

Dobre praktyki UX dla usług opartych na PolishAPI



ZWIĄZEK BANKÓW POLSKICH



Warszawa, marzec 2020 r.



Spis treści

	Strona		Strona
Słownik pojęć	3-4	Proces aktualizacji udzielonych zgód na dostęp do informacji o rachunku	21-22
01 Założenia i cel przewodnika		PIS	
Wstęp	6	Proces inicjowania płatności	24-26
Korzyści dla poszczególnych interesariuszy procesu	7	Przykładowy schemat interfejsu dla usługi inicjowania transakcji płatności	27
Metodologia Sześciu Filarów™ KPMG	8-9	04 Wskazania i przeciwwskazania	
Użytkownika znajduje się w podróży, nie procesie	10	Udzielanie zgody	29 – 30
02 Dobre praktyki User Experience		Architektura informacji	31
Najważniejsze aspekty	12	Komunikaty dla użytkownika	32
Wymagania z perspektywy użytkownika	13	05 W jaki sposób efektywnie komunikować się z użytkownikiem?	
03 Podróże użytkownika w ramach nowych usługach		Efektywna komunikacja z użytkownikiem	34-35
UX podstawą do budowania satysfakcji użytkownika podczas całej podróży	15	06 Załączniki	
AIS		Wyniki badań KPMG	38-39
Proces udzielenia zgody na dostęp do informacji o rachunku	16-17	Checklista doświadczeń klienta	41-43
Przykładowy schemat przepływu ekranów dla usługi dostępu do informacji o rachunku	18		

Słownik pojęć

Account Information Service (AIS) – usługa dostępu do informacji o rachunku, zdefiniowana w art. 66 PSD2.

Account Information Service Provider (AISP) – dostawca Świadczący Usługę Dostępu do Informacji o Rachunku – TPP używające interfejsu XS2A w celu dostępu do informacji o rachunku płatniczym PSU.

Account Servicing Payment Service Provider (ASPSP) – dostawca usług płatniczych zapewniający i utrzymujący rachunek płatniczy dla płatnika.

Autoryzacja – zgoda na wykonanie żądanej akcji/transakcji oraz jej ostateczne zaakceptowanie.

Customer Experience (CX) – całokształt doświadczeń klienta z daną marką we wszystkich możliwych kanałach kontaktu i punktach styku przez cały okres trwania jego relacji z firmą.

Customer Journey – podróż klienta rozumiana jako suma interakcji występujących w kontakcie z firmą na wszystkich etapach relacji z marką, począwszy od zapoznawania się z ofertą, aż do zakończenia korzystania z jego produktu/usługi.

Payment Initiation Service Provider (PISP) – dostawca Świadczący Usługę Inicjowania Transakcji Płatniczej – TPP używające interfejsu XS2A w celu inicjacji transakcji płatniczej w ciężar rachunku PSU.

Payment Initiation Services (PIS) – usługa inicjowania transakcji płatniczej, zdefiniowana w art. 67 PSD2.

Payment Services Directive 2 (PSD2) – dyrektywa 2015/2366 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, uchylająca Dyrektywę 2007/64/WE.

Payment Services User (PSU) – użytkownik usług płatniczych, osoba fizyczna lub prawna korzystająca z usługi płatniczej w charakterze płatnika, odbiorcy lub płatnika i odbiorcy.

Rachunek płatniczy – rachunek prowadzony w imieniu co najmniej jednego użytkownika usług płatniczych, wykorzystywany do wykonywania transakcji płatniczych.

Strong Customer Authentication (SCA) – silne uwierzytelnienie, tj. oparte o co najmniej dwa elementy identyfikujące klienta, należące do kategorii: wiedza (np. hasło, które zna tylko klient), posiadanie (np. urządzenie, z którego klient korzysta), cecha (np. dane biometryczne klienta).

Słownik pojęć

Sześć Filarów™ KPMG – podejście KPMG do badania kluczowych czynników kształtujących doświadczenia konsumentów. Osią Sześciu Filarów™ jest sześć obszarów stanowiących podstawę analityczną do zrozumienia wyzwań, przed którymi stoi marka w relacji ze swoimi klientami.

Third Party Providers (TPP) – nowa kategoria usługodawców na rynku usług płatniczych, które będą mogły świadczyć dwa typy nowych usług: dostarczania zagregowanej informacji o stanie rachunków bankowych (AIS) oraz realizacja płatności z wykorzystaniem rachunku bankowego klienta w jego imieniu (PIS).

Udzielenie zgody – proces, w wyniku którego PSU udziela TPP zezwolenia na dostęp do jego rachunku, prowadzonego przez ASPSP w celu realizacji usługi, w tym usług AIS i PIS.

User Experience (UX) – całość wrażeń, jakich doświadcza użytkownik podczas korzystania z produktu.

Uwierzytelnianie – proces, w wyniku którego ASPSP weryfikuje tożsamość PSU.

01

Założenia i cel przewodnika

Wstęp

Znowelizowana dyrektywa w sprawie usług płatniczych (*PSD2*) wprowadza szereg zmian na europejskim rynku. Dyrektywa ustala zasady funkcjonowania m.in. otwartych interfejsów programistycznych (API) oraz **dwóch nowych usług płatniczych**: dostępu do informacji o rachunku (*AIS*) oraz inicjacji płatności (*PIS*).

Zgodnie z nowym prawem, banki muszą zezwolić klientom na dostęp do rachunków za pośrednictwem stron trzecich. Polski sektor płatniczy podjął inicjatywę stworzenia standardu takiego dostępu: **PolishAPI**. Standard PolishAPI, wdrożony przez znakomitą większość banków, precyzyjnie definiuje kształt i zakres nowych usług.

Wprowadzenie regulacji *PSD2* ma wpływ nie tylko na kwestie technologiczne, cyberbezpieczeństwo i modele biznesowe; wymusza też zmianę w podejściu do bezpośredniej obsługi klienta w kanałach elektronicznych. Niniejszy przewodnik zawiera rekomendacje budowy stabilnej i skutecznej **ścieżki klienta** (*customer journey*) w usługach opartych o standard PolishAPI.

Utrzymanie prostych, zrozumiałych procesów, intuicyjnej obsługi i możliwości świadomego podejmowania decyzji, ma kluczowe znaczenie dla powodzenia nowych usług płatniczych. Przestrzeganie rekomendacji zawartych w tym przewodniku pozwoli łatwiej osiągnąć ten cel.

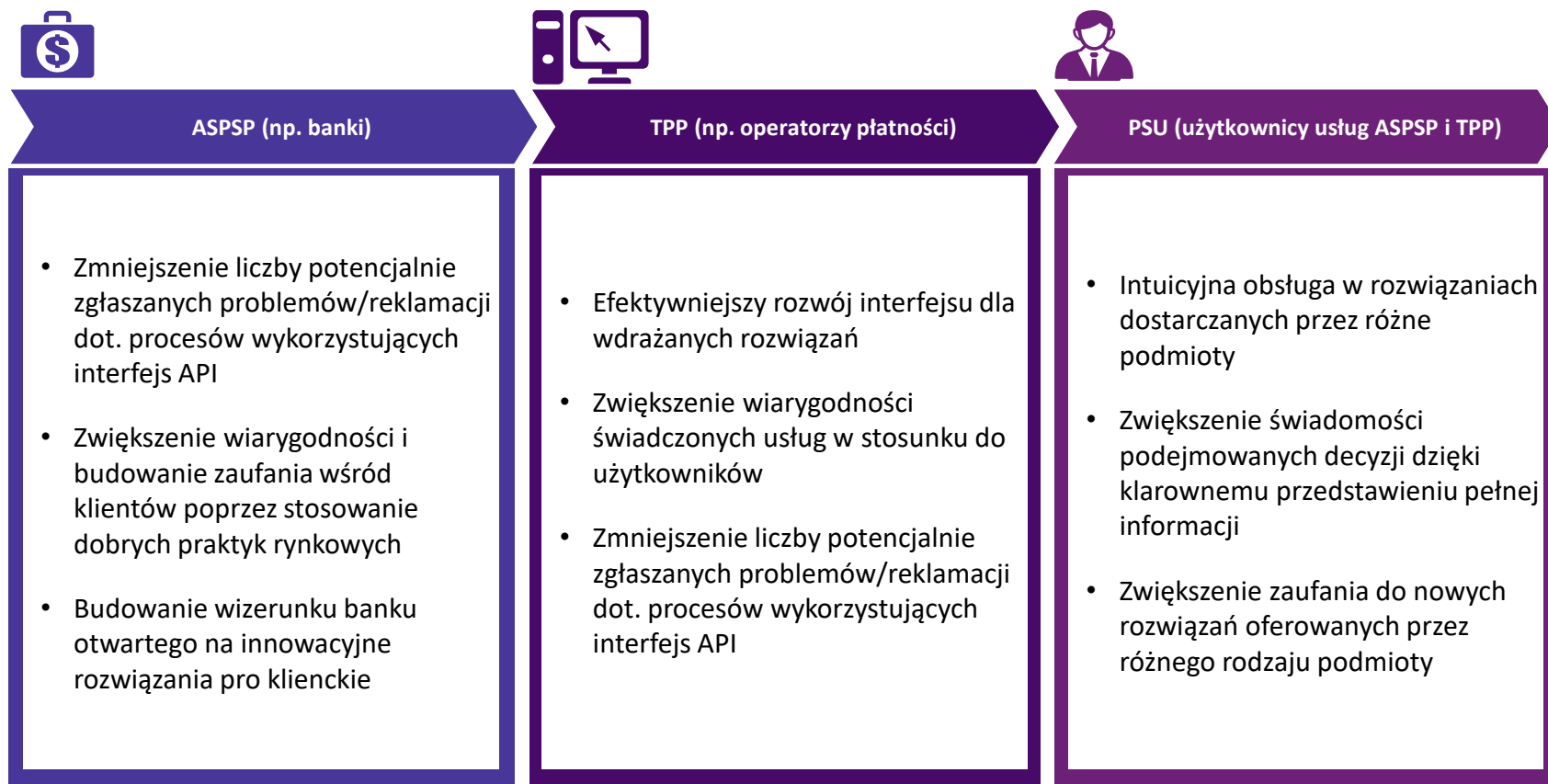
Przewodnik po dobrych praktykach CX/UX dla usług opartych na PolishAPI powstał z inicjatywy Grupy Projektowej PolishAPI. Został zrealizowany przez Zespół roboczy pod kierunkiem ekspertów z firmy KPMG, w skład którego weszli przedstawiciele następujących firm i instytucji: Allegro, Asseco, Aviva, Bizpark, Blue Media, BNP Paribas, BOŚ Bank, DLK, Google, ING Bank Śląski, KIR, Kontomatik, Mastercard, mBank, Millennium, Orange Polska, PayU, Pekao SA, PKO Bank Polski, PZU SA, Santander Bank Polska, SK&S oraz ZBP.

