

Estudio de NCR identifica el comportamiento del consumidor en relación con los servicios bancarios

El nuevo informe de NCR refuerza la necesidad de que los bancos ofrezcan a los consumidores más opciones de pago y una experiencia de usuario segura y sin interrupciones

NCR Corporation, líder mundial en soluciones de tecnología omnichannel para el sector bancario, presentó los resultados de un estudio que buscó identificar el comportamiento y las actitudes de los consumidores en relación con los servicios bancarios en Australia y Nueva Zelanda.

El estudio titulado el Sistema bancario en Australia y Nueva Zelanda: en una encrucijada digital, ofrece datos que refuerzan la necesidad de que las organizaciones financieras proporcionen a los consumidores más opciones sobre cuándo y como ellos interactúan con las marcas y realizan sus compras, especialmente entre públicos más jóvenes.

A medida que el sector bancario evoluciona con el aumento del uso de dispositivos conectados y la llegada de otros jugadores revolucionarios en el mercado -como los neobancos puramente digitales- los consumidores tienen más opciones que nunca para acceder a los principales servicios bancarios.

Para permanecer competitivo y tener éxito en la economía digital, las organizaciones deben ser capaces de responder a las expectativas de los consumidores-especialmente entre los más jóvenes- o corren el riesgo de perderlos, explica Craig Jennings, director administrativo de servicios financieros de NCR en Australia. La generación Millennium seguramente pensará en cambiar a otra institución financiera o irse a las opciones de los neobancos, si eso facilita sus vidas y proporciona la experiencia deseada. Sin embargo, la investigación también identificó que esa generación desea más opciones y tranquilidad con la seguridad de su información, para que permanezca protegida independientemente del lugar en que estén comprando.

La investigación sugiere que los australianos continuarán usando el dinero, paralelamente a las soluciones de pago digital. En promedio, el 66% de los consumidores de todas las edades sacan dinero en cajeros electrónicos al menos una vez al mes, y más de la mitad (51%) accede a sus aplicaciones bancarias cada semana. El informe también mostró que los consumidores son leales a sus instituciones financieras en virtud de la conveniencia y la experiencia. Cerca de dos tercios de los australianos de la generación Z (70%), generación Millennium (62%) y generación X (64%) continúan con sus bancos actuales.

La mayor parte de la generación Millennium ya concluyó los estudios e ingresó en el mercado de trabajo. Como la segunda mayor demografía de Australia, este grupo se está convirtiendo rápidamente en una base considerable de clientes para el sector bancario, lo que hace extremadamente importante que los bancos se involucren mejor con la generación Millennium, comenta Jennings.

Los australianos más jóvenes también están más comprometidos con asuntos financieros. El informe identificó una fuerte relación entre los individuos de la generación Millennium que priorizan dispositivos móviles y el deseo de servicios de valor agregado que ayudan a los consumidores a seguir sus gastos en línea y fuera de línea.

NCR tiene un legado en proporcionar a las organizaciones las herramientas necesarias para el crecimiento de la empresa y para entregar experiencias excepcionales a los clientes, continúa Jennings. Las nuevas soluciones de pago digital refuerzan nuestro compromiso de ayudar a las empresas a aceptar cualquier pago, ya sea en dinero o sin contacto físico, de forma rápida y fácil.

Junto al lanzamiento de la investigación, NCR inauguró su nuevo espacio en Chatswood, Nueva Gales del Sur. Con instalaciones de última generación en las que destaca un centro de experiencia para el cliente con demostraciones de las últimas tecnologías y soluciones de software y hardware que ejecutan millones de transacciones todos los días.

Metodología de investigación

El estudio Sistema bancario en Australia y Nueva Zelanda: en una encrucijada digital, fue realizado por NCR Australia, en conjunto con GlobalData. El total de la muestra fue de 7.000 consumidores, con 5.000 entrevistados en Australia y 2.000 en Nueva Zelanda. Los resultados de este estudio se basan en la Investigación de Insights del Sistema Bancario de Retail de 2018 de GlobalData, realizado en el primer trimestre del año.

Guía para el grupo de edad de los grupos de investigación:

Generación Z: Nacidos después de 1996

Generación Millennium / Generación Y: Nacidos entre 1982 y 1996

Generación X: Nacidos entre 1961 y 1981

Generación Baby Boomers: Nacidos entre 1946 y 1960

Más viejos: Nacidos antes de 1946

Acerca de NCR Corporación

NCR Corporation (NYSE: NCR) es una empresa líder en soluciones omnicanal, convirtiendo las interacciones cotidianas con las empresas en experiencias excepcionales. Con su software, hardware y cartera de servicios, NCR permite que se logren más de 700 millones de transacciones diarias en ventas, finanzas, viajes, hospitalidad, telecomunicaciones y tecnología, y en pequeñas empresas. NCR ejecuta las transacciones cotidianas que hacen su vida más fácil. Las sede de NCR está en Duluth,

Georgia, cuenta con más de 30.000 empleados y opera en 180 países.

Ó NCR es una marca registrada de NCR Corporation en los Estados Unidos y en otros países. Todas las demás marcas o marcas registradas son propiedad de sus respectivos dueños.

Web site: www.ncr.com

Twitter: [@NCRCorporation](https://twitter.com/NCRCorporation)

Facebook: www.facebook.com/ncrcorp

LinkedIn: www.linkedin.com/company/ncr-corporation

YouTube: www.youtube.com/user/ncrcorporation

Datos de contacto:

Marketing Q S&C

Agencia de Relaciones Públicas

+ 52 55 5615 2195

Nota de prensa publicada en: [Ciudad de México](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Hardware](#) [Tecnología Digital](#) [Software](#) [Gran consumo y distribución](#) [Ciudad de México](#)

MexicoPress

<http://www.mexicopress.com.mx>