

بررسی شاخص های تاثیر گذار بانکداری نوین در جذب مشتریان نسل Z

قادر مرتضائی دکاهی

دانشجوی دکتری مهندسی کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، آذربایجان شرقی، میانه

چکیده

پیشرفت های فناوری باعث سریع تر، مؤثرتر و کارآمدتر شدن بانکداری شده است. از این میان توجه به مخاطبین عصر تکنولوژی بیش از پیش احساس می شود، چرا که بیشترین نقش را در آینده این نوع بانکداری خواهند داشت. نسل Z بین سال های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ متولد شده اند و می توان آنها را نسل متولد شده در عصر فناوری اینترنت دانست. این نسل به خوبی با دیجیتالی شدن و البته بانک های دیجیتال آشنا هستند. زمینه افزایش تعداد مشتریان بانک های دیجیتال در کنار شناخت، تمرکز و جذب این افراد می باشد. ما در این مطالعه به بررسی برخی ویژگی های شخصیتی این نسل در پذیرش تکنولوژی های نوین، مولفه های قابل پذیرش نسل Z در بانکداری نوین، راهکارهای بانک ها جهت حفظ ارتباط با نسل Z و چالش هایی که این نسل می توانند در بانکداری دیجیتال با آن روبرو شوند خواهیم پرداخت. در نهایت راهکارهایی جهت بهبود شرایط حفظ این مشتریان ارائه خواهیم داد.

واژگان کلیدی: بانکداری الکترونیک، نسل Z، خدمات مالی

مقدمه

اینترنت و رسانه های اجتماعی به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از زندگی نسل Z بوده و با آن ها بزرگ شده اند. آن ها با فناوری بسیار آشنا هستند و از ابزارهای دیجیتال برای ارتباط، یادگیری و سرگرمی استفاده می کنند. در این میان فرآیند های مالی و اقتصادی آینده نیز متأثر از این نسل خواهند بود. این نسل در آینده اقتصادی جهان خواسته هایی خواهند داشت که مبتنی بر تکنولوژی دیجیتال باشد. از اینرو بانک ها جهت جذب و حفظ این مخاطب ها باید خود را با خواسته های آن ها سازگار نمایند، در این میان بانکداری دیجیتال به گونه ای باید عمل کند که حس اعتماد و وفاداری در این نسل را کسب نماید. در این مقاله به بررسی این موضوع پرداخته شده که نشان از این دارد این نسل می تواند درصد بسیار بالایی از منابع مالی جهان در آینده را به خود اختصاص دهد و بانک ها جهت باقی مانده در رقابت مالی باید تکنولوژی های خود را دیجیتال محور نمایند.

پیشینه تحقیق

در این مقاله داده ها از نمونه ای از کاربران اینترنت بانک در فرانسه جمع آوری شده که نتایج در آن نشان می دهد قابلیت اطمینان، خدمات و پشتیبانی مشتری، سبد محصول، شفافیت بانک، شخصی سازی، امنیت و حریم خصوصی به طور مثبتی با ارزش درک شده مصرف کننده این خدمات الکترونیکی مرتبط هستند و ارزش درک شده مشتریان به طور مثبت بر وفاداری مصرف کننده تأثیر می گذارد. این مطالعه نشان می دهد که بانکداری الکترونیک در فرانسه باید بر روی این ابعاد تمرکز کند تا تجربه مشتری منحصر به فردی را برای این نسل طراحی کند (Souheila Kaabachi, 2022).

این پژوهش درک روابط بین نسلی را از طریق سوگیری های رفتاری آنها در بین گروه های نسلی را توضیح می دهد. مقالات کمی از طریق ۱۲ مقاله مجله منتشر شده بین سال های ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۳ در مجله برتر بررسی شده و یافته ها نشان داده که تجربه مشتری پویا است و یک مدل گسترده برای بررسی مانند چارچوب S-O-R برای درک بهتر پیشنهاد می کند. پیشینه و نتایج تجربه M-Banking در بین نسل X، Y و Z نیز مورد بررسی قرار گرفته، مانند اینکه چگونه و تا چه اندازه یک تجربه بر وفاداری و قصد استفاده مستمر تأثیر می گذارد (Septiana Iswani, 2023).