Szczególne podziękowania za wkład do niniejszego raportu należą się Dawidowi Zastrożnemu (PayU) oraz Marcinowi Mastalerzowi.

Maciej Kostro
Lider Grupy Projektowej PolishAPI

Korzyści dla poszczególnych interesariuszy procesu

W naszym podejściu do tematyki Customer Experience oraz User Experience w kontekście Open Bankingu zwracamy szczególną uwagę na dostarczanie jak najlepszych rozwiązań oraz doświadczeń nie tylko użytkownikom, ale również pozostałym uczestnikom zaangażowanym w cały proces. Poniżej opisane zostały korzyści wynikające z proponowanego przez nas podejścia dla wskazanych interesariuszy:



Metodologia Sześciu Filarów™ CX KPMG

Dla lepszego zrozumienia potrzeb klientów, a także zaprojektowania rozwiązań spełniających ich oczekiwania w jak najlepszym stopniu, podstawą do rekomendacji zawartych w przewodniku stała się metodologia Sześciu Filarów™ CX stosowana przez KPMG na całym świecie. Metoda ta pozwala precyzyjnie mierzyć poszczególne wymiary, które bezpośrednio wpływają na doświadczenia użytkowników podczas ich całej podróży w kontekście korzystania z danego produktu lub usługi. W celu przybliżenia, jakie najważniejsze elementy zawierają się w obszarze każdego z filarów, poniżej przedstawiono ich główne zasady:



Wiarygodność

Dotrzymywanie słowa i wzbudzanie zaufania

- Pokaż, że Twoje rozwiązanie jest bezpieczne dla użytkownika
- Transparentnie komunikuj wszystkie najistotniejsze z punktu widzenia użytkownika informacje
- Jasno wyjaśniaj różnice między różnymi ofertami / pakietami
- W razie potrzeby zapewnij szybki dostęp do obsługi przez konsultanta
- Spraw, żeby Twoje rozwiązanie było jak najbardziej spójne



Rozwiązywanie problemów

Konwersja złych doświadczeń we wspaniałe

- Spraw, aby pojawiające się ewentualnie problemy były szybko rozwiązywane
- Zapewnij użytkownikowi szybkie wsparcie w przypadku pojawiających się problemów
- Zapewnij użytkownikowi dostęp do panelu z najważniejszymi pytaniami i jasnymi odpowiedziami (Q&A, FAQ)



Oczekiwania

Zarządzanie oczekiwaniami, ich spełnianie i przekraczanie

- Dostosuj rozwiązania do różnych urządzeń (mobile, web)
- Projektuj dobrze zorganizowane, estetyczne interfejsy z odpowiednio dobranymi pakietami kolorystycznymi
- Zapewnij rozwiązanie, które będzie jak najbardziej intuicyjne
- Reaguj na ciągle zmieniające się oczekiwania użytkowników
- Dostosuj dodatkowe rozwiązania pod oczekiwania użytkownika

Metodologia Sześciu Filarów™ KPMG



Czas i Wysiłek

Minimalizowanie wysiłku i optymalizacja procesów

- Zapewnij, aby rozwiązanie było jak najprostsze
- Stale pracuj nad prostotą designu
- Eliminuj niejasne rozwiązania i elementy graficzne
- Testuj swoje rozwiązania pod względem funkcjonalności
- Wspieraj poprzez swoje rozwiązanie szybkie i efektywne wypełnianie poszczególnych zadań



Personalizacja

Wykorzystanie zindywidualizowanego podejścia do budowania relacji

- Pokaż, że znasz swojego użytkownika
- Proponuj najbardziej odpowiednie funkcjonalności na podstawie historii interakcji
- Korzystaj z rozwiązań z różnych obszarów, aby dobrze personalizować swoich użytkowników
- Daj użytkownikowi możliwość personalizowania interfejsu i dostosowywania go do funkcjonalności, których najbardziej potrzebuje



Empatia

Zbudowanie poczucia wspólnoty poprzez głębokie zrozumienie osobistej sytuacji

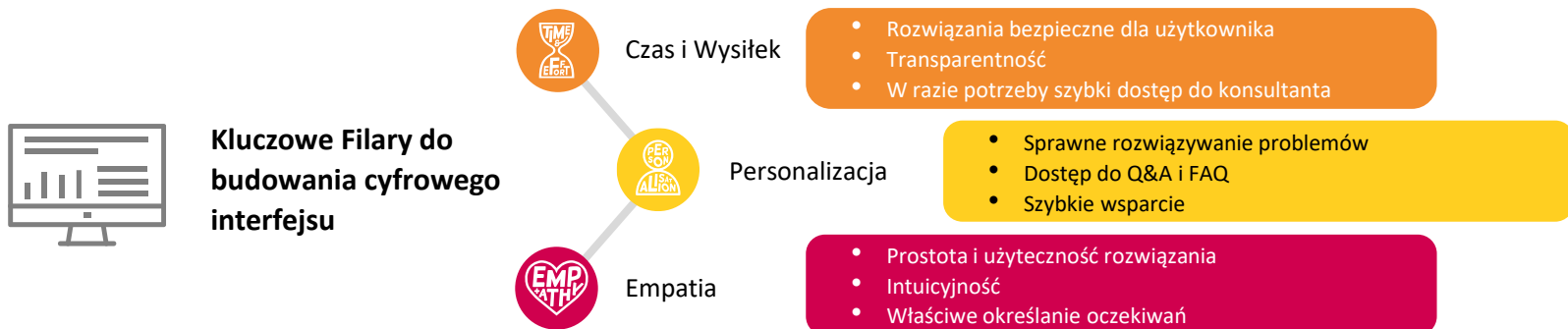
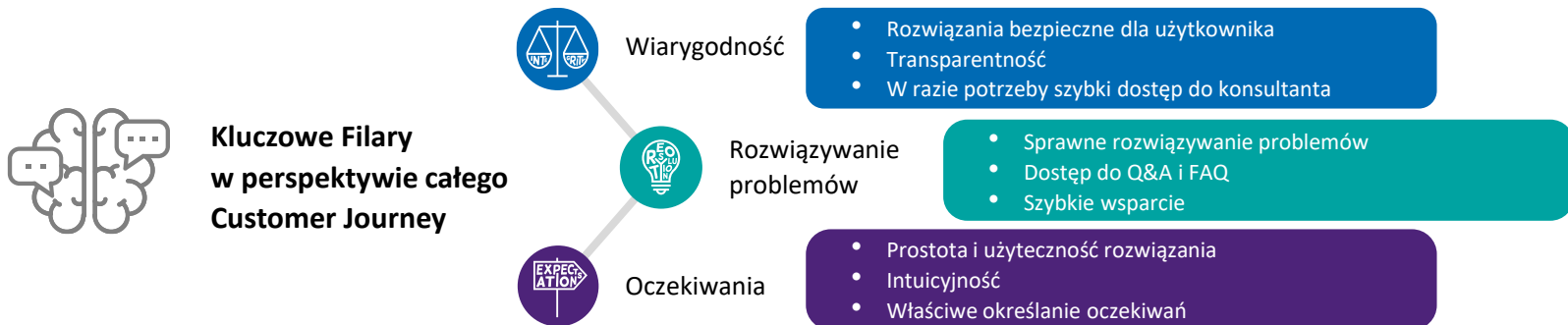
- Testuj swoje rozwiązania i pytaj użytkowników o feedback
- Akceptuj i doceniaj konstruktywne informacje zwrotne udzielane przez użytkowników
- Buduj i ulepszaj produkty w oparciu o dogłębne zrozumienie swoich użytkowników
- Traktuj użytkownika, jako swój priorytet
- Pokaż, że zajmujesz się jego sprawą z należytą uwagą

Dzięki wykorzystaniu Filarów przy projektowaniu wybranych rozwiązań i uwzględnieniu zaleceń zawartych w złotych zasadach możliwe jest maksymalizowanie satysfakcji użytkowników oraz dostarczanie im doświadczeń zgodnie z najlepszymi praktykami rynkowymi.

