌های
بسیاری را در آینده از دست خواهند داد.



در چشم‌انداز پرشتاب و رقابتی جهان امروز، دغدغه اصلی رهبران کسب‌وکار انطباق با تغییرات سریع فناوری است. همچنین کارآفرینان و افرادی که در نظر دارند کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند، در دنیای رقابتی امروز می‌بایست هوشمندانه عمل نمایند. توسعه فناوری اطلاعات به‌عنوان یکی از مولفه‌های رشد اقتصادی در توسعه مالی و استقرار نظام اطلاع‌رسانی جهانی به شکل فزاینده‌ای نقش دارد. چنین روند مثبت و رو به رشدی تحولات شگرفی را در ساختارهای اقتصادی و نظام پولی و مالی ایجاد کرده است. گسترش فناوری مالی و خدمات حاصل از آن در کانون توجه بسیاری از موسسات بزرگ قرار گرفته است. شرکت‌های خدمات مالی^۱ مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را برای تسهیل اقتصاد مالی در اقتصاد مدرن انجام می‌دهند. فعالان این حوزه، بهره‌گیری از فناوری‌های روز دنیا، ارتقای کیفیت پولی و مالی و ایجاد شبکه‌های گسترده پولی و مالی را در دستور کار خود قرار داده و معتقدند که می‌بایست استراتژی‌های رهبری و مدیریت کسب‌وکارها مجدداً ارزیابی شوند تا اطمینان حاصل شود که تعادل مناسبی بین نوآوری، انعطاف‌پذیری، همکاری و عملکرد حاصل می‌شود. شرکت Capgemini^۲ (۲۰۲۴)، در ارزیابی آینده خدمات مالی به اثرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت مالی و بانکی به‌عنوان عامل کلیدی تأکید کرده است. با توجه به اینکه فناوری و تکنولوژی تمام ابعاد زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده است، تمایل افراد به دریافت خدمات نوین از طریق فناوری‌های مالی افزایش یافته است. در نتیجه هوشمندانه‌ترین اقدام توسط موسسات مالی، ادغام با خدمات نوین مالی و پیوستن به آن است.

فناوری‌هایی مانند پردازش ابری^۳، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا که طی چند سال اخیر پا به عرصه وجود گذاشته‌اند به‌طور گسترده در بخش‌های مالی از جمله بیمه و بانکداری مورد استفاده قرار گرفته است. به گفته انیربان بوز^۴، مدیر عامل شرکت Capgemini، علی‌رغم نااطمینانی‌هایی که فناوری‌های نوظهور به همراه دارند، تعداد رهبران تجاری که نسبت به عملکرد سازمان خود در سال ۲۰۲۴ خوشبین هستند، افزایش یافته است. این امر به افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف منجر شده است به‌گونه‌ای که از هر ۱۰ سازمان، ۸ سازمان سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال متمرکز بر هوش مصنوعی، پردازش ابری و امنیت سایبری را افزایش خواهد داد. توسعه فناوری با درک این موضوع که مدیریت مسئولانه بسیار مهم است، قابلیت‌های انسانی، کارایی، خلاقیت و قابلیت حل مسئله را برای مقابله مؤثرتر با چالش‌های پیچیده را بهبود می‌بخشد.

^۱ Financial Services

^۲ کاپژمینی شرکت مشاوره فناوری اطلاعات فرانسوی و چندملیتی است، که در زمینه ارائه خدمات مشاوره اطلاعاتی، مشاور مدیریت، خدمات فناوری اطلاعات، خدمات حرفه‌ای و برون‌سپاری فعالیت می‌نماید.

^۳ Cloud computing

^۴ Anirban Bose

با توضیحات ارائه شده، اهمیت و رصد تغییرات در حوزه فناوری مالی و تلاش سیستم‌های مربوط به این حوزه برای همگام شدن با این تغییرات ضروری است. بنابراین در این گزارش با استناد به مقاله Capgemini به بررسی آینده خدمات مالی با ظهور فناوری‌های نوین و نمونه‌هایی خاص از صنعت بیمه و بانکداری پرداخته شده است تا به این ترتیب تصویری از همگرایی روند توسعه فناوری و پویایی صنعت مالی و همچنین زمینه‌های بالقوه گسترش فعالیت و تداوم فعالیت بانک‌ها و سیستم‌های مالی در فضای رو به رشد فناوری در حوزه مالی به دست آید.