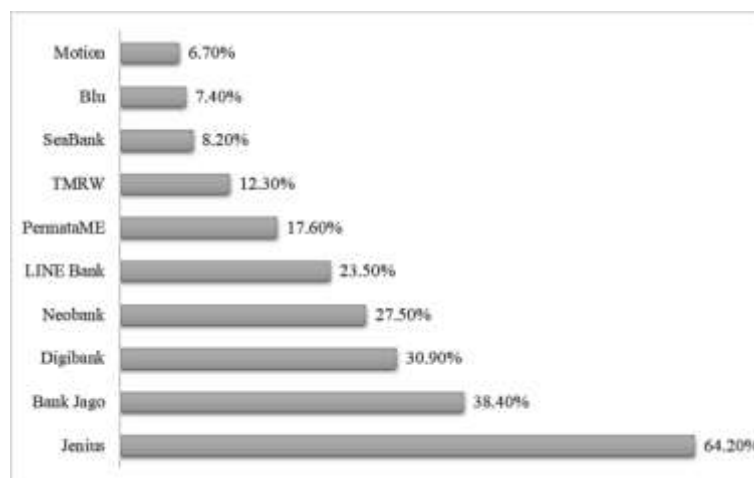
در این مقاله آمار هایی ارائه شده است که نشان دهنده نقش کلیدی این نسل در اقتصاد آینده است. یافته های کلیدی نظرسنجی این مقاله نشان می دهد که چگونه این نسل جنبه های کلیدی مرتبط با خود را ارائه می کنند، از جمله اینکه چگونه خود را به عنوان مصرف کننده نشان می دهند، نگرش هایشان و ترجیحات بانکی یا پرداخت ها آنها چگونه است. نتیجه کلی این تحقیق نشان داده نسل Z به وضعیت مستقل خود از نظر مالکیت حساب بانکی افتخار می کند. این به نوبه خود تصویری جذاب از رفتار، اولویت ها و انتظارات بانکی آنها ترسیم می کند. یافته های ما نشان می دهد که تقریباً سه چهارم (۷۳٪) از شرکت کنندگان فقط یک حساب بانکی به نام خود دارند، در حالی که تنها ۸٪ از آنها هرگز حساب بانکی نداشته اند. در حالی که این یک باور رایج است که این نسل فقط دیجیتالی است و با هر برنامه بانکی که بیشتر مفید باشد کار می کند، داده ها نشان می دهد که آنها در حال حاضر ترجیح زیادی برای افتتاح/داشتن حساب های بانکی با بانک های معتبر دارند. برخی آمارهای ارائه شده در این مقاله به شرح زیر بوده است (Niels Pedersen, 2024):



شکل ۱: آمار نسل Z در خدمات الکترونیکی (IBM Institute for Business Value)

در این پژوهش نظرسنجی بر روی گروه های سنی مختلف از مشاغل مختلف جهت درک روند و تغییرات بخش بانکی در سال های اخیر انجام شده است. همچنین داده ها از منابع ثانویه مانند اینترنت برای مطالعه کاربرد مازول های امنیتی مانند فناوری زنجیره بلوک و هوش مصنوعی جمع آوری شده است. داده ها از ۲۵۰ نفر از گروه های سنی مختلف و همچنین مشاغل شهر کلکته جمع آوری شده است. که با آنالیز یافته ها نسل Z را به عنوان یک نسل دوستدار اینترنت و علاقه مند به بانکداری آنلاین معرفی کرده است که تراکنش های آنلاین را به حضور از شعب فیزیکی ترجیح می دهند. در این پژوهش مشخص شده بیش از ۵۰ درصد در نظرسنجی خواهان یک مدیر روابط برای حساب های خود هستند. که این به دلیل نگرانی های امنیتی و همچنین جریان نقدی پایدار است. این نسل تمایل زیادی به خرج کردن دارند و از این رو مدیران روابط به آنها کمک می کنند تا جریان نقدی خود را حفظ کنند و به آنها توصیه هایی برای تضمین درآمدشان می دهند. سپرده های ثابت محبوبیت کمتری داشته و سرمایه گذاری بیشتری برای SIP ها و وام های شخصی انجام می شود (Dr. Anupam Karmakar, 2021).