Użytkownik znajduje się w podróży, nie procesie

Analizując wpływ poszczególnych Filarów na doświadczenia zbierane przez klienta możemy podzielić je na dwie grupy: pierwsza z nich będzie zawierała filary Wiarygodność, Rozwiązywanie problemów i Oczekiwania. Filary te będą kluczowe w perspektywie budowania satysfakcji podczas całej podróży klienckiej. Druga grupa zawiera filar Czas i Wysilek, Personalizacja oraz Empatia. Te trzy filary będą odgrywały najważniejszą rolę podczas budowania właściwego cyfrowego interfejsu.

Kluczowym aspektem w projektowaniu rozwiązań jest fakt, iż nawet najlepszy interfejs nie będzie w stanie w pełni zrekompensować złych doświadczeń w obszarze któregoś z filarów z pierwszej grupy. Spełnienie oczekiwań użytkownika, które zostały wskazane w tabeli w pierwszym obszarze będzie stanowiło podstawę do budowania jego zaufania i wiarygodności w kontekście korzystania z danego produktu/usługi. Wypełnienie natomiast wskazań filarów z drugiego obszaru będzie pozwalało na tworzenie interfejsu najbardziej wydajnego i dopasowanego do użytkownika.



02

Dobre praktyki User Experience

Najważniejsze aspekty

User Experience (UX) to doświadczenia użytkownika, które towarzyszą mu podczas korzystania z produktu lub usługi. UX może być zarówno pozytywne, jak i negatywne – warunkami pozytywnego doświadczenia są: przyjazność, użyteczność, dostępność i intuicyjność rozwiązania. Dobry UX to zatem interakcja pomiędzy człowiekiem a systemem, która jest:

- Produktywna
- Przyjemna
- Angażująca
- Satysfakcjonująca

Główne korzyści płynące z prawidłowo zaprojektowanego UX to przede wszystkim optymalizacja doświadczenia użytkownika oraz budowanie jego satysfakcji w interakcji z produktem lub usługą, unikanie niepotrzebnych czynników oraz zbędnych problemów, które mogą być generowane przez źle zaprojektowany proces, a także jego interfejs.

Dobre UX pozwala uniknąć niepotrzebnych problemów, których przyczyną jest często źle zaprojektowany proces lub interfejs użytkownika. Stworzenie dobrego UX nie jest wyłącznie zadaniem projektanta – wymaga wzajemnej współpracy zespołów: programistów, analityków, marketingu, obsługi klienta, a także – przede wszystkim – zaangażowania przedstawicieli biznesu.

Użytkownik ocenia prezentowane dla niego rozwiązanie krytycznym okiem – oczekuje wysokiej jakości, przyjaznego designu oraz możliwości spełnienia jego potrzeby w jak najbardziej komfortowy sposób. Jeśli dane rozwiązanie cechuje się brakiem kluczowej funkcjonalności lub elementem wpływającym na wytrącenie użytkownika z wykonywania danej czynności, będzie to skutkowało zniechęceniem użytkownika, a w skrajnych przypadkach porzuceniem procesu. Produkt powinien reagować szybko na polecenia użytkownika, zapewniać mu informację o przyjętych poleceniach i aktualnym statusie procesu. Interfejs powinien być równie funkcjonalny dla użytkownika z wcześniejszym doświadczeniem jak i dla osób korzystających z rozwiązania po raz pierwszy.

Dodatkowym atutem może stać się stosowanie elementów graficznych, które znane są użytkownikowi. Interfejs powinien być spójny wewnętrznie, co oznacza obsługę podobnych funkcjonalności w jednolity sposób, jak i zewnętrznie, co oznacza podobieństwo produktów, które spełniają tę samą rolę. Z punktu widzenia użytkownika bardzo ważnym elementem jest również architektura informacji, a także eksponowanie akcji (np. przycisków), które pozwalają na przejście do kolejnego etapu procesu.

Wymagania z perspektywy użytkownika

Dyrektywa PSD2 definiuje i sankcjonuje istnienie na rynku usług płatniczych, związanych z dostępem do informacji o rachunku (AIS) oraz inicjacją płatności (PIS). Choć nie są to usługi zupełnie nieznane wcześniej, to jednak specyficzny kontekst ich świadczenia (przy udziale dwóch niezależnych od siebie dostawców usług płatniczych) wpływa na sposób ich postrzegania przez klientów. Dodatkową trudność dostarcza zmiana polegająca na bardziej niż dotychczas (tj. przed datą wejścia w życie dyrektywy PSD2, 14.09.2019) rygorystycznym stosowaniu uwierzytelnienia klienta, obowiązkowym tzw. SCA. SCA, czyli silne uwierzytelnienie klienta zakłada użycie przynajmniej dwóch niezależnych czynników do potwierdzenia tożsamości użytkownika.

Podobnie jak w przypadku większości interfejsów, także w kontekście procesów realizacji usług AIS i PIS, zastosowanie znajdują podstawowe założenia dobrego projektowania (ujęte np. w heurystykach Nielsena):

- prosty i przejrzysty układ elementów,
- efektywne informowanie o statusie procesu oraz jego kolejnych krokach,
- zapobieganie błędom użytkownika,
- jeśli już jednak się pojawiły - skuteczne ich obsłużenie,
- zapewnienie odpowiednich wyjaśnień i tekstów pomocy,
- używanie prostego i zrozumiałego języka i unikanie niejednoznaczności.

Usługi PIS i AIS wymagają ponadto zwrócenia uwagi na pewne specyficzne kwestie:

- proces logowania klienta oraz autoryzacji transakcji powinien być tożsamy z procesem logowania, który klient zna ze swojej bankowości elektronicznej,
- klient powinien być uprzedzany o każdorazowym przekierowaniu pomiędzy dostawcami (TPP i ASPSP),
- zgody wymagane od klienta w kontekście obydwu usług, powinny być komunikowane w jednoznaczny sposób.

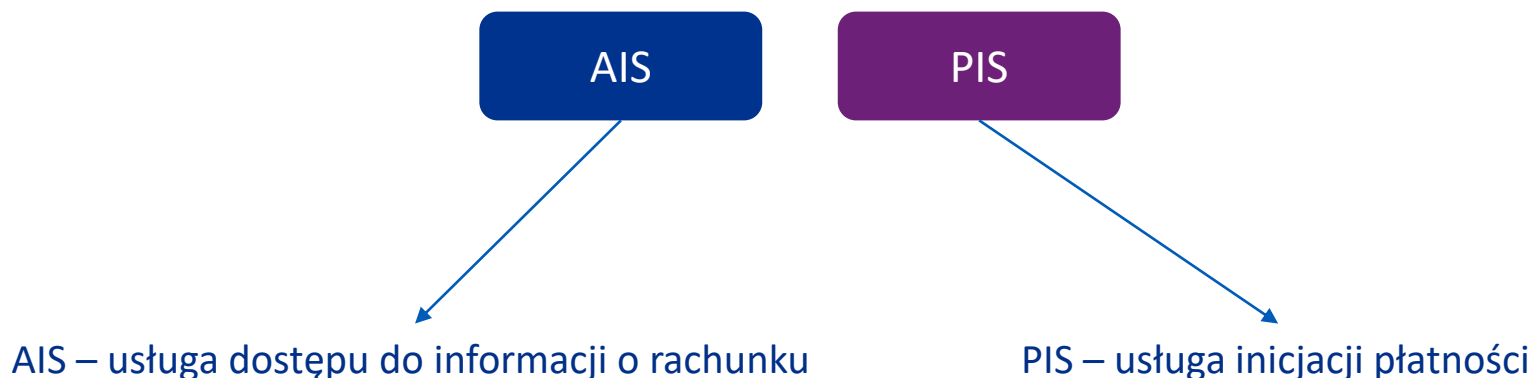
03

Podróże użytkownika w ramach nowych usług

UX podstawą do budowania satysfakcji użytkownika podczas całej podróży

W poniższej części przewodnika opracowane zostały szczegółowe wymagania dla wybranych procesów usług dostępu do informacji o rachunku oraz inicjacji płatności. Na diagramie procesu zostały wyróżnione kroki realizowane w interfejsie TPP oraz w interfejsie ASPSP. Poszczególne kroki zostały przypisane do jednego z Sześciu Filarów™ metodologii KPMG, aby wskazać obszar w największym stopniu powiązany z danym etapem procesu. W powiązaniu z filarami sformułowane są także ogólne rekomendacje Customer Experience, czyli odnoszące się do podróży klienta jako całości (wykraczające poza sam proces).