۱. خدمات مالی

خدمات مالی یکی از اجزای اقتصاد مدرن و یک بخش بزرگ و در حال رشد در همه اقتصادهای جهان امروز اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه است. در حال حاضر فعالیت‌های اقتصادی مختلف به دسترسی به خدمات مالی وابسته‌اند. صنعت خدمات مالی برای تسهیل جریان وجوه و مدیریت ریسک، تقسیم خطر و کاهش ریسک، خدماتی ارائه می‌دهد. این خدمات مالی به تدریج در جنبه‌های مختلف زندگی بشر ریشه دوانده و با محصولات و خدمات بی شماری، در صنایع مختلف در هم آمیخته شده است. بازار خدمات مالی یکی از بازارهایی است که نوآوری‌ها در آن به شدت به سه عامل نیاز مشتریان، پیشرفت‌های تکنولوژیک و قوانین وابسته است و عدم هماهنگی و سازگاری میان این سه عامل موجب پیچیدگی و عدم اطمینان روزافزون این بازار خواهد شد. بر اساس گزارش «آینده خدمات مالی» شرکت Capgemini چند نکته کلیدی در این خصوص وجود دارد که به شرح زیر است:

- ایجاد تعادل بین امنیت، کارایی و تجارب یکپارچه: در عصری که تراکنش‌های دیجیتالی و بانکداری آنلاین به یک امر رایج تبدیل شده است، موسسات مالی خود را در یک مقطع حساس می‌بینند. در نتیجه آنها باید تعادل مناسبی میان اقدامات امنیتی قوی و تجربه کاربری یکپارچه برقرار کنند. جلوگیری از کلاهبرداری برای محافظت از مؤسسه و مشتریان آنها بسیار مهم است، اما باید توجه داشت که ایجاد موانع امنیتی بیش از حد می‌تواند کاربران را ناامید کند و مانع از کارایی تعاملات مالی روزمره شود. یافتن تعادل مناسب میان محافظت در برابر عوامل مخرب و تضمین تجربه‌ای آسان و بدون اصطکاک برای مشتریان واقعی، یک چالش اساسی است که به استراتژی‌ها و فناوری‌های نوآورانه نیاز دارد. رعایت این تعادل نه تنها دقت برنامه‌ها را بهبود می‌بخشد، بلکه اعتماد بین مؤسسات مالی و مشتریان را از مسیر حصول اطمینان از تعاملات شفاف و مسئولانه تقویت می‌کند.
- تمرکز بر افزایش شخصی‌سازی: شخصی‌سازی خدمات عبارت است از «داشتن گفت‌وگوهایی مرتبط با مشتریان و نوع ارتباط آن‌ها با سازمان». تقویت روابط مشتری با انجام شخصی‌سازی بر ارائه ارزش به مشتریان، متمرکز است. افزایش استفاده از هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌تواند روابط با

مشتریان را تقویت کرده و تجربه مشتری را بهبود بخشد. بنابراین موسسات مالی که به سرعت در مسیر شخصی سازی حرکت می کنند، از مزیت رقابتی نسبت به سایر موسسات برخوردار خواهند بود.

- سیستم های سلف سرویس^۵ مبتنی بر هوش مصنوعی: چت بات ها و دستیاران مجازی با توسعه هوش مصنوعی مولد منجر به تغییرات قابل توجهی در حوزه خدمات مالی شده و دستورالعمل های مالی پیچیده را بر اساس درخواست مشتری تکامل می دهند.
- تمرکز بر سلامت مالی: موسسات مالی علاوه بر تمرکز بر حداکثر کردن سود برای مشتریان بر افزایش شمول مالی^۶ از طریق آموزش، ابزارهای بودجه بندی و راهنمایی های فعال در مدیریت بدهی و پس انداز نیز متمرکز خواهند بود.
- سایر امور مالی: خدمات مالی در سایر جنبه های زندگی و فعالیت های روزمره نیز در دسترس خواهد بود. به عنوان مثال مشتریان می توانند پرداخت های بیمه را بر بستر استفاده از خدمات خودکار انجام دهند و یا بر اساس روندهای هزینه ای که به طور منظم پیگیری می شوند، مشاوره سرمایه گذاری دریافت کنند.