در این پژوهش تاثیر بانکداری دیجیتال بر نسل Z در اندونزی مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش به ظرفیت های بانکداری الکترونیک در اندونزی پرداخته و بانک هایی که بیشترین نقش را در این نسل داشته اند مورد مطالعه قرار گرفته اند و نشان داده پیشرفت صنعت مالی، به ویژه بانک های دیجیتال، پیشرفت های زیادی را در این کشور در سال های اخیر به همراه داشته است، به ویژه در نسل جوان که می توانند از سواد مالی بیشتری برخوردار باشند به گونه ای که انتظار می رود اندونزی در سال ۲۰۲۵ به ۱۲۴ میلیارد دلار در اقتصاد دیجیتال برسد (Yohannes Kurniawan, 2022).



شکل ۲: شناخته ترین بانک های دیجیتالی در اندونزی (Chitra Laksmi Rithmaya, 2023)

در این مطالعه با هدف بررسی الگوهای استفاده و ترجیحات مربوط به تسهیلات بانکداری الکترونیک در میان افراد متعلق به نسل Y و نسل Z در شهر احمداًباد هند انجام شده. از آنجایی که چشم‌انداز مالی به دلیل پیشرفت‌های تکنولوژیک دستخوش دگرگونی‌های سریع می‌شود، درک رفتارها و الزامات متمایز این گروه‌های جمعیتی برای آنها حیاتی می‌شود. موسسات مالی و سیاست‌گذاران این تحقیق از یک روش پیمایشی جامع استفاده می‌کند و داده‌ها را از طریق پرسشنامه‌های ساختاریافته جمع‌آوری می‌کند که برای یک نماینده نمونه متنوع از ساکنان نسل Y و نسل Z در احمداًباد اجرا شده است. این نظرسنجی جنبه‌های مختلفی از جمله فراوانی استفاده از بانکداری الکترونیکی، پلتفرم‌های ترجیحی، عوامل مؤثر بر پذیرش و میزان رضایت از خدمات بانکداری الکترونیک موجود را پوشش می‌دهد. این پژوهش اطلاعات ارزشمندی را در اختیار مؤسسات مالی قرار می‌دهد تا خدمات خود را مطابق با نیازها و انتظارات منحصربه‌فرد نسل Y و نسل Z در احمداًباد تنظیم کنند و یک محیط بانکداری الکترونیکی فراگیرتر و مشتری‌محور را تقویت کنند (Mitesh Kalal, 2024).

ویژگی‌های شخصیتی نسل Z در پذیرش تکنولوژی‌های نوین

نسل Z اولین نسلی است که در اوایل زندگی با تمام مزایای گوشی‌های هوشمند آشنا شد. آنها در زندگی آنلاین غوطه‌ور هستند. تا پایان این دهه، این نسل نماینده یک سوم کل مصرف‌کنندگان تکنولوژی‌های نو خواهد بود و تجربیات منحصربه‌فرد آنها روش‌های تجارت و بانکداری را تغییر می‌دهد. برخی از ویژگی‌های شخصیتی این نسل به در ادامه مطرح می‌گردد.

متنوع و فراگیر: این نسل بردبارترین و از نظر نژادی و قومی متنوع‌ترین نسل تاریخ هستند.

کارآفرینی و جاه‌طلبی: به خاطر روحیه کارآفرینی و جاه‌طلبی خود شناخته شده است و نسبت به نسل‌های قبلی احتمال بیشتری دارد که کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند.

هوشیار اجتماعی: مشتاق عدالت اجتماعی و مسائل زیست‌محیطی است. آنها فعالانه درگیر ایجاد تأثیر مثبت بر جهان هستند.

سلامت روان: این نسل نسبت به نسل‌های بیشتر به دنبال کمک برای مسائل مربوط به سلامت روان هستند.