Wybrane procesy zostały podzielone pod względem ich rodzaju (oznaczenia znajdują się na każdej ze stron):



03a

Proces udzielenia zgody na dostęp do informacji o rachunku

Proces udzielenia zgody na dostęp do informacji o rachunku [1/2]

Wybór
dostawcy
usług
płatniczych
(ASPSP)

AISP musi przedstawić PSU: cel w jakim będą wykorzystywane dane oraz okres w jakim będzie obowiązywała zgoda na dostęp do danych. Wszystkie informacje powinny być przekazane prosto i intuicyjnie oraz budować oczekiwania użytkownika we właściwy sposób.

AISP musi przedstawić PSU opis wybranych zgód na odpowiednim poziomie szczegółowości. Nagłówek zgody powinien zawierać najważniejsze informacje, pozostała treść może być dostępna na żądanie użytkownika.

Filary CX



Oczekiwania



Wiarygodność

DALEJ

Klikając akceptuję Warunki usługi



Niezbędna zgoda

Zgadzam się na bezpieczny, jednorazowy dostęp do niezbędnych danych bankowych Więcej



Rekomendacja CX

AISP powinien poprosić PSU o wybór swojego ASPSP przed żądaniem zgody na dostęp do danych, tak aby żądanie zostało skonstruowane zgodnie z możliwościami ASPSP. Niezbędna jest pełna transparentność do jakich danych AISP będzie miał dostęp, tak aby PSU miał pełną świadomość odnośnie udzielonych zgód.



Wiarygodność

Proces udzielenia zgody na dostęp do informacji o rachunku [2/2]

Uwierzytelnienie
użytkownika

Wybór kont
i procedowanie

Potwierdzenie
dostępu do danych

Uwierzytelnienie PSU następuje w domenie ASPSP.

ASPSP nie może żądać potwierdzenia zgody, którą PSU już wyraził we wcześniejszym kroku dla AISP.

Na tym etapie procesu może nastąpić wybór rachunku, do którego PSU uzyska dostęp, wybór ten ma miejsce w domenie ASPSP. Jeżeli TPP nie chce korzystać z tej opcji, wówczas musi pozyskać od PSU numer rachunku i przekazać go ASPSP wraz z parametrami dostępu.

AISP powinien potwierdzić, iż udzielenie wybranych zgód dla określonych kont zostało przeprowadzane pomyślnie.

Filary CX

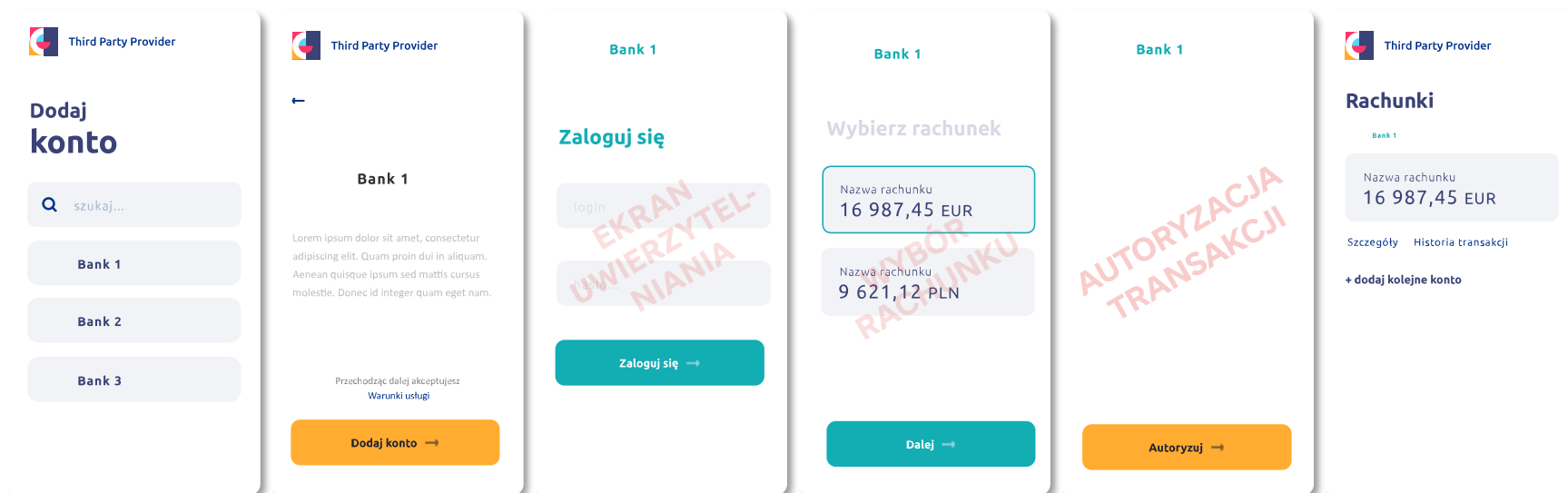


Czas i Wyśiłek



Wiarygodność

Przykładowy schemat przepływu ekranów dla usługi dostępu do informacji o rachunku



03b

Proces aktualizacji
udzielonych zgód na
dostęp do informacji o
rachunku

Proces aktualizacji udzielonych zgód na dostęp do informacji o rachunku [1/2]

Powiadomienie do użytkownika

AISP powinien powiadomić PSU odpowiednio wcześniej (np. przed upływem 90 dni od momentu wyrażenia pierwszej zgody) o konieczności wykonania uwierzytelnienia w celu aktualizacji udzielonych zgód na dostęp dla AISP.

Filary CX



Oczekiwania



AISP powinien wyjaśnić, że PSU jest proszony o uwierzytelnienie w celu przedłużenia nadanego dostępu AISP do danych konta i że żaden inny element zgody nie ulegnie zmianie.



Wiarygodność

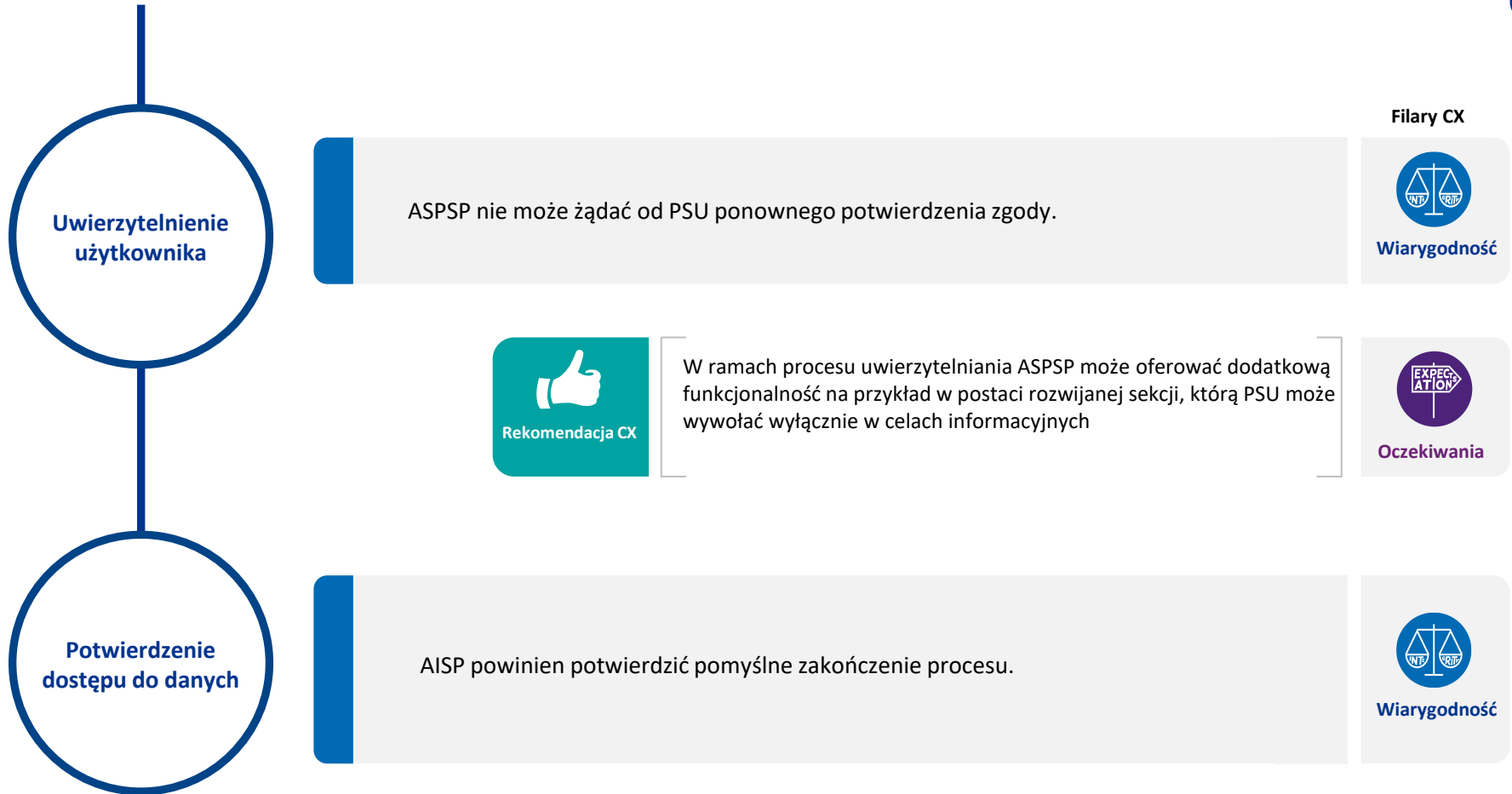
Odświeżenie dostępu do danych i potwierdzenie

AISP musi przedstawić ogólne podsumowanie żądanych danych i wyjaśnić, że same dane jak i cel, w jakim zostaną wykorzystane, są tożsame z pierwotnym wnioskiem.