در ادامه این گزارش به نمونه هایی از به کارگیری فناوری در خدمات مالی در حوزه های بانکداری و بیمه پرداخته شده است:

⁵ Self-Service

^۶ شمول مالی را دسترسی کافی، به هنگام و با هزینه کم به خدمات و محصولات مالی مورد نیاز (در بازار پول، سرمایه و بیمه) است.

مثال ۱. حوزه بانکداری

مستر کارت^۷

مسترکارت به شرکت مرسدس بنز^۸ کمک می‌کند تا بهترین تجربه را به مشتری ارائه دهد. یک سیستم پرداخت بومی در خودرو در حال پیاده‌سازی است که به مشتریان در آلمان اجازه می‌دهد فرآیند سوخت‌رسانی وسایل نقلیه خود انجام دهند و به صورت دیجیتالی با اثر انگشت پرداخت کنند. این فرآیند پرداخت نوین، اکنون با کارت‌های نقدی و اعتباری مستر کارت در مدل‌های فعلی مرسدس بنز فعال است. این یک گام بسیار ملموس در دنیای واقعی به سمت یک اکوسیستم پرداخت یکپارچه‌تر است که نیازهای مصرف‌کننده، داده‌های مناسب و اعتبار پرداخت را برای کاهش اصطکاک در پرداخت و در عین حال حفظ امنیت پرداخت گرد هم می‌آورد.

مثال ۲. حوزه بیمه

برای AXA Health^۹، پذیرش فناوری‌های Salesforce^{۱۰} در هسته اصلی قرار دارد، با به‌کارگیری این فناوری‌ها شرکت مزبور داده‌های عملیاتی را یکپارچه می‌کند، به‌طوری‌که در هر زمان که به مراقبت‌های پزشکی تخصصی نیاز باشد، مسیر را برای دریافت مراقبت‌های بهداشتی ساده هموار نموده و خدمات شخصی‌سازی‌شده‌ای به مشتریان ارائه می‌دهد و با ویژگی‌هایی مانند چت آنلاین تعامل کلی کاربر را بهبود می‌بخشد. AXA Health به طور فعال مزایای دیجیتال را برای همکاران و مشتریان با پرورش فرهنگ و توسعه مهارت به ارمغان می‌آورد. این حرکت استراتژیک در حال حاضر نتایج ملموسی مثبتی را به همراه داشته است و کارایی تیم‌ها را افزایش داده است.

^۷ Mastercard

^۸ Mercedes Benz

^۹ شرکت بیمه فرانسوی است، که انواع خدمات بیمه را در سراسر جهان ارائه می‌دهد و یکی از بزرگترین شرکت‌های بیمه جهان محسوب می‌شود. دفتر مرکزی بیمه آکسا در شهر پاریس قرار دارد.

^{۱۰} یک شرکت رایانش ابری واقع در سان فرانسیسکو کالیفرنیا است. و نرم‌افزار Salesforce یکی از تکنولوژی‌هایی است که تغییرات بزرگی را در دنیای محاسبات کامپیوتری و رایانش ابری به وجود آورده است.

مثال ۳. حوزه بانکداری

۱۱ Visa

ویزا یک راه حل جدید تعامل وفاداری Web3^{۱۲} را معرفی کرده است که برای برآورده کردن نیازهای دیجیتالی در حال تکامل مصرف کنندگان مدرن طراحی شده و مزایای بسیاری مانند واقعیت افزوده و روش های جدید برای استفاده از امتیازات وفاداری ارائه می دهد. این راه حل به برندها امکان می دهد تا به تعامل فعال و وفاداری مشتریان خود پاداش دهند. علاوه بر این، یک پلتفرم سازمانی برای برندها ارائه می دهد که فضای Web2 و Web3 را به هم متصل کرده و امکان ارائه پیشنهادات و تجربیات متناسب را فراهم می کند. همچنین ویزا شراکت های جدیدی را برای گسترش قابلیت های تسویه ی Stablecoin به خریداران تجاری ایجاد کرده است. پذیرش یکپارچه ارز دیجیتال در طول تجربه Web3 و متاورس منجر به تسویه سریع تر، کارآمدتر و ارزان تر در مبادلات خواهد شد.

