

BANKOWOŚĆ TELEFONICZNA I JEJ WPŁYW NA ROZWÓJ BANKOWOŚCI ELEKTRONICZNEJ

Wprowadzenie

Bankowość telefoniczna jest jedną z pierwszych zautomatyzowanych usług oferowanych klientom banków. Za pomocą telefonu stacjonarnego i komórkowego umożliwia dostęp do prowadzonych przez bank rachunków i dokonywanie na nich operacji bankowych¹.

Rozwój technologii, globalizacja i coraz większa konkurencja powodują bardzo szybki rozwój bankowych kanałów dystrybucji. Bankowość mobilna rozwija się w szybkim tempie. Banki, które nie rozważają wdrożenia mobilnej strategii, są postrzegane jako technologicznie zapóźnione i tym samym skazane na utratę udziału w rynku. Sama technologia bankowości mobilnej służy tworzeniu wizerunku banku jako instytucji nowoczesnej i idącej z postępem.

Niewątpliwie to bankom należy przypisać rolę sił napędowych nowej technologii, to one spostrzegły w niej doskonały kanał dystrybucji swych usług.

1. Początki rozwoju bankowości telefonicznej

Bankowość telefoniczna² umożliwia „dostęp do prowadzonych rachunków i dokonywanie na nich operacji bankowych przy pomocy telefonu stacjonarnego lub komórkowego”³ (rys. 1). Dostęp do operacji bankowych poprzez telefon sta-

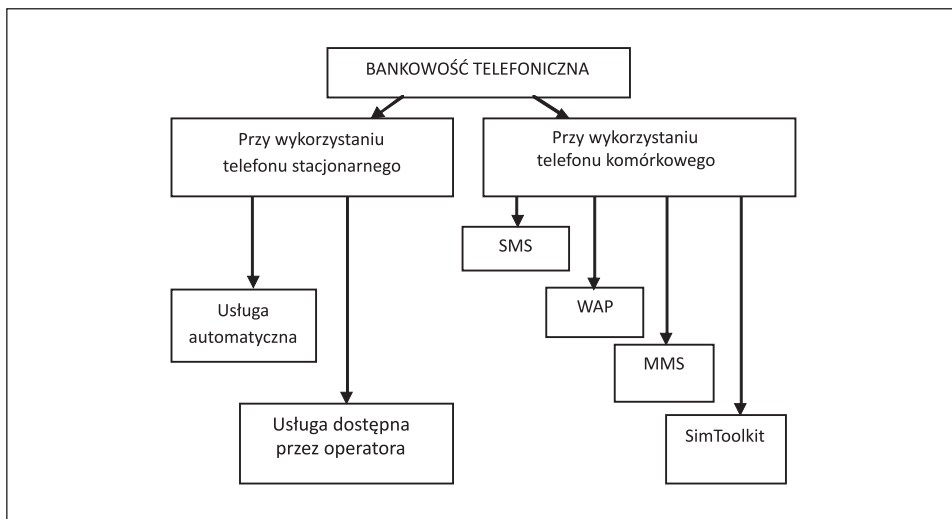
¹ B. Świecka: Bankowość elektroniczna. CeDeWu, Warszawa 2004, s. 18.

² Pojęcie bankowości telefonicznej funkcjonuje zamiennie z pojęciami *phone banking*, *telebanking*, *mobile-banking*, *m-banking*.

³ W. Chmielarz: Systemy elektronicznej bankowości. Difin, Warszawa 2005, s. 63.

cjonarny jest jedną z najwcześniej wdrożonych metod zdalnego kontaktu klienta z bankiem. W zależności od zakresu dokonywanych operacji dostęp można podzielić na⁴:

1. Pasywny, tj. obejmujący przede wszystkim usługi informacyjne (m.in. sprawdzenie salda na rachunkach i historię ostatnich operacji, przesłanie faksem operacji na rachunku, zamówienie potwierdzenia przelewu) oraz usługi związane z zarządzaniem kanałami (m.in. aktywacja dostępu w serwisach bankowości internetowej i kart płatniczych, zarządzanie parametrami posługiwania się kartami).
2. Aktywny, tj. oznaczający zmianę salda na rachunku poprzez np. złożenie dyspozycji przelewu z rachunku karty, również z odroczoną datą realizacji, złożenie zlecenia stałego spłaty zadłużenia z tytułu operacji kredytowych, złożenie i zamknięcie lokaty.