Wiarygodność

Proces aktualizacji udzielonych zgód na dostęp do informacji o rachunku [2/2]



03c

Proces inicjowania płatności

Proces inicjowania płatności [1/3]

Filary CX

Wprowadzenie
danych
płatności
Wybór ASPSP

PISP umożliwia PSU wprowadzenie lub przekazanie danych, pozwalających na inicjację przelewu zwykłego, przelewu z datą przyszłą, przelewu cyklicznego lub przelewu międzynarodowego, w tym m.in.: kwotę płatności, walutę oraz dane odbiorcy płatności (nr rachunku odbiorcy).

Jeśli dane zostaną wprowadzone automatycznie, np. przez integratora płatności, PISP powinien wyświetlić je w widoku dla PSU.



Oczekiwania

PISP umożliwia PSU wybór ASPSP.

PISP umożliwia PSU dostęp do co najmniej jednej z poniższych opcji:

- Ręczne wprowadzenie danych rachunku płatniczego płatnika (PSU)
- Możliwość wyboru danych rachunku płatniczego płatnika (przy założeniu, że zostały one wcześniej zdefiniowane i zapisane)
- Możliwość wyboru rachunku płatniczego płatnika po stronie ASPSP



Czas i Wyсіtek

Podsumowanie
informacji o płatności i
potwierdzenie

PISP musi poprosić o zgodę PSU na zainicjowanie płatności w jasny i konkretny sposób. PISP musi udostępnić do widoku użytkownika następujące dane:

- Kwota płatności oraz waluta
- Nazwa odbiorcy oraz dane jego rachunku
- Identyfikacja rachunku płatniczego PSU i/lub wybranego ASPSP



Wiarygodność



Rekomendacja CX

PISP powinien jasno komunikować, że PSU zostanie przeniesiony do swojego ASPSP w celu dokonania uwierzytelnienia.

Ekran informujący o przekierowaniu z PISP do ASPSP.

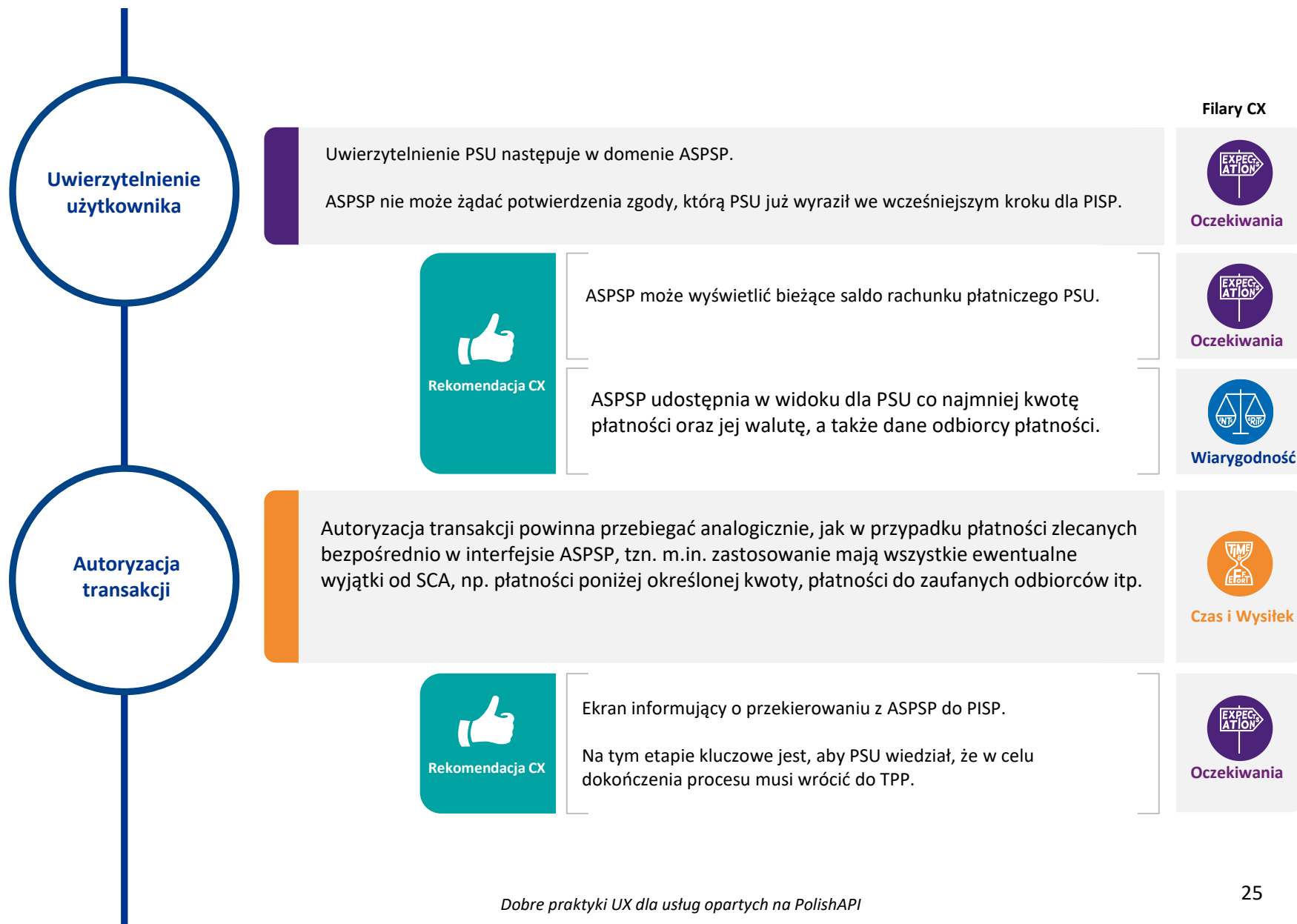


Wiarygodność



Oczekiwania

Proces inicjowania płatności [2/3]



Proces inicjowania płatności [3/3]

Potwierdzenie
płatności

PISP musi wyświetlić następujące informacje otrzymane od ASPSP:

- Status płatności (wraz z datą i godziną aktualizacji) – potwierdzenie pomyślnego przebiegu inicjacji płatności
- Oczekiwana data realizacji płatności



Rekomendacja CX

Dane rachunku płatniczego, udostępnione przez PSU, mogą zostać zapisane przez PISP dla przyszłych transakcji, jeżeli jest to część usługi inicjowania płatności wyraźnie zażądaną przez PSU.