مثال ۴. حوزه بیمه

۱۳ Allianz

آلیانز با اجرای برنامه SightCall تغییرات بسیاری در شرکت خود ایجاد نموده است. برنامه SightCall این فرصت را فراهم می آورد تا با کلیک یک دکمه، تکنسین ها محیط خود را از طریق یک جریان ویدئویی زنده به اشتراک گذاشته و از طریق یک متخصص از راه دور، کمک های فوری را از طریق واقعیت افزوده^{۱۴} (AR) دریافت کنند. متخصص می تواند با کنترل از راه دور، تکنسین را ببیند و راهنمایی کند. این شرکت از واقعیت افزوده (AR) و هوش مصنوعی (AI) برای راهنمایی مشتریان و جمع آوری داده های حیاتی از طریق دستگاه های تلفن همراه استفاده می کند.

این تاثیر قابل توجه بوده و بیش از ۱۰۰ هزار ویدئو از راه دور در کمتر از یک سال پردازش شده و ۶.۳ میلیون کیلومتر در سفرهای غیرضروری صرفه جویی ایجاد کرده است. آلیانز در همکاری با تکنسین ها و صنعتگران به رضایت بیشتر مشتری، کاهش زمان و افزایش کارایی دست یافته است.

^{۱۱} Visa، شرکت خدمات مالی چندملیتی آمریکایی است، که وظیفه ارائه تسهیلات برای مبادلات مالی الکترونیکی در سراسر جهان را بر عهده دارد.

^{۱۲} Web3 که به اینترنت نسل سوم نیز معروف است معنایی مبتنی بر داده را ارائه می دهد که در آن ماشین ها می توانند درکی از داده ها داشته باشند.

^{۱۳} Allianz، شرکت خدمات مالی آلمانی است، که تمرکز اصلی آن بر ارائه خدمات بیمه می باشد.

مثال ۵. حوزه بانکداری

^{۱۵} Commerzbank

Commerzbank و T-Systems^{۱۶} برای توسعه یک برنامه استراتژیک با هدف خودکارسازی زنجیره‌های تامین و فرآیندهای مالی با بهره‌مندی از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و بلاک چین همکاری می‌کنند. هدف اصلی این پروژه، خودکار کردن صورت‌حساب و پرداخت‌ها در زنجیره تامین است که زمینه را برای شبکه مالی زنجیره تامین شامل تولیدکنندگان، تامین‌کنندگان و شرکت‌های لجستیکی فراهم می‌کند. در این پروژه مجموعه‌ای از فناوری‌ها به کار گرفته می‌شود؛ از اینترنت اشیا برای ردیابی کالاهای در حال حمل و نقل استفاده می‌شود و قراردادهای هوشمند بلاک چین رویدادهای مختلفی مانند یادداشت‌های تحویل و پرداخت‌های خودکار را تسهیل می‌کنند.

مثال ۶. حوزه بیمه

^{۱۷} Swiss Re

این شرکت و مایکروسافت^{۱۸}، برنامه استراتژیکی برای پیشبرد بیشتر نوآوری در حوزه بیمه و تقویت حمایت مالی برای افراد بیشتری در سراسر جهان ایجاد کردند. محور اصلی این همکاری ایجاد مرکز بازار دیجیتال با تمرکز بر ادغام داده‌های اینترنت اشیا و تغییر روش صنعت بیمه برای پیش‌بینی و مدیریت ریسک‌ها است. مرکز بازار دیجیتال Swiss Re به بیمه‌گران درک وسیع‌تری از ریسک‌ها و اثرات آن‌ها بر جامعه، دولت‌ها و اقتصاد ارائه می‌دهد. برای مثال، با استفاده از قابلیت داده‌های خودروی مایکروسافت، Swiss Re می‌تواند تجزیه و تحلیل عمیق‌تری از خطرات خودرو مانند عملکرد ایمنی خودرو هنگام استفاده از جدیدترین فناوری‌های کمک راننده ایجاد کند. این اقدام با استفاده از فناوری دوقلوی دیجیتال^{۱۹} امکان‌پذیر می‌شود. این تکنولوژی نشان می‌دهد

^{۱۵} بانک چندملیتی و شرکت خدمات مالی آلمانی است، که شعبه مرکزی آن، در شهر فرانکفورت آلمان قرار دارد. این بانک، دومین بانک بزرگ در کشور آلمان پس از دویچه بانک است.