Rys. 1. Klasyfikacja bankowości telefonicznej

Źródło: B. Świecka: Bankowość elektroniczna. CeDeWu, Warszawa 2004, s. 19.

W Polsce usługi na telefon banki wprowadziły w latach 80. XX wieku. Dostęp do rachunku przez telefon, podobnie jak inne formy sprzedaży produktów bankowych, od momentu wprowadzenia ulegał wielu przeobrażeniom i modyfikacjom. Pierwotnie usługę tę banki wykorzystywały do celów promocyjnych i informacyjnych, a potem uruchomiono serwisy telefoniczne umożliwiające

⁴ E. Ślązak, K. Borowski: Bankowość elektroniczna. W: Współczesna bankowość. Red. M. Zalewska. Tom I. Difin, Warszawa 2007, s. 244.

przeprowadzenie transakcji wyłącznie za pomocą telefonu. Formy komunikacji w bankowości telefonicznej na dzień dzisiejszy przybrały dwojaką postać⁵:

- typu człowiek – człowiek;
- typu człowiek – maszyna.

Większość systemów bankowości telefonicznej występuje jako połączenie systemu automatycznej obsługi klienta poprzez telefon z obsługą przez operatorów. Pomaga to w działalności call center zarządzać kolejką rozmów, a także informacjami zdobywanymi o klientach⁶.

Niestety, technologia telefonii stacjonarnej wykorzystywana przy świadczeniu usług bankowych ma pewien mankament, którym jest ograniczona mobilność. Zmusiło to instytucje bankowe do poszukiwania nowych rozwiązań. Banki szybko zauważyły, że w Polsce więcej osób ma telefon komórkowy niż komputer z dostępem do Internetu, co przyczyniło się do upowszechnienia bankowości mobilnej, zwanej także m-bankingiem⁷. Cechą szczególną usług mobilnych jest ich ciągła dostępność, dzięki temu klient banku ma możliwość korzystania ze swojego konta bankowego i uzyskiwania niezbędnych informacji w każdym miejscu i o każdej porze. Atutem nieograniczonego dostępu do rachunków bankowych jest także nieustanny wgląd w informacje finansowe poza godzinami otwarcia banku⁸.

2. Rozwój telefonii komórkowej

Tendencja do stopniowego rezygnowania z telefonii stacjonarnej na rzecz mobilnej jest w Polsce trendem zauważalnym. W 2011 roku na 100 mieszkańców Polski przypadało 132,7 użytkownika telefonów komórkowych i 15,3 abonenta telefonii stacjonarnej⁹. Z roku na rok można zaobserwować wzrost liczby użytkowników posiadających telefony komórkowe, natomiast spadek użytkowników telefonii stacjonarnej (rys. 2).

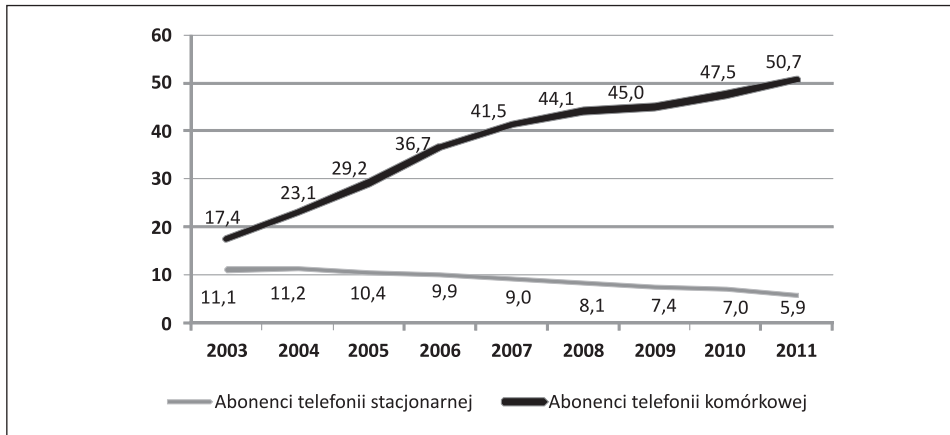
⁵ P. Pluskota: Współczesne kanały dystrybucji produktów bankowych. Uniwersytet Szczeciński, Rozprawy i Studia t. (DL) 476, Szczecin 2003, s. 45-46.