امنیت مالی: انگیزه بالایی برای پس‌انداز پول و یادگیری در مورد بانکداری و امور مالی از سنین پایین دارند. آنها ارزش‌های دیجیتال را ترجیح می‌دهند و در مورد وسایل سرمایه‌گذاری سنتی محتاط هستند.

مولفه‌های قابل پذیرش نسل Z در بانکداری نوین

این نسل به شدت وفادار است، بانکداری باید با تمرکز بر آنچه این مصرف‌کنندگان جوان نیاز دارند، تکامل یافته و سازگار شود. با انجام این عمل بانک‌ها می‌توانند وفاداری آنها را به خود جلب کرده و مشتریان جدید را بصورت دائمی حفظ کنند.

وقتی صحبت از بانکداری برای این نسل می‌شود نگاه آنها به گونه‌ای است که باید در هر جایی که هستند دستگاه‌های ارتباطی آنها قابلیت کامل برای مدیریت مالی را داشته باشند، چرا که سرعت و تکنولوژی را بیشتر از هر چیزی می‌پذیرند. در ادامه برخی از ویژگی‌هایی که لازم است بانکداری دیجیتال جهت جذب این مشتریان به آنها توجه کنند بیان می‌شود.

۱. شخصی سازی بانکداری: نسل Z در دنیای دیجیتال متولد شده‌اند. به این ترتیب، بسیاری از نگرش‌های قدیمی در مورد حریم خصوصی را ندارند و برای یک پلت فرم بانکداری دیجیتال ارزش قائل است که در آن می‌توانند نیازهای مالی اولیه مانند حساب جاری را دریافت و در عین حال به اهداف انتزاعی‌تری مانند پس‌انداز برای یک خانه نیز تمایل داشته باشند. یعنی همان

پلتفرم گزینه‌های سرمایه‌گذاری را در اختیار آنها بگذارد تا بتوانند تصویری از خانه‌ای را که در برای آن پس‌انداز می‌کنند آپلود کنند. تحقیقات نشان می‌دهد بیش از هفت نفر از هر ده مصرف‌کننده انتظار دارند که تعاملات شخصی‌سازی شده را ارائه دهند. چرا که شخصی‌سازی درآمد را افزایش می‌دهد و به تجارت بیشتر تشویق می‌نماید.

۲. بانکداری بلادرنگ: این نسل پرداخت فوری را ترجیح می‌دهند، آنها دوست دارند صورتحساب‌ها را فوراً مشاهده و بازپرداخت کنند. مهمتر از همه، آنها می‌خواهند که ترازها را فوراً به روز کنند چرا که انتظار برای پاک شدن تراکنش‌ها تجربه خوبی برای مشتری نیست. آنها از این نوع بانکداری فوری لذت می‌برند زیرا به مراتب کمتر در معرض خطا قرار دارند.

۳. دسترسی به اطلاعات: این نسل برای شفافیت و صداقت ارزش قائل است و نسبت به نسل‌های قبلی کمتر نگران حریم خصوصی بوده، به این ترتیب آنها اطلاعات می‌خواهند. بانک‌های برای جذب این گروه باید اطلاعاتی را ارائه دهند و زمینه‌ای را فراهم کنند که بتوانند از طریق آن تصمیمات مالی خود را بگیرند.

۴. بانکداری الکترونیک مبتنی بر ارزشهای دیجیتال: این نسل به تعاملات بانکی بین المللی علاقه بسیاری دارد و از این بین ارزشهای دیجیتال بیشتر مورد توجه آنها قرار دارند. از اینرو بانک‌هایی که بر روی این نسل برنامه ریزی می‌نمایند باید به این موضوعاتی مانند بلاکچین، قرارداد های هوشمند، متاورس و ... بسیار توجه نمایند و زیرساخت‌ها و راه‌های ارتباطی با این موارد را بیشتر مورد توجه قرار دهند تا این نسل را به خود علاقه مند و وابسته نمایند.

