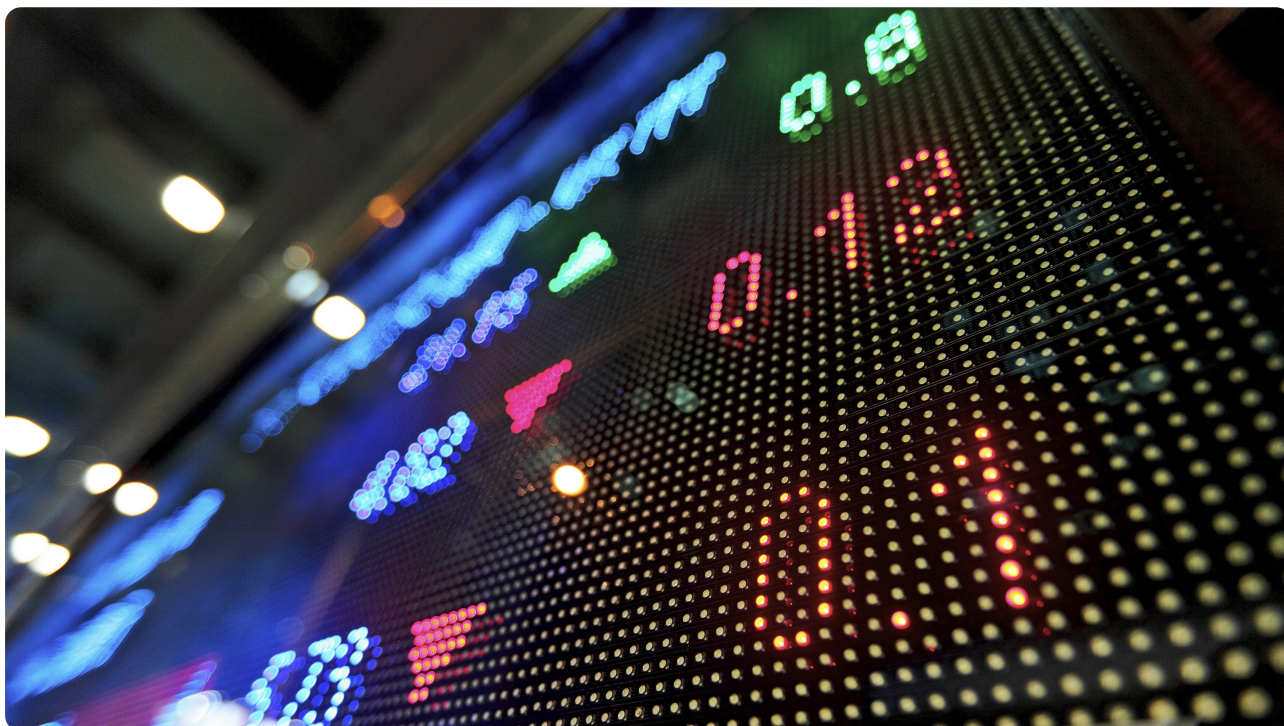


NEWS

Błyskotliwy bank buduje na cennym zaufaniu

Dlaczego najnowocześniejszym doradcą Twojego banku jest wyświetlacz

10 kwietnia 2026, Tobias Engl



W erze, w której smartfon stał się główną filią bankową, fizyczne instytucje finansowe stoją przed egzystencjalnym wyzwaniem. Statystyki pokazują, że klienci dziś w ponad 80% czasu nie zastają na miejscu bezpośredniego doradcy, szczególnie w strefach samoobsługowych lub w godzinach szczytu. Tu zaczyna nowoczesny digital signage: jest o wiele więcej niż tylko ekranem na ścianie – jest cyfrową twarzą banku, przerzucającą most między anonimowym światem online a osobistą kompetencją fachową. Przez celowe użycie inteligentnych wyświetlaczy ScreenWay zamienia filię w interaktywną przestrzeń doświadczeń, trwale wzmacniając więź z klientem i masywnie podnosząc efektywność na miejscu.

Pierwszy punkt kontaktu zaczyna się często już przy witrynie. Wysokowydajne wyświetlacze o ekstremalnej jasności przyciągają przechodniów dynamicznymi treściami, wykraczającymi daleko poza statyczne plakaty. Zamiast przestarzałych papierowych posterów banki prezentują tu informacje w czasie rzeczywistym: aktualne stopy procentowe, kursy walut czy krótkoterminowe oferty nieruchomości aktualizowane są co do sekundy. Ta zwinność jest w sektorze finansowym decydującą przewagą konkurencyjną. Przez zautomatyzowane interfejsy i profesjonalne systemy zarządzania treścią

ręczny nakład na wymianę materiałów reklamowych odpada całkowicie. To nie tylko oszczędza koszty druku i chroni środowisko, lecz gwarantuje też, że każda filia – czy lokalizacja regionalna, czy centrala – komunikuje zawsze zgodnie z marką i aktualnie prawnie.

Gdy klient wchodzi do filii, digital signage przejmuje rolę smart gospodarza. Cyfrowe tablice powitalne dbają o profesjonalną atmosferę, podczas gdy interaktywne systemy prowadzenia drogi i cyfrowe tabliczki drzwiowe dają orientację. Szczególnie w strefach oczekiwania technologia rozwija pełny potencjał psychologiczny: przez mieszankę infotainmentu, wiadomości regionalnych i cennej wiedzy finansowej odczuwany czas oczekiwania drastycznie się skraca. Zamiast frustracji powstają tu cenne punkty styku dla cross-sellingu i upsellingu. Krótkie, zwięzłe filmy objaśniające złożone produkty jak finansowanie budowy czy zabezpieczenie emerytalne budzą potrzeby i optymalnie przygotowują następującą po nich rozmowę doradczą.

Technicznym kamieniem milowym jest przy tym integracja sztucznej inteligencji i techniki sensorowej. Nowoczesne odtwarzacze potrafią dziś dopasowywać treści w czasie rzeczywistym do demografii patrzącego – całkowicie anonimowo i zgodnie z ochroną danych. Tak młody początkujący zawodowo dostaje informacje o pierwszym depozycie, podczas gdy przyszłemu właścicielowi domu prezentowane są aktualne modele hipoteczne. Ta personalizacja tworzy trafność i pokazuje, że bank rozumie indywidualne potrzeby swoich klientów. Jednocześnie interaktywne kioski i terminale samoobsługowe dają możliwość samodzielnego pogłębiania informacji lub rezerwowania terminów bezpośrednio dotykaniem, co odciąża personel i wspiera cyfrową suwerenność klientów.

Także komunikacja wewnętrzna masywnie korzysta z tej cyfrowej transformacji. W strefach pracowniczych ekrany działają jako „cyfrowa tablica ogłoszeń”, informująca o wewnętrznych wiadomościach, szkoleniach czy wytycznych bezpieczeństwa. W istocie chodzi jednak o najwyższe dobro branży: zaufanie. Przez spójne, przejrzyste i nowoczesne przedstawianie informacji bank sygnalizuje siłę innowacji i niezawodność. Z rozwiązaniami ScreenWay instytucje finansowe stawiają na bezpieczną, skalowalną infrastrukturę, która dzięki lokalnemu buforowaniu pozostaje stabilna nawet przy przerwach sieci. Tak digital signage staje się niezbędnym narzędziem kształtowania filii przyszłości – jako miejsca, które informuje, zachwyca i cennie uzupełnia kontakt osobisty.