⁶ Szerzej: M. Kisiel: Usługi banku w środowisku elektronicznym. W: Innowacyjne usługi banku. Red. D. Korenik. WN PWN, Warszawa 2006, s. 244.

⁷ B. Żurawik: Bankowość mobilna; nowy kanał dostępu do usług finansowych. maj 2002, <http://www.swiatmarketingu.pl>.

⁸ Por.: J. Grzywacz: Bankowość elektroniczna w działalności przedsiębiorstwa. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2004, s. 27; Por.: M. Dębniwska, A. Sołoma: Bankowość. Produkty, usługi, rynek. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2003, s. 176.

⁹ Łączność – wyniki działalności w 2011 roku. GUS, Departament Statystyki i Usług, Warszawa 2010, s. 26-27.



Rys. 2. Użytkownicy telefonii stacjonarnej i komórkowej w latach 2003-2011 (w mln)

Źródło: Łączność – wyniki działalności w latach 2003-2011. GUS, Departament Statystyki i Usług, Warszawa 2000-2011; Mały Rocznik Statystyczny. GUS, Warszawa 2000-2011.

Na koniec 2011 roku było 50,7 mln użytkowników telefonii komórkowej i 5,9 mln użytkowników telefonii stacjonarnej. Oznacza to wzrost użytkowników telefonii komórkowej w stosunku do roku 2010 o 6,8% i spadek użytkowników telefonii stacjonarnej o 16,7%¹⁰. Tendencja ta utrzymywała się również w latach poprzednich. Dlatego też w Polsce instytucje bankowe pokładają ogromne nadzieje w wykorzystaniu telefonów komórkowych do celów bankowości mobilnej.

Bezprzewodowy kontakt klienta z bankiem ewoluował wraz z rozwojem telekomunikacji i Internetu, przyczyniając się tym samym do narodzin nowego rodzaju usługi określanej mianem mobilna bankowość telefoniczna (przenośna). Pierwsze analogowe telefony komórkowe pojawiły się w Polsce w 1992 roku, a cyfrowe w 1996 roku¹¹. Bankowość przenośna to dostęp do rachunku bankowego klienta tak jak to jest w banku internetowym, ze szczególnym uwzględnieniem kontaktów za pomocą telefonu komórkowego przy użyciu protokołu WAP, krótkich wiadomości tekstowych SMS, a także stacjonarnych telefonów domowych i publicznych. *Mobile bank* należy traktować jako bank internetowy wzbogacony o możliwość wykorzystywania wszelkich standardów telefonii komórkowej¹². Umożliwia ona dostęp do konta bankowego i informacji finansowej w dowolnym miejscu i czasie¹³. Najlepszym urządzeniem do skorzystania z bankowości mobil-

¹⁰ Łączność – wyniki..., op. cit., s. 26-27.

¹¹ Szerzej: Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Red. H. Dmochowska. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2006. GUS, Warszawa 2008, s. 109.

¹² T. Koźliński: Bankowość internetowa. CeDeWu Sp. z o. o., Warszawa 2004, s. 43.

¹³ W. Chmielarz: Op. cit., s. 65.

nej jest telefon komórkowy znajdujący się w zasięgu sieci komórkowej¹⁴. Z niewielkiego urządzenia klient ma dostęp nie tylko do własnego konta, ale również do wszelkich informacji zawartych w sieci internetowej¹⁵.