راهکارهای بانک‌ها جهت حفظ ارتباط با نسل Z

بر اساس مطالعات و بررسی‌های انجام گرفته راهکارهایی که می‌تواند بر حفظ ارتباط و وابستگی این نسل به بازار مالی و بانک‌ها انجام پذیرد در ادامه مورد اشاره قرار گرفته است.

- تعامل فعال با نسل Z: تعامل فعال با این نسل برای به دست آوردن بینش در مورد فعالیتی که دارند و آنچه بیشتر می‌خواهند، کلیدی است. بانک‌ها باید برنامه ریزی خود را در هر مرحله از بازخورد اولیه تا تحقیقات بازار و آزمایش محصول با این نسل داشته باشند.

- طراحی بر اساس نیاز نسل: طراحی یک عنصر حیاتی در این امر است، اگر سرگرم کننده، از نظر بصری جذاب و به زبان آنها نزدیک نباشد، این نسل را از خود دور می‌کند. در طراحی نرم افزارهای ابتدا باید به نگاه فرهنگی این نسل، راحتی کار و سرعت دسترسی به خواسته‌های آنها بر بستر بر خط توجه داشت.

- توجه به شبکه‌های اجتماعی: این نسل با شبکه‌های اجتماعی بزرگ شده اند و رسانه‌های اجتماعی را بخشی از هویت خود می‌دانند، آنها تمام تجربیات خود را به صورت آنلاین به اشتراک می‌گذارند و حس اجتماعی قوی دارند بر همین اساس ارتباط و معرفی و ارائه خدمات بر بستر این رسانه‌ها می‌تواند تاثیر بسیار بالایی در جذب این نسل داشته باشد.

- آموزش‌های رایگان مالی در کنار خدمات الکترونیکی: ارائه دوره‌های آموزشی رایگان این نسل را به بانک‌ها وفادار نگه می‌دارد. برای طولانی بودن ارتباط این نسل شکاف سواد مالی را از طریق برنامه‌هایی با تمرکز بر بهبود مهارت‌های مالی و بهبود دسترسی به خدمات مالی می‌توان برطرف کرد. بنابراین این فرایند کمک می‌کند سلامت مالی خود را بهبود بخشند و مشتریان را با بینش‌هایی توانمند کند که تصمیم‌گیری آگاهانه را ممکن می‌سازد.

- تنظیم استراتژی‌های بازاریابی با توجه به نیاز آنها: بازارهای مالی و خدمات آن به سرعت در حال گسترش است و این نسل دقیقاً همراه با این تغییرات در حال رشد می‌باشند و حتی نیازهای فعال تری را برای خود قائل می‌شوند که این برگرفته از ارتباطات

فعالی است که در فضای مجازی با رسانه ها دارند. بنابراین شناخت نیازها و تنظیم استراتژیهای بانکداری الکترونیک بر پایه بروزترین تکنولوژها اصلی ترین مواردی است که در کنار این نسل بودن را تثبیت می کند.

جدول ۱: شاخص هایی در جهت بهبود عملکرد بانکداری الکترونیک برای نسل Z

نیاز ها	پیشنهاد	چالش های فعلی
شبکه های اجتماعی	افزایش نقش بانک ها در این شبکه ها و ارائه خدمات و تبلیغات بر بستر شبکه های اجتماعی. ایجاد کمپین ها در شبکه های اجتماعی در خصوص شناساندن خدمات الکترونیکی	حضور کم رنگ بانک ها در این عرصه و وجود پلت فرم های بسیار اندک در این حوزه
سرعت دسترسی	تقویت نرم افزارهای بانکداری الکترونیک و سرورهای بروز با قدرت پردازشی بالا و تقویت زیر ساخت های ارتباط اینترنت با پوشش حداکثری	پایین بودن سرعت اینترنت و اختلال در زیر ساخت های بانکداری الکترونیک و نبود پوشش در تمامی نقاط
خدمات ارزهای دیجیتال	تمرکز بیشتر بر معرفی و فراهم سازی بسترهای استفاده از ارزهای دیجیتال به گونه ای که قابل رقابت با ارزهای فعال دیجیتال فعلی باشد.	حضور بانک ها در این خصوص بسیار کم رنگ و محدود می باشد و حتی بسیاری از آنها در این حوزه سرمایه گذاری نکرده اند.
طراحی های جذاب	استفاده از طرح های جذاب و در عین حال جامع و کاربردی کاهش پیچیدگی و حداقل کردن مراحل تراکنش ها فراهم سازی بستر دستیاران مالی آنلاین	وجود برخی نرم افزارهای بانکداری الکترونیک غیر استاندارد و نبود دستیاران مالی قوی در آنها
شناخت و تعامل با نسل Z	استفاده از بستر های مجازی جهت نیازسنجی ها پژوهش های دوره ای در خصوص شناخت نیازهای آنها	عدم تمرکز بر شناخت این نسل بر بستر فضای مجازی و شبکه های اجتماعی و مطالعات انجام شده بسیار اندک در این زمینه
آموزش	ایجاد بستر های آموزشی برای افراد دخیل در بانکداری جهت شناخت این نسل و تعامل با آنها تمرکز بر آموزش تکنولوژی های روزآمد در بانکداری الکترونیک	توجه کمتر به این نسل در آموزش های کارکنان بانک ها