^{۱۶} شرکت فناوری اطلاعات آلمانی است، که در زمینه ارائه خدمات برون‌سپاری، مشاور مدیریت و مشاوره اطلاعاتی فعالیت می‌نماید و از شرکت‌های تابعه دویچه تلکوم محسوب می‌شود.

^{۱۷} یک شرکت بیمه سوئیسی است، که به‌عنوان دومین ارائه‌دهنده خدمات بیمه اتکالی در جهان محسوب می‌شود.

^{۱۸} Microsoft

^{۱۹} Digital Twin

محصولات در حال حاضر چگونه در دنیای فیزیکی عمل می‌کنند. دوقلوی دیجیتال از طریق یک اتصال فیزیکی مجازی این فرصت را فراهم می‌آورد تا نحوه عملکرد یک محصول در شرایط مختلف، تجزیه و تحلیل شده و تنظیماتی در دنیای مجازی انجام شود تا این اطمینان حاصل آید که محصول فیزیکی دقیقاً مطابق برنامه عمل خواهد کرد. بر اساس بینش این نوع داده‌ها، بیمه‌گران می‌توانند هزینه‌ها را پیش از وقوع خسارات کاهش دهند. دوقلوهای دیجیتال نقش مهمی در نظارت و کاهش پیشگیرانه ریسک‌ها دارند و پتانسیل خود را برای تسلط بر چشم‌انداز بیمه تا سال ۲۰۳۵ نشان می‌دهند و انقلابی در نحوه ارزیابی و مدیریت ریسک‌ها توسط بیمه‌گران ایجاد می‌کنند.

مثال ۷. حوزه بانکداری

۲۰ Nordea

این شرکت یک استراتژی با فناوری چت‌بات اول در فضای مجازی اتخاذ کرده است که برای رسیدگی به سوالات مشتریان طراحی شده است بدین صورت که اگر پرسشی از سمت مشتری، توسط عامل مجازی قابل حل و فصل نباشد، برای پشتیبانی دقیق‌تر و پاسخگویی به یک عامل انسانی منتقل می‌شود. این رویکرد زمان ارائه خدمات به مشتریان را کاهش داده و تعادل مناسب بین پشتیبانی انسانی و ربات‌های چت را حفظ می‌کند. ربات چت با پردازش بیش از ۲۲۰ هزار مکالمه در ماه در شمال اروپا، با نرخ ۹۱ درصد برای مشتریان بانکداری خصوصی و نرخ ۹۵ درصد برای مشتریان شرکتی، کارآمدی خود را نشان داده است.

مثال ۸. حوزه بیمه

۲۱ Aflac

این شرکت، تجربه مشتری و کارایی کارمندان را در اولویت خود قرار می‌دهد و هدف آن ایجاد انقلاب در زمینه استفاده از هوش مصنوعی و اتوماسیون از طریق پلتفرم Pega^{۲۲} است. شرکت Aflac به منظور رسیدگی به چالش حجم بالای تماس‌ها و توسعه ارائه خدمات به مشتریان پلتفرم Pega را ایجاد کرده است. با استفاده از این پلتفرم سیستم‌ها یکپارچه شده و در لحظه‌های مهم به بیمه‌کنندگان خدمات ارائه می‌دهد. کارمندان شرکت نیز می‌توانند زمان بیشتری را به خدمت‌رسانی به مشتریان اختصاص دهند. این پلتفرم زمان رسیدگی به درخواست‌های کاغذی را تا ۳۳ درصد کاهش داده و با انجام بیش از ۷۵ درصد از چت‌ها با عوامل مجازی، ۴ میلیون دلار صرفه‌جویی ایجاد نموده است.

^{۲۰} شرکت خدمات مالی و بانکداری فنلاندی است، که عمده خدمات خود را در کشورهای حوزه نوردیک و اروپای شمالی ارائه می‌کند.