Wiarygodność



Czas i Wyśiłek

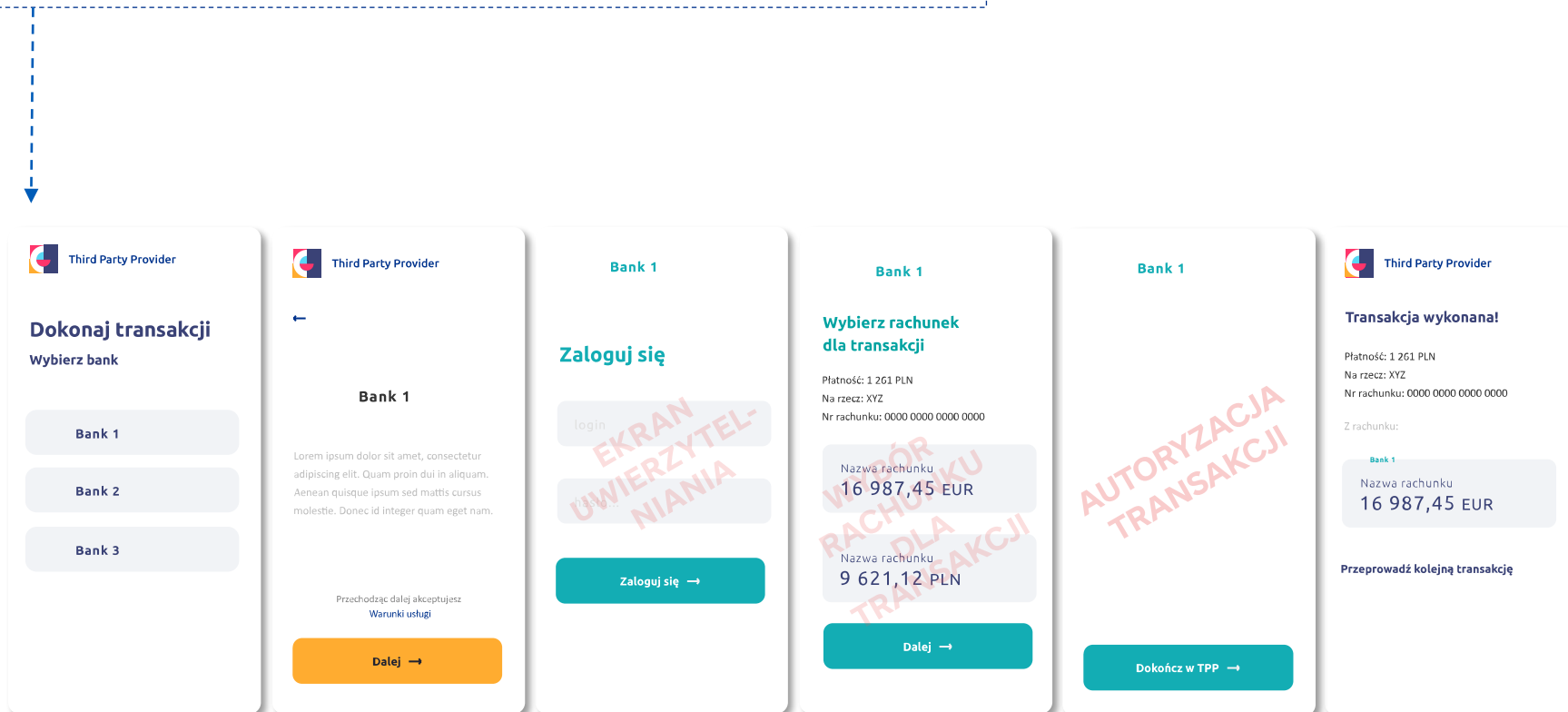


Oczekiwania

PISP powinien monitorować status płatności w ASPSP w celu informowania PSU o jej statusie.

Przykładowy schemat interfejsu dla usługi inicjowania transakcji płatności

Wprowadzenie lub przekazanie danych, pozwalających na inicjację przelewu zwykłego, przelewu z datą przyszłą, przelewu cyklicznego lub przelewu międzynarodowego



04

Wskazania i przeciwwskazania

Udzielanie zgody [1/2]

Wymóg wyrażenia zgody może w znacznym stopniu wpłynąć na spowolnienie użytkownika. Co więcej, w zależności od formy i treści zgody, użytkownik może mieć trudności z wykonaniem następnego kroku lub w skrajnych przypadkach porzucić płatność. Aby uniknąć tego ryzyka, należy zwrócić uwagę, czy na pewno użytkownik musi zaznaczać daną zgodę. Rekomendowaną czynnością jest sprawdzenie czy interpretacja przepisów prawa zezwala na przedstawienie zgody w formie widocznego oświadczenia, że kolejne kroki wiążą się z akceptacją pewnych warunków. Ich szczegóły mogą być widoczne na rozwijane liście, która rozwijana jest na żądanie użytkownika.

Zgoda może spowodować zawahanie ze strony użytkownika, a w skrajnych przypadkach doprowadzić do porzucenia procesu. Jeżeli prawo jednoznacznie wymagałoby zgody przez podjęcie dodatkowej akcji (np. zaznaczenie checkboxa), treść tej zgody powinna być: zrozumiała, adekwatna do kontekstu, zwięzła i rozwijana na życzenie.

☐ Wyrażam zgodę na [...] zgodnie z [...] Dz. U. Nr [...]

DALEJ

DALEJ

Klikając akceptuję Warunki usługi

☐ Niniejszym upoważniam bank do ujawnienia tajemnicy bankowej podmiotowi trzeciemu, realizującemu usługę zlecenia [...]

☐ **Niezbędna zgoda**
Zgadzam się na bezpieczny, jednorazowy dostęp do niezbędnych danych bankowych Więcej

- ✗ Zgoda w formie domyślnie pustego checkboxa wymusza dodatkową czynność, stając się przeszkodą w korzystaniu z usługi i powodując frustrację
- ✗ Pełna treść zgody jest często pomijana, traktowana jak „zło konieczne” – użytkownik nie postrzega jej jako przejrzystości warunków

- ✓ Zgoda w formie krótkiego oświadczenia nie obciąża użytkownika zbędnymi czynnościami
- ✓ Zgoda jako przypis w kontekście pożądanej akcji jednoznacznie podkreśla jej konsekwencje
- ✓ Wyświetlanie szczegółowych warunków na żądanie poprawia czytelność

- ✗ Zdanie wielokrotnie złożone, zawierające zwroty, które mogą przyczynić się do zniechęcenia lub zaniepokojenia użytkownika
- ✗ Pełna treść zgody, wymagająca wielokrotnego przeczytania oraz zajmująca znaczącą część ekranu

- ✓ Zrozumiała treść i kontekst
- ✓ Kompaktowa, nieinwazyjna forma z nagłówkiem podsumowującym treść – pełen, wymagany prawem tekst jest wyświetlany na żądanie użytkownika

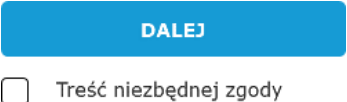
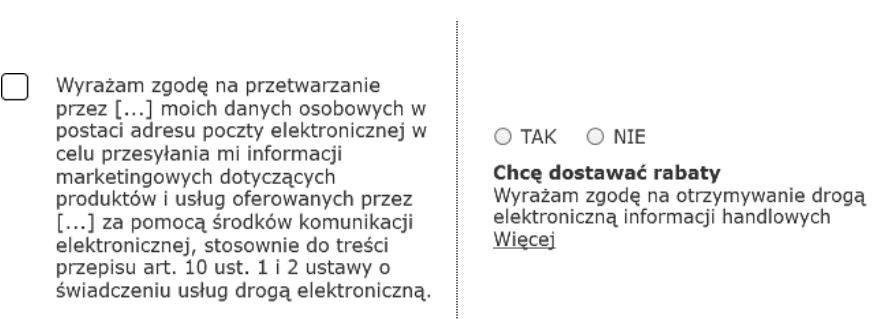
Udzielanie zgody [2/2]

Użytkownik może nie zauważyć wymogu zgody. Jeżeli checkbox zgody nie jest umieszczony przed przyciskiem akcji, która tej zgody wymaga, użytkownik może łatwo pominąć zgodę i nie rozumieć dlaczego nie może przejść dalej – zwłaszcza, kiedy przycisk powiązany ze zgodą jest cały czas aktywny i/lub jeśli komunikacja błędu jest słabo widoczna.

Uzyskanie zgody może odbyć się w bardziej skuteczny sposób. Zgoda, która wyświetlana jest w formie checkboxa ma postać zero-jedynkową, a domyślnym wyborem jest brak zgody.

Jeżeli wybór ma być świadomy, rekomendowane jest, aby zapytać o zgodę w formie pary przełączników radio button, które nie mają domyślnego stanu.

W przypadku nieobowiązkowej zgody, świadome odrzucenie potencjalnych korzyści wymaga od użytkownika wysiłku i wzbudza instynktowny opór (lęk przed stratą). Rozwiązanie to nie ma zastosowania w przypadku obowiązkowych zgód, gdyż brak zgody uniemożliwia skorzystanie z usługi.

		
✗ Checkbox zgody umieszczony pod przyciskiem akcji może pozostawać dla użytkownika niewidoczny (np. jeśli znajdzie się poniżej krawędzi ekranu) ✗ Takie rozwiązanie wymaga obsługi błędu (próby przejścia dalej bez zaznaczenia zgody), którego komunikacja jest często niedostrzegalna	✓ Prawidłowo umieszczony checkbox zgody poprzedza akcję, której zgoda dotyczy, dzięki czemu nie zostanie przypadkowo pominięty ✓ Przycisk jest w widoczny sposób nieaktywny, dopóki zgoda nie zostanie zaznaczona, co stanowi dodatkową wskazówkę dla użytkownika	✗ Pusty checkbox oznacza domyślny brak zgody ✗ Użytkownikowi bardzo łatwo zignorować wybór i uznać domyślną decyzję za słuszną ✓ Wymuszenie wyboru – nikt wstępnie nie podejmuje decyzji za użytkownika ✓ Użytkownicy niechętnie rezygnują z korzyści

Architektura informacji

W przypadku wyeksponowania akcji, która będzie prowadziła do niepowodzenia procesu użytkownik będzie niepewny co do kolejnego kroku, który powinien podjąć. W kontekście zakończenia procesu powodzeniem niezbędne jest właściwe opisanie przycisków prowadzących do kolejnych kroków. Użytkownik powinien otrzymać jasny komunikat, jaka akcja jest od niego wymagana, aby przejść do dalszego etapu w procesie i móc zakończyć żądanie powodzeniem.

W przypadku usługi inicjowania płatności do zakończenia procesu powodzeniem wymagany jest powrót do TPP - wylogowanie z portalu ASPSP będzie skutkowało zakończeniem inicjacji płatności niepowodzeniem. W tej sytuacji niezbędne jest właściwe opisanie przycisków akcji oraz eksponowanie pożądanych funkcjonalności.