چالش های پیش روی بانکداری نوین در نسل Z

در استفاده از تکنولوژی های نوین برای این نسل چالش هایی وجود دارد که نیاز به تمرکز بیشتر برای حل آن است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می شود:

- مخاطرات بانکداری بین المللی : این نسل برای رفع نیازهای خود بین گزینه های داخل یا خارج مرزهای جغرافیایی تفاوتی قائل نیست. در حال حاضر بانک هایی که در فضای بسته بدون رقابتی کار می کنند و می دانند که در همین شرایط مشتریان خود را دارند، رویکرد خطرناکی برای سرویس دادن به این نسل است. رقابت در صنعت بانکی در سال های آینده تنها رقابت میان بانک های موجود در داخل کشور نیست بلکه کاملاً فرا منطقه ای خواهد شد. نمود فعلی آن رمز ارزها می باشند که این نسل را به خود بسیار علاقه مند کرده است.
- چالش های امنیتی : فیشینگ یکی از نگرانی های فزاینده در بین مشتریان با رشد بانکداری دیجیتال است. فیشر مردم را با وادار کردن آنها به این باور که ایمیل از بانک آنهاست یا اطلاعات مربوطه است، فریب می دهد، مردم در دام می افتند و با تصور اینکه از یک نهاد قابل اعتماد است پیوند را باز می کنند یا پیوست را دانلود می کنند، و هکرها به اطلاعات کاربران دسترسی پیدا خواهند کرد و از این اطلاعات برای کارکرد حساب خود استفاده و یا می تواند از حساب وجوه برداشت کنند.
- عدم وابستگی به بانک های فیزیکی : افزایش پذیرش بانکداری الکترونیک باعث کاهش نیاز شعب بانک ها می شود. از آنجایی که بانکداری دیجیتال در تحرک خود رشد می کند، اینکه چگونه مردم می توانند به راحتی به حساب های خود دسترسی داشته باشند و بدون مراجعه منظم به بانک، آن را مدیریت کنند، مطمئناً بر شعب فیزیکی تأثیر می گذارد. بانک ها نیازی ندارند با همان تعداد کارمندی که قبلاً کار می کردند کار کنند، در نتیجه منجر به افزایش بیکاری می شود.
- مشکلات ارتباطی : بانکداری دیجیتال با کمک دستگاه های الکترونیکی و اینترنت اجرا می شود. مواقعی وجود دارد که اتصال اینترنت پایدار نیست، دستگاه به درستی کار نمی کند یا اگر سرور بانک از کار افتاده باشد و سرویس به طور موقت در دسترس نباشد، به دلیل این مشکلات فنی امکان انجام تراکنش وجود ندارد. که این می تواند بر کاربرد و استقبال از آن تأثیر بگذارد.