Rozwój telefonii komórkowej umożliwił powstanie nowego kanału komunikacji między bankiem a klientem w postaci komunikatów SMS¹⁶ wysyłanych przez telefony komórkowe. Podobnie jak w przypadku kanałów bankowości telefonicznej, operacje przeprowadzane za pomocą wiadomości SMS mogą mieć charakter pasywny lub aktywny¹⁷. Pasywny dostęp polega na otrzymywaniu informacji z banku, bez możliwości ingerencji w konto. Po każdej operacji wykonanej na danym koncie forma ta daje m.in. możliwość otrzymania informacji tekstowej o dokonanej transakcji i aktualnym stanie konta. Forma aktywna umożliwia m.in. dokonywanie prostych operacji bankowych, takich jak składanie przelewu na określony wcześniej rachunek z potwierdzeniem SMS czy zakładanie lokat. Wykorzystując SMS za pośrednictwem telefonu komórkowego dowolnej sieci można m.in.¹⁸:

- dokonać przelewu na wcześniej zdefiniowane rachunki;
- sprawdzić saldo rachunków bieżących, lokat terminowych, kredytów;
- otrzymać listę ostatnich operacji dokonanych na rachunku;
- zmienić numer PIN;
- sprawdzić kurs walut.

Zaletą tego kanału jest prostota wykonywanych operacji i fakt, że wiadomości SMS są standardowo dostępne we wszystkich aparatach komórkowych¹⁹.

Ograniczenia wiadomości SMS w zakresie wielkości przesyłanych komunikatów zostały wyeliminowane we wprowadzonych wiadomościach MMS²⁰. Wia-

¹⁴ T. Grzelak: Bankowość mobilna jako instrument bankowości elektronicznej. W: Rynki finansowe w przestrzeni elektronicznej. Red. B. Świecka. *Economicus*, Szczecin 2004, s. 199.

¹⁵ WAP – *Wireless Application Protocol*, protokół obsługi aplikacji bezprzewodowych. Bezprzewodowa technologia, umożliwiająca przeglądanie uproszczonych stron internetowych z prostą grafiką na wyświetlaczach telefonów komórkowych, inaczej Internet w komórce.

¹⁶ SMS – *Short Messages Services*. Usługa przesyłania krótkich wiadomości tekstowych w cyfrowych sieciach telefonii komórkowej.

¹⁷ N. Siemieniuk, A. Zalewska: Rozwój narzędzi bankowości elektronicznej w Polsce w odniesieniu do tendencji światowego rynku bankowości. Uniwersytet w Białymstoku, *OPTIMUM Studia Ekonomiczne* 2003, nr 4, s. 32.

¹⁸ B. Świecka: Op. cit., s. 19-21.

¹⁹ D. Garczyński: Produkty i usługi bankowe w bankowości elektronicznej. W: Bankowość elektroniczna. Red. A. Gospodarowicz. PWE, Warszawa 2005, s. 107.

²⁰ MMS – *Multimedia Messaging Services*, to usługa polegająca na rozszerzeniu funkcji SMS o możliwość przesyłania multimediów, takich jak grafika, animacje, wideoklipy, dźwięki itp. Pierwotnie MMS zaplanowany został jako usługa dla telefonii trzeciej generacji (UMTS), której wprowadzenie było jednak odwlekane w czasie, więc producenci wprowadzili tę opcję już wcześniej. Obecnie prawie każdy nowy telefon ma funkcję MMS.

domości tego rodzaju cechują się pełną multimedialnością, tzn. możliwością zawarcia w wiadomości dźwięków, animacji oraz filmów²¹.

Bankowość mobilna nie ogranicza się jednak do świadczenia usług za pośrednictwem SMS. Innym rozwiązaniem, również wykorzystywanym przez banki, jest mający znacznie większy potencjał WAP. Jest to protokół umożliwiający urządzeniom bezprzewodowym, takim jak telefony komórkowe, dostęp do zasobów Internetu. Powstał on w wyniku pracy WAP Forum powołanego w 1997 roku w Stanach Zjednoczonych przez cztery organizacje: Phone.com, Motorola, Nokia i Ericsson. W lutym 2000 roku Wielkopolski Bank Kredytowy jako pierwszy bank w Polsce wprowadził serwis informacyjny WAP dla posiadaczy telefonów komórkowych.