WYLOGUJ	DOKOŃCZ W TPP	OK	DOKOŃCZ W TPP
Wróć do...			
✗ Eksponowanie przycisku „Wyloguj”, które użycie spowoduje zakończenie procesu niepowodzeniem ✗ Pożądana funkcjonalność „Wróć do...” skutkująca zakończeniem procesu powodzeniem eksponowana w mniejszym stopniu niż akcja niepożądana	✓ Eksponowanie pożądanej akcji z jasnym komunikatem o kolejnym kroku procesu	✗ Brak informacji dla użytkownika jaka konkretna funkcjonalność kryje się pod przyciskiem ✗ Ogólnikowy opis przycisku nie dający użytkownikowi informacji o kolejnym kroku w procesie	✓ Krótki i jasny komunikat na przycisku ✓ Bezpośrednia informacja dla użytkownika, jaka funkcjonalność kryje się po przyciskiem ✓ Użytkownik dostaje jasny komunikat, jaki jest kolejny krok procesu

Komunikaty dla użytkownika

W celu zapewnienia przejrzystego i zrozumiałego dla użytkownika procesu kierowane do niego komunikaty powinny być tworzone w możliwie najprostszej formie. Należy unikać finansowo-technicznego żargonu, który zrozumiały będzie dla wąskiej grupy odbiorców. Komunikaty nie powinny być również zbyt obszerne w swojej treści – użytkownik będzie zdezorientowany zbyt dużą ilością tekstu na ekranie oraz nie przeczyta potencjalnie ważnych informacji. Komunikat powinien syntetycznie przedstawiać najważniejsze informacje z punktu widzenia użytkownika oraz ewentualnie informować o kolejnym kroku w procesie.

*„Tożsamość potwierdzona, operacja została przekazana do ... w celu jej zlecenia.
Pamiętaj, żeby w momencie realizacji transakcji zapewnić odpowiednie środki na rachunku.
Jeżeli zainicjowana płatność zostanie zlecona, sprawdź czy operacja wymaga telefonicznego potwierdzenia.
Jeżeli dyspozycja znajduje się na liście operacji oczekujących ze statusem „Zlecenie wymagające potwierdzenia”, zostanie ona przejęta do realizacji po telefonicznym potwierdzeniu przez konsultanta. (...)
Nie zamykaj okna przeglądarki – po kilku sekundach sesja zakończy się automatycznie.”*

*„Teraz możesz dokończyć przelew.
Ponieważ transakcja została rozpoczęta przez ..., przekierujemy Cię z powrotem, aby ją dokończyć.
Nie będziemy wymagali dodatkowych potwierdzeń.”*

- ✗ Treść komunikatu zawiera wiele określeń z żargonu finansowo-technicznego, które są niezrozumiałe lub trudno zrozumiałe dla użytkownika
- ✗ Komunikat jest zbyt długi, co zniechęci użytkownika do przeczytania go w całości

- ✓ Komunikat zawiera proste sformułowania zrozumiałe dla szerokiej grupy użytkowników
- ✓ Krótka zwięzła treść mówiąca o najważniejszych aspektach

05

W jaki sposób
efektywnie
komunikować się
z użytkownikiem?

Efektywna komunikacja z użytkownikiem

Treści prezentowane na kolejnych etapach procesu powinny być w pełni zrozumiałe dla szerokiej grupy odbiorców. Poniżej wskazane zostały najważniejsze obszary jakie powinny zostać zaadresowany w kontekście budowania komunikacji pomiędzy użytkownikiem a dostawcą usługi, tak aby w najlepszym stopniu spełniać oczekiwania użytkownika.

Spójne komunikaty

Z punktu widzenia użytkownika bardzo ważnym elementem jest spójność prezentowanych treści zarówno pod względem treści jak i używanego języka. Jeśli jest to możliwe (nie wymagają tego np. regulacje prawne) istotne jest, aby w komunikatach kierowanych do użytkownika unikać specjalistycznego żargonu szczególnie z zakresu tematyki prawnej oraz technologicznej, który będzie niezrozumiały dla szerokiego grona odbiorców. Komunikacja powinna zawierać najważniejsze elementy oraz informacje dla użytkownika nie będąc jednocześnie zbytnio rozbudowana – powinna stanowić niejako esencję kluczowych informacji.

Komunikacja o uczestnikach procesu

Dla użytkownika usług AIS oraz PIS niezrozumiała może okazać się nomenklatura dotycząca nazewnictwa poszczególnych uczestników będących zaangażowanych w usługę. Nazewnictwo wynikające z dyrektywy PSD2: ASPSP, czy TPP mogą być dla niego zupełnie nieczytelne i nieintuicyjne. Niezrozumiały może być również zwrot „dostawca trzeci świadczący usługę”. Rekomendujemy, aby w komunikatach odnoszących się do poszczególnych uczestników procesu używać bezpośrednio ich nazw – umieszczenie w komunikacie nazwy banku czy dostawcy usług płatniczych będzie jasne i przejrzyste dla użytkownika, jednocześnie budujące wiarygodność całego procesu.

Komunikacja o kolejnych krokach procesu

Kolejnym elementem, który okazują się być kluczowym w procesie komunikacji z użytkownikiem jest jasne przedstawienie procesu oraz następujących po sobie kolejnych jego krokach. Bardzo ważnym jest, aby to użytkownik miał poczucie kontroli nad procesem, wiedział jakie działania są wymagane od niego na danym etapie, a także co nastąpi w dalszej kolejności. Bez spełnienia tego warunku użytkownik może czuć się zagubiony i niepewny, co w skrajnych przypadkach będzie prowadziło nawet do porzucenia procesu.

Efektywna komunikacja z użytkownikiem

Komunikacja o przekierowaniach

Elementem bezpośrednio połączonym z jasnym komunikowaniem użytkownikowi na jakim etapie procesu aktualnie się znajduje są również komunikaty o przekierowaniach z serwisu jednego podmiotu zaangażowanego w usługę do drugiego. Ważnym elementem tej komunikacji jest używanie bezpośrednio nazw banków oraz pozostałych dostawców usług, tak aby użytkownik otrzymywał jasną informację do czyjego serwisu zostanie następnie przekierowany. Komunikacja powinna mieć miejsce każdorazowo przy przejściu z serwisu jednego podmiotu do drugiego (również np. w przypadku powrotu do serwisu TPP po dokonaniu autoryzacji). Przykładowe komunikaty zostały zaprezentowane poniżej:

Za chwilę zostaniesz przekierowany do serwisu swojego banku – Banku ...	Za chwilę zostaniesz przekierowany z powrotem do ... (nazwa TPP)
Właśnie opuszczasz ... (nazwa TPP) i zostaniesz bezpiecznie przekierowywany do serwisu swojego banku.	Właśnie następuje wylogowanie z serwisu Twojego banku. Za chwilę zostaniesz przekierowany z powrotem do ... (nazwa TPP).

Komunikacja o uwierzytelnianiu

Z punktu widzenia budowania wiarygodności przeprowadzanego procesu ważnym elementem jest również poinformowanie użytkownika o konieczności uwierzytelnienia żądanej akcji. Komunikat powinien zawierać informację w jakim dokładnie celu następuje uwierzytelnienie, a także jaka czynność wymagana jest od użytkownika (jego aktywność powinna być tożsama z metodą uwierzytelniania jak zazwyczaj stosuje w swoim banku).

Komunikacja o zakończeniu procesu

Ostatni krok w komunikacji z użytkownikiem powinien dostarczyć mu w pełni zrozumiałej informacji o statusie żądanej usługi, a także o powodzeniu lub niepowodzeniu całego procesu. Komunikat musi zostać skonstruowany w jednoznaczny sposób, a jeśli od użytkownika wymagana jest dodatkowa czynności powinno to zostać wyraźniej zaznaczone zarówno w strukturze komunikatu, jak i architekturze całej strony (np. poprzez właściwe umieszczenie i wyeksponowanie przycisku).