نتیجه گیری

از طریق تحقیق، تجزیه و تحلیل و ارزیابی در خصوص این نسل، به این واقعیت برخوردیم که سیستم بانکی باید شاهد تغییراتی از یک حالت ثابت سنتی به یک موجودیت فوق العاده فن آور باشد. می توان گفت نسل Z حامی تغییر در حال شکل فناوری در بخش بانکی است. آنها به دنبال خدمات سریعتر هستند زیرا در دنیای پرشتاب مردم دوست ندارند روی فعالیت های وقت گیر سرمایه گذاری کنند. آنها به دنبال فناوری های راحت تر و سریع تر هستند تا زمان زندگی خود را بهتر و بهینه تر مدیریت نمایند. ما جهت شناخت این نسل و تأثیر آن ها در بانکداری الکترونیک ابتدا به مطالعه پژوهش های صورت گرفته اخیر در جهان پرداختیم و سپس با بررسی هایی مواردی از شناخت این نسل، نیازهای آنها و خدماتی که بانک ها می توانند جهت جذب و حفظ این مشتریان داشته باشند را ارائه نمودیم از جمله پیش بینی افزایش نقش بانک ها در استفاده از شبکه های اجتماعی، مینا قرار دادن خواسته های این نسل در طراحی ها، آموزش ها، خدمات و... که می تواند برای مطالعه و کاربردهای بانکداری آینده در حوزه دیجیتال مفید باشد.

منابع

1. Reshaping the bank experience for GEN Z in France, Souheila Kaabachi¹ · Selima Ben Mrad · Tais Barreto, Journal of Marketing Analytics (2022) 10:219–231.

2. LITERATURE REVIEW OF M-BANKING EXPERIENCE IN GENERATION X, Y, AND Z: STUDY OF ANTECEDENTS AND OUTCOMES , Septiana Iswani, CAKRAWALA – Repositori IMWI | Volume 6, Nomor 3, Mei-Juni 2023 p-ISSN: 2620-8490; e-ISSN: 2620-8814.
3. Generation Z Their payments are our future, Niels Pedersen Generation-Z Banking Trends- A Study based on Kolkata, Dr. Anupam Karmakar, IBMRD's Journal of Management & Research Volume 10, Issue 2, September 2021 Print ISSN : 2277-7830, Online ISSN: 2348- 5922.
4. LITERATURE REVIEW OF M-BANKING EXPERIENCE IN GENERATION X, Y, AND Z: STUDY OF ANTECEDENTS AND OUTCOMES , Septiana Iswani, CAKRAWALA – Repositori IMWI | Volume 6, Nomor 3, Mei-Juni 2023 ,p-ISSN: 2620-8490; e-ISSN: 2620-8814.
5. Survey on the Usage of E-Banking Facilities Among Generation Y and Generation Z in Ahmedabad, Mitesh Kalal, Jayshree Odedra, Jignesh Vidani, Journal of Advanced Research in Operational and Marketing Management Volume 7, Print Issue 1 - 2024, Pg. No. 11-17.
6. GEN Z AND THE FUTURE OF BANKING: AN ANALYSIS OF DIGITAL BANKING ADOPTION, Chitra Laksmi Rithmaya, Herwin Ardianto, Evi Sistiyarini, JMK, VOL. 26, NO. 1, MARCH 2024, 64–78.
7. Generation Z Their payments are our future, Niels Pedersen, marqeta.com.

Investigating the effective indicators of modern banking in attracting generation Z customers

Ghader mortezaeidekahi

Department of Computer Engineering, Miyaneh Branch, Islamic Azad University, Miyaneh, Iran

Abstract

Advances in technology have made banking faster, more effective, and more efficient. Among these, the attention to the technology era contacts is felt more than ever, because they will play the biggest role in the future of this type of banking. Generation Z were born between 1995 and 2010 and can be considered the generation born in the age of Internet technology. This generation is well familiar with digitalization and of course digital banks. The reason for increasing the number of customers of digital banks is to recognize, focus and attract these people. In this study, we have investigated some personality traits of this generation in accepting new technologies, acceptable components of generation z in modern banking, strategies of banks to maintain connection with generation z and the challenges that this generation can face in digital banking. We will pay if they meet. Finally, we will provide solutions to improve the conditions of keeping these customers.

Keywords: Electronic banking, generation z, financial services