System WAP umożliwia dostęp do Internetu z telefonu GSM, jak również z innych przenośnych urządzeń. Technologia WAP umożliwia oglądanie serwisów internetowych przygotowanych specjalnie dla WAP. Usługa ta została zaprojektowana od podstaw po kątem telefonów GSM i ich ograniczeń, jakimi są: mały wyświetlacz telefonu, mała prędkość transmisji danych, niepełna klawiatura. Usługa WAP w powiązaniu z bankowością może zapewnić dużą swobodę w dostępie do rachunku przez komórkę, dzięki niej jest możliwość²²:

- zobaczenia listy rachunków i ich salda;
- przejrzania historii operacji;
- wykonania przelewu;
- założenia lokaty;
- sprawdzenia salda rachunków depozytowych i kredytowych;
- zmiany kodu PIN;
- zablokowania usługi WAP.

Strony przygotowane dla WAP sporządzane są w uproszczonej wersji HTML – języku WML²³. Wiąże się to z ograniczonymi możliwościami technologicznymi telefonii komórkowej, takimi jak szybkość transmisji i sposób wyświetlania pobranych plików. Czynniki te powodują, że strony dostępne na ekranach telefonów są bardzo proste. Sprowadzają się do przedstawiania wiadomości tekstowych, ewentualnie prostej grafiki. Strony tworzone dla telefonii mobilnej

²¹ D. Garczyński: Op. cit., s. 107.

²² P. Wroński: Bankowość elektroniczna dla firm. CeDeWu, Warszawa 2004, s. 77.

²³ WML – *Wireless Markup Language*, standardowy język używany do tworzenia oraz kodowania stron i serwisów internetowych wyświetlanych na urządzeniach przenośnych korzystających z WAP. WML jest aplikacją języka XML i został zaprojektowany z myślą o urządzeniach o niewielkiej mocy obliczeniowej, niewielkiej pamięci operacyjnej i powolnym dostępie do Internetu – przykładem są tu telefony komórkowe.

nazywane są MMM²⁴ przez analogię do tradycyjnych witryn WWW. Aby przeglądać takie strony niezbędny jest telefon obsługujący protokół WAP z zaimplementowaną miniprzeglądarką. Połączenie z serwerem przechowującym pliki odbywa się za pośrednictwem sieci GSM oraz Internetu, pomiędzy którymi znajduje się odpowiednio skonfigurowany WAP-gateway.

Wiele banków umożliwia dwa podstawowe połączenia z serwisem transakcyjnym w ramach WAP, tj.²⁵:

- połączenie tradycyjne (*dial-up*), które nie wymaga konfiguracji telefonu komórkowego, gdyż wykorzystywane są domyślne ustawienia operatora GSM;
- połączenie GPRS, które jest znacznie szybsze i bardziej komfortowe w użyciu, ale wymaga od użytkownika telefonu ustawienia specjalnej konfiguracji serwisu.

WAP-u nie można traktować jak przemijającej mody. Już teraz jest wystarczająco dużo obszarów zastosowań tej technologii, aby światowe korporacje skierowały na jej rozwój olbrzymie środki. Ma bowiem ta technologia olbrzymią przewagę nad Internetem stacjonarnym: można z niej korzystać z urządzeń przenośnych, praktycznie z każdego miejsca i w każdym czasie. Poprzez graficzną prezentację danych WAP może stać się w niedalekiej przyszłości odrębnym kanałem dystrybucyjnym, mającym ogromne możliwości rozwoju ze względu na powszechność telefonów komórkowych i stosunkowo łatwą ich obsługę.

W 2011 roku sprzedano w Polsce 11 mln telefonów komórkowych. Ponad jedna trzecia z nich to smartfony. Jeszcze rok wcześniej udział takich telefonów w ogólnej sprzedaży wynosił ledwo 13%. Za kilka lat większość telefonów, nawet tych najtańszych, to będą smartfony. Już teraz w użytkowaniu jest ich około 7 mln. Tworzy się więc nowa platforma dystrybucji treści. Coraz częściej odczytuje się pocztę i strony WWW na ekranie telefonu²⁶.