Załączniki

01

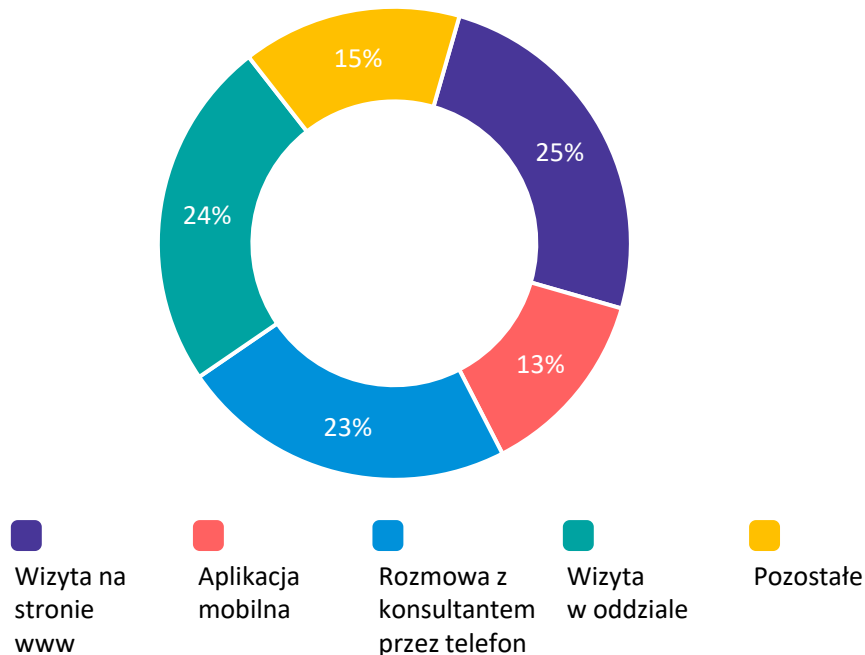
Wyniki badań KPMG

Preferowane kanały kontaktu – badanie KPMG

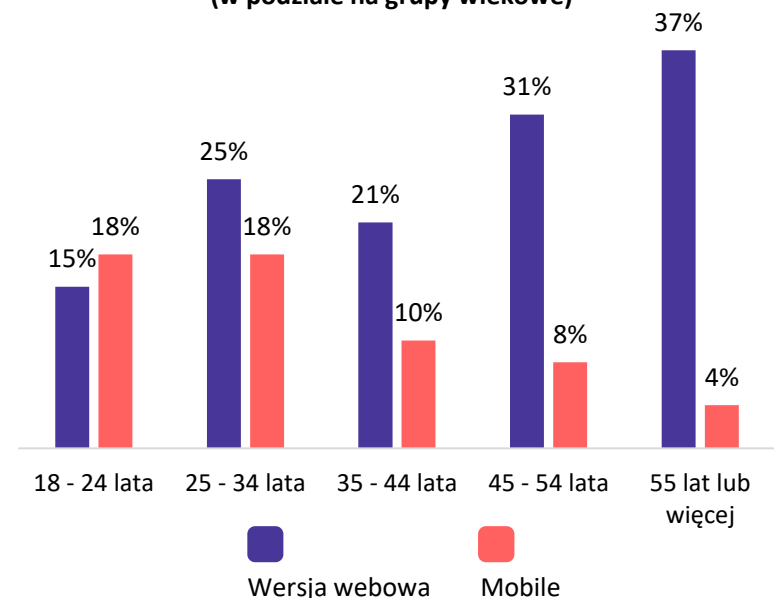
Podczas badania przeprowadzonego na zlecenie KPMG w Polsce zapytano klientów banków o ich preferowany kanał kontaktu ze swoim bankiem. Blisko 40% respondentów wskazało na kanały cyfrowe – szczegółowe wyniki przedstawiono na wykresie poniżej. Jednocześnie widzimy, iż blisko połowa klientów nadal ceni sobie bezpośredni kontakt z pracownikiem banku decydując się na wizytę w oddziale lub kontakt telefoniczny z konsultantem.

Przyglądając się bliżej wynikom odnośnie preferencji kanałów cyfrowych, w podziale na grupy wiekowe, można zaobserwować, że są one szczególnie chętnie wybierane przez przedstawicieli najmłodszych grup wiekowych. Osoby te w najbardziej sprawnym stopniu korzystają z rozwiązań mobilny czując się przy tym komfortowo i bezpiecznie. Przedstawiciele starszych grup wiekowych mniej chętnie korzystają z rozwiązań na mobile, który traci na rzecz produktów/usług w wersjach webowych.

Preferowany sposób kontaktu z bankiem



**Preferencje w wyborze kanałów cyfrowych
(w podziale na grupy wiekowe)**



Mobilny użytkownik

W obliczu rosnącej roli cyfryzacji, a także zmian w sposobie korzystania z produktów i usług wynikających z różnic pomiędzy grupami wiekowymi obserwujemy znaczący wzrost wykorzystania rozwiązań w kanałach cyfrowych, a w szczególności w kanale mobilnym.

Wyzwania, jakie stoją w kontekście zaprojektowania usług, z których użytkownik będzie korzystał na mobilnych urządzeniach to przede wszystkim:

- Mały rozmiar ekranu urządzenia
- Nie zawsze w zasięgu sieci telekomunikacyjnej
- Obsługa urządzenia przy użyciu jednej ręki
- Powolne lub zawodne działanie urządzenia mobilnego

W obliczu tych wymagań ważne jest, aby zaprojektowane ścieżki podróży użytkownika gwarantowały mu możliwe najwyższy komfort na poszczególnych etapach procesu, a także szybkość dotarcia do informacji. Kluczowym w tym kontekście jawi się odpowiednio zaprojektowana architektura informacji oraz możliwość dotarcia do najważniejszych funkcjonalności w możliwie najłatwiejszy oraz najbardziej intuicyjny sposób.

Należy również pamiętać, iż mobilne urządzenia mają pewne ograniczenia – ze względu na nieduże rozmiary ekranu należy stosować techniki, które zwiększają odkrywalność treści. Ważnym elementem jest także sposób, w jaki użytkownik trzyma w dłoni (lub w dłoniach, w zależności od preferencji) urządzenie mobilne – konieczne jest uwzględnienie obszarów, w których znajdują się funkcjonalności, a które jednocześnie powinny być łatwo dostępne z punktu widzenia nawigacji.

W kontekście rosnącej roli korzystania z produktów i usług na różnych rodzajach urządzeń, a co za tym idzie na monitorach/wyświetlaczach o zróżnicowanych rozmiarach, kluczowym aspektem staje się także stosowanie interfejsów w technice RWD (*Responsive web design*). Dzięki wykorzystaniu tej metody możliwe jest automatyczne dostosowanie strony www do rozmiaru okna przeglądarki, na której jest wyświetlana.

02

Checklista doświadczeń klienta

Checklista doświadczeń klienta

Lp.	Tematyka	Interesariusz	Do sprawdzenia	Uwagi
Uwagi ogólne				
1	Uwierzytelnienie	ASPSP	Czy proces autoryzacji w ramach otwartej bankowości jest równoznaczny z procesem, jakiego doświadcza PSU podczas uwierzytelniania bezpośrednio w wybranym kanale online (np. przeglądarce i aplikacji?)	✓ Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
2	Uwierzytelnienie	ASPSP	Czy w którymkolwiek momencie podróży klienta otwartej bankowości zwracasz się do PSU o zgodę na dostęp TPP do informacji o koncie lub zainicjowanie płatności?	✗ Odpowiedź powinna brzmieć "nie"
3	Uwierzytelnienie	ASPSP	Czy PSU może zidentyfikować Twoją firmę jako autentyczną i wiarygodną w trakcie procesu uwierzytelniania?	✓ Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
4	Uwierzytelnienie	ASPSP	Czy PSU może uwierzytelnić się przy użyciu wszystkich kanałów (np. Przeglądarki, aplikacji) oferowanych przez ASPSP do uwierzytelnienia, niezależnie od kanału, przez który TPP przeprowadza swoją usługę?	✓ Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
5	Zgoda	TPP	Czy zakres wyrażanej zgody jest prezentowany w sposób jasny, konkretny i bezpośredni?	✓ Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
6	Pulpit zgód	TPP	Czy PSU może przeglądać i odwoływać bieżącą zgodę na pulpicie nawigacyjnym?	✓ Odpowiedź powinna brzmieć "tak"

Checklista doświadczeń klienta

Lp.	Tematyka	Interesariusz	Do sprawdzenia	Uwagi
Uwagi dot. Account Information Services				
7	Pulpit nawigacyjny	ASPSP	Czy udostępniasz pulpit nawigacyjny dostępu, który umożliwia PSU przeglądanie i cofanie dostępu, który został wcześniej przyznany?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
8	Reklamacje	AISP / ASPSP	Czy zapewniasz PSU łatwy sposób zrozumienia procesu reklamacji i rozwiązywania sporów?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
9	Zgoda	AISP	Czy jasno określasz, kiedy wygasa zgoda na dostęp do informacji o koncie (w tym z określeniem czy jest to dostęp jednorazowy lub ciągły)?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
10	Funkcjonalność	ASPSP	Czy zapewniasz dostęp do wszystkich informacji o koncie udostępnianych PSU za pośrednictwem istniejących kanałów online, niezależnie od kanału, za pośrednictwem którego TPP dostarcza swoją usługę PSU?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
11	Uwierzytelnianie w celu odświeżenia dostępu	AISP	Czy powiadamiasz PSU, kiedy wymagane jest ponowne uwierzytelnienie w celu odświeżenia dostępu AISP do danych ASPSP?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
12	Uwierzytelnianie w celu odświeżenia dostępu	ASPSP	Gdy PSU uwierzytelnia się w celu odświeżenia dostępu AISP bez dokonywania jakichkolwiek zmian w pierwotnym wniosku o zgodę, czy jego podróż obejmuje kroki/ekrany inne niż te wymagane do uwierzytelnienia PSU (np. ponowny wybór konta/rachunków dla których dostęp został pierwotnie przyznany)?	 Odpowiedź powinna brzmieć "nie"
13	Finalizacja	AISP	Czy zapewniasz potwierdzenie pomyślnego żądania dostępu do danych o koncie/rachