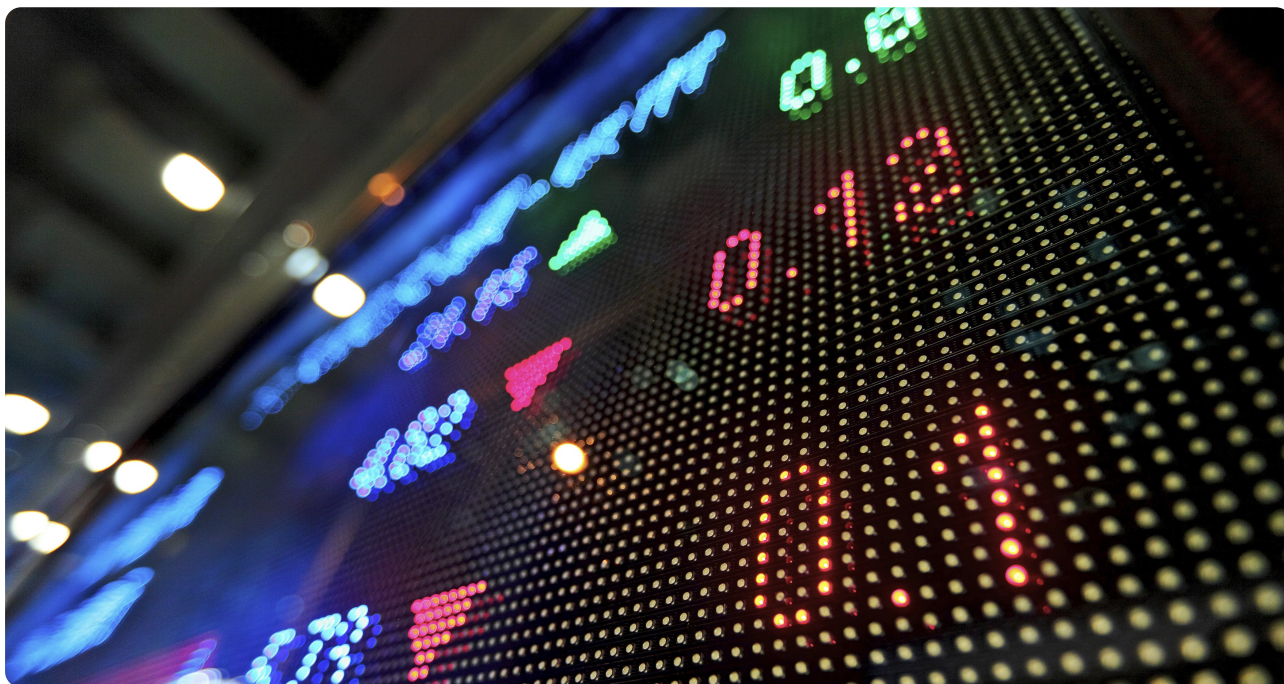


NEWS

Zářivá banka staví na cenné důvěře

Proč je nejmodernějším poradcem vaší banky displej

10. dubna 2026, Tobias Engl



V době, kdy se primární bankovní pobočkou stal smartphone, stojí kamenné finanční instituce před existenční výzvou. Statistiky ukazují, že klienti dnes ve více než 80 % času nezastihnou na místě žádného poradce, zejména v samoobslužných zónách nebo ve špičce. Právě zde nastupuje moderní Digital Signage: je mnohem víc než jen obrazovka na stěně – je digitální tvář banky, která staví most mezi anonymním online světem a osobní odbornou kompetencí. Cíleným nasazením inteligentních displejů proměňuje ScreenWay pobočku v interaktivní prostor zážitků, který trvale posiluje vztah s klienty a výrazně zvyšuje efektivitu na místě.

První kontakt často začíná už u výlohy. Vysoce výkonné displeje s extrémní svítivostí přitahují kolemjdoucí dynamickým obsahem, který daleko přesahuje možnosti statických plakátů. Místo zastaralých papírových posterů zde banky prezentují informace v reálném čase: aktuální úrokové sazby, měnové kurzy nebo krátkodobé nabídky nemovitostí se aktualizují s přesností na sekundu. Tato agilita je ve finančním sektoru rozhodující konkurenční výhodou. Díky automatizovaným rozhraním a profesionálním systémům pro správu obsahu zcela odpadá manuální práce s výměnou reklamních materiálů. To nejen šetří náklady na tisk a chrání životní prostředí, ale také zaručuje, že každá pobočka – ať už regionální lokalita nebo centrála – komunikuje vždy v souladu se značkou a s aktuálním právním stavem.

Když klient vstoupí do pobočky, přebírá Digital Signage roli chytrého hostitele. Digitální uvítací tabule vytvářejí profesionální atmosféru, zatímco interaktivní navigační systémy a digitální dveřní štítky zajišťují orientaci. Zejména v čekacích zónách rozvíjí technologie svůj plný psychologický potenciál: kombinací infotainmentu, regionálních zpráv a užitečných finančních znalostí se vnímaná doba čekání výrazně zkracuje. Místo frustrace tak vznikají cenné kontaktní body pro cross-selling a upselling. Krátká, výstižná vysvětlující videa ke složitým produktům, jako je financování bydlení nebo penzijní spoření, probouzejí potřeby a optimálně připravují půdu pro následný poradenský rozhovor.

Technickým milníkem je přitom integrace umělé inteligence a senzorové techniky. Moderní mediální přehrávače dnes dokážou přizpůsobovat obsah v reálném čase podle demografie diváka – zcela anonymně a v souladu s ochranou osobních údajů. Mladý absolvent nastupující do zaměstnání tak dostane informace o prvním investičním účtu, zatímco budoucímu majiteli domu se zobrazí aktuální hypoteční modely. Tato personalizace vytváří relevanci a ukazuje, že banka rozumí individuálním potřebám svých klientů. Interaktivní kiosky a samoobslužné terminály zároveň nabízejí možnost samostatně si prohloubit informace nebo si rovnou dotykem rezervovat termín, což odlehčuje personálu a podporuje digitální samostatnost klientů.

Z této digitální transformace výrazně těží i interní komunikace. V zaměstnaneckých prostorách fungují obrazovky jako „digitální nástěnka“, která informuje o interních novinkách, školeních nebo bezpečnostních směrnicích. V jádru však jde o nejvyšší hodnotu tohoto odvětví: důvěru. Konzistentní, transparentní a moderní prezentací informací dává banka najevo inovační sílu a spolehlivost. S řešeními ScreenWay sázejí finanční instituce na bezpečnou, škálovatelnou infrastrukturu, která díky lokálnímu ukládání do mezipaměti zůstává stabilní i při výpadcích sítě. Digital Signage se tak stává nepostradatelným nástrojem pro utváření pobočky budoucnosti – jako místa, které informuje, nadchne a hodnotně doplňuje osobní kontakt.