Boom na bankowość mobilną jest faktem. Wystarczy wspomnieć o uruchamianiu kolejnych aplikacji mobilnych i „lekkich” serwisów transakcyjnych przez banki czy dodawaniu kolejnych funkcji do już istniejących rozwiązań, dzięki którym serwisy banków stają się jeszcze lepiej dopasowane do możliwości urządzeń mobilnych.

Rozwój i dopasowanie narzędzi to jedno, ale wciąż najważniejszym wyzwaniem pozostaje przekonanie do bankowości mobilnej tych, którzy jeszcze z niej nie korzystają. Niezbędne jest wyeliminowanie podstawowych barier powstrzy-

²⁴ MMM – *Mobile Media Mode*.

²⁵ E. Ślęzak, K. Borowski: Op. cit., s. 247.

²⁶ M. Macierzyński: Mobilny internet zmieni wiele biznesów, w tym i bankowych. Przegląd Finansowy Bankier.pl, 5 (172) z 6 marca 2012, s. 16-17, http://www.bankier.pl/prze-gląd_20120306.

mujących klientów przed korzystaniem z banku w komórce – mowa nie tylko o dostępie do technologii, ale też o jego cenie. O sukcesie banku na tym polu nie świadczy bowiem to, jak wiele nowoczesnych narzędzi bankowości mobilnej zaoferował i czy przedstawił je jako pierwszy na rynku, ale to, jak wielu jego klientów z tych rozwiązań korzysta. Bez wątplenia w tym aspekcie jest jeszcze wiele do zrobienia, zwłaszcza gdy mówi się o edukacji i popularyzowaniu bankowości mobilnej²⁷.

Podsumowanie

Pośród wszystkich kanałów elektronicznej obsługi klienta bankowość mobilna w największym stopniu reprezentuje korzyści, jakimi wyróżniają się elektroniczne kanały dystrybucji, tj. minimalizacja znaczenia czasu zlecenia dyspozycji i miejsce pobytu klienta. Wykorzystanie telefonu komórkowego do kontaktu z bankiem oznacza posługiwanie się najbardziej mobilnym urządzeniem do wymiany informacji. Niestety, ze względu na stosunkowo jeszcze niski stopień wygody przy korzystaniu z telefonu do kontaktu z bankiem oraz wolną i wciąż kosztowną transmisję danych bankowość mobilna cieszy się bardzo małą popularnością wśród klientów bankowości elektronicznej²⁸. Małe zainteresowanie ze strony konsumentów spowodowało rezygnację wielu banków internetowych z dalszego wykorzystywania mobilnego kanału dystrybucji, jakim jest WAP.

Przed m-bankingiem rysują się szerokie perspektywy rozwoju, zważywszy na ciągły wzrost liczby posiadaczy telefonów komórkowych. Za kilka lat tego typu usługi staną się standardem w krajowej bankowości, ponieważ w interesie wszystkich banków będzie postrzeganie ich jako nowoczesnych i kompleksowo zaspokajających potrzeby klientów instytucji finansowych²⁹.

Jednak dynamika rozwoju nowych usług opartych na technologii teleinformatycznej jest uwarunkowana wzrostem świadomości nie tylko klientów, ale i kadr bankowych, które muszą się przekonać do nowoczesnych technik sprzedaży. Inne czynniki warunkujące wzrost zainteresowania usługami przez telefon to

²⁷ R. Borkowski: Bank w komórce powinien być inny. Przegląd Finansowy Bankier.pl, 6 (173), 26 marca 2012, s. 27-28, http://www.bankier.pl/przeglad_20120326.

²⁸ E. Ślązak, K. Borowski: Op. cit., s. 248.

²⁹ P. Pluskota: Op. cit., s. 66-67.

koszty, możliwości telekomunikacyjne, odpowiednie rozwiązania prawne i organizacyjne³⁰.

