

## Digital utvikling

I fjor lanserte banken ny funksjonalitet i mobil- og nettbank annenhver uke i snitt, og forventer en enda hyppigere frekvens i 2017. Flere av våre nye kjøpsløsninger for privatmarkedet har raskt oppnådd et høyt antall transaksjoner. Dette viser at nye løsninger tas i bruk, og understøtter vår hypotese om at kundene er klare for våre digitale løsninger.



### Fra støtte til kjerne

Fra å ha en tradisjonell bank med digitale støtteprosesser er SpareBank 1 SMN i ferd med å bygge en digital bank med betjent drahjelp. Den betjente kanalen skal jobbe på de samme digitale flatene, og sørge for at kundene våre alltid kan søke råd og trygghet hos en rådgiver som kjenner dem.

Nelly S. Maske, konserndirektør organisasjon og utvikling

Banken gjør store investeringer i utvikling av nye komplette, enkle og intuitive kjøpsløsninger som gir økt salg og gode kundeopplevelser. I tillegg til ny funksjonalitet vil vi prioritere utvikling av komplette serviceløsninger med gode søkemotorer samt proaktiv service der kundene kan chatte med smarte roboter i løpet av 2017.

Målet er en kundedialog som skal treffe kundene med riktig budskap i riktig kanal til riktig tid. For å lykkes med dette er vi avhengig av å investere i bakenforliggende systemer. Med stort fokus på datafangst og avanserte analysemodeller skal banken bli mer personalisert og relevant.

Teknologi muliggjør effektivisering på nye måter. I 2015 akselererte vi arbeidet med å digitalisere interne arbeidsprosesser, og arbeidet har fortsatt i 2016 med implementering av virtuelle roboter. Foreløpig er et titall arbeidsprosesser blitt automatisert. Framover forventes det at maskinlæring og kunstig intelligens (AI) vil kunne automatisere også mer kompetansekrevende oppgaver.

Banken gjennomgår store endringer, og vi jobber tett på både oppstarts- og gründermiljø i regionen for å gi og få god innsikt og kunnskap. Det er en klar trend at utviklingstiden går ned, og at utviklingen i større grad skjer gjennom et åpent samarbeid med partnere. For banken er det vesentlig å være tett på det som skjer i gründermiljø og akademia. Vi gjennomfører innovasjonsprosesser med raske sykluser for å teste og lære.

Bevegelsen mot den gruppen av kunder som definerer seg selv om digitale er doblet på to år, en endring som er sterkere enn vi har antatt. Vi tror opptak av nye løsninger vil skje hurtig og med stor kraft i tiden som kommer. Betalingsområdet er ett av områdene våre som er i stor endring, der mottakelsen av betalingsløsninger som mCASH er et eksempel på hvor hurtig bevegelser skjer.

Utviklingen framover vil i større og større grad handle om å skape plattformer med tjenester som er relevante for kunden og der flere tilbydere bygger økosystemer som øker verdien for kundene. Digitale tjenesteplattformer og delingsøkonomi har hatt sterk vekst de siste årene. Trenden utfordrer våre kundeflater, men gir oss samtidig mange muligheter for å utvikle og utvide våre forretningsmodeller.