^{۲۱} یک شرکت بیمه آمریکایی و بزرگترین ارائه دهنده بیمه تکمیلی در ایالات متحده است.

^{۲۲} پلتفرمی برای تعامل مشتری و اتوماسیون

مثال ۹. حوزه بانکداری

Barclays^{۲۳}

Barclays با پیاده‌سازی پلتفرم Trade Ledger^{۲۴}، سرمایه در گردش خود را افزایش داده و نوید اتوماسیون مدیریت پیشرفته اعتبار به مشتریان شرکتی خود در سراسر جهان می‌دهد. Barclays قصد دارد از طریق دفتر تجارت، دسترسی به سرمایه در گردش را متحول کند و جریان نقدی یکپارچه و سریع را برای مشتریان فراهم نماید. این موسسه با استفاده از فناوری SaaS^{۲۵}، فرآیندهای مدیریت وام را ساده‌سازی نموده و فرآیندهای دستی زمان‌بر و کار فشرده را حذف کرده است.

مثال ۱۰. حوزه بیمه

Achmea^{۲۶}

این موسسه که ابتدا به دلیل عدم وجود یک زیرساخت واحد فناوری اطلاعات با چالش‌هایی مواجه بود برای رفع این مشکل، استراتژی جامعی را برای منطقی کردن برنامه‌های کاربردی پشتیبانی شده خود با ایجاد یک چارچوب نظارت متمرکز و مدیریت خدمات فناوری اطلاعات آغاز نمود و با پذیرش فناوری رایانش ابری، یک پایگاه داده و اتوماسیون مرکز داده برای تحقق اهداف خود پیاده‌سازی کرد. به‌کارگیری این فناوری منجر به رسیدگی موثر سالانه ۳۵۰ هزار درخواست شده است.

^{۲۳} بانک و مؤسسه مالی معتبر بین‌المللی است، که دفتر مرکزی آن در شهر لندن، بریتانیا قرار دارد. این بانک، یکی از مهم‌ترین بانک‌ها در بریتانیا محسوب می‌شود.

^{۲۴} یک پلتفرم وام دهی کاملاً یکپارچه است که مؤسسات مالی را قادر می‌سازد تا عملیات مالی تجاری میان بازار پیچیده خود را تغییر دهند.

^{۲۵} Software as a service. Software as a service (SaaS)

به کاربران اجازه می‌دهد تا از طریق اینترنت به برنامه‌های مبتنی بر ابر متصل شده و از آن‌ها استفاده کنند. مثال‌های رایج عبارتند از ایمیل و ابزارهای آفیس^{۲۶} یکی از بزرگترین تامین‌کنندگان خدمات مالی در هلند است.

نتیجه گیری

بررسی نمونه‌هایی از به‌کارگیری فناوری‌های هوشمند در ارائه خدمات مالی در جهان، نشان‌دهنده منافع و مزایای بالقوه این فناوری‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و ... است. در اغلب کشورهای اروپایی و پیشرفته در حوزه توسعه فناوری‌های خدمات مالی فعالیت‌های جدی برای بکارگیری فناوری‌های نوین در حوزه مالی صورت گرفته است.

اغلب موسسات مالی مانند بانک‌ها و بیمه‌ها به توسعه فناوری‌های خدمات مالی و تحولات چشم‌گیر ناشی از آن واقف هستند و سرعت جانمایی این فناوری‌ها در حوزه‌های مختلف کسب و کار به اندازه‌ای بالا است که در آینده نزدیک موسسات مالی نمی‌توانند خود را بی‌نیاز از شناخت و به‌کارگیری فناوری‌ها، بهره‌گیری از مزایای آن و برنامه‌ریزی با معایب و تغییراتی که بر آینده خدمات مالی خواهد گذاشت، بدانند.

در این نوشتار ضمن بررسی ۵ مورد از فناوری‌های نوین در حوزه بانکداری و بیمه، مشاهده می‌شود که به‌کارگیری فناوری‌های نوین در ارائه خدمات مالی موجب کاهش هزینه‌های عملیاتی، هدف‌گذاری در بازارهای خرد و ارائه خدمات شخصی شده به مشتریان می‌شوند.