Z badań Bain & Company wynika, że spośród różnych kanałów kontaktu banku z klientem bankowość mobilna ma największy potencjał do generowania pozytywnych emocji, a zarazem (w przeciwieństwie do infolinii) niesie najniższe niebezpieczeństwo zirygowania klienta. Jak podkreślają autorzy raportu, bez względu na kanał obsługi klienci banków najbardziej cenią szybkość i prostotę działania. Kanał mobilny idealnie spełnia obydwie te wymagania. Obsługa jak największej liczby klientów przez kanał mobilny jest bardzo opłacalna dla banków³¹.

Literatura

- Borkowski R.: Bank w komórce powinien być inny. *Przegląd Finansowy Bankier.pl*, 6 (173), 26 marca 2012, http://www.bankier.pl/przeglad_20120326.
- Chmielarz W.: *Systemy elektronicznej bankowości*. Difin, Warszawa 2005.
- Dębniwska M., Sołoma A.: *Bankowość. Produkty, usługi, rynek*. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2003.
- Drożdż T., Płowiec-Wandas A.: Banki w pogoni za klientami. *Przegląd Finansowy Bankier.pl*, 23 (167), 30 grudnia 2011.
- Garczyński D.: Produkty i usługi bankowe w bankowości elektronicznej. W: *Bankowość elektroniczna*. Red. A. Gospodarowicz. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.
- Grzelak T.: Bankowość mobilna jako instrument bankowości elektronicznej. W: *Rynki finansowe w przestrzeni elektronicznej*. Red. B. Świecka. *Economicus*, Szczecin 2004.
- Grzywacz J.: *Bankowość elektroniczna w działalności przedsiębiorstwa*. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2004.
- Kisiel M.: Usługi banku w środowisku elektronicznym. W: *Innowacyjne usługi banku*. Red. D. Korenik. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Koźliński T.: *Bankowość internetowa*. CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2004.
- Łączność – wyniki działalności w 2011 roku. GUS, Departament Statystyki i Usług, Warszawa 2010.

³⁰ M. Dębniwska, A. Sołoma: *Bankowość. Produkty, usługi, rynek*. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2003, s. 173.

³¹ T. Drożdż, A. Płowiec-Wandas: Banki w pogoni za klientami. *Przegląd Finansowy Bankier.pl*, 23 (167), 30 grudnia 2011, s. 13-14.

- Macierzyński M.: Mobilny internet zmienia wiele biznesów, w tym i bankowych. Przegląd Finansowy Bankier.pl, 5 (172) z 6 marca 2012, s. 16-17 http://www.bankier.pl/prze-gląd_20120306.
- Mały Rocznik Statystyczny. GUS, Warszawa 2000-2011.
- Pluskota P.: Współczesne kanały dystrybucji produktów bankowych. Uniwersytet Szczeciński, Rozprawy i Studia t. (DL) 476, Szczecin 2003.
- Siemieniuk N., Zalewska A.: Rozwój narzędzi bankowości elektronicznej w Polsce w odniesieniu do tendencji światowego rynku bankowości. Uniwersytet w Białymstoku, OPTIMUM Studia Ekonomiczne 2003, nr 4.
- Spółczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2006. Red. H. Dmochowska. GUS, Warszawa 2008.
- Ślęzak E., Borowski K.: Bankowość elektroniczna. W: Współczesna bankowość. Tom I. Red. M. Zaleska. Difin, Warszawa 2007.
- Świecka B.: Bankowość elektroniczna. CeDeWu, Warszawa 2004.
- Wroński P.: Bankowość elektroniczna dla firm. CeDeWu, Warszawa 2004.
- Żurawik B.: Bankowość mobilna; nowy kanał dostępu do usług finansowych, maj 2002, <http://www.swiatmarketingu.pl>.

PHONE BANKING AND ITS IMPACT ON DEVELOPMENT ELECTRONIC BANKING

Summary

Telephone banking is one of the developing intensively option. Banks saw in this medium the way to meet the requirements of existing customers, acquire or reduction of maintenance costs. Therefore, they decided to permanently disable this way, the implementation of financial operations to distribution channels.

Banks are building their distribution channels using mobile phones. This service can be added to the traditional form of support or as a medium used to carry out the operation. Its essence is to contact the customer with properly trained employee or automatic, so you can see the offer of the bank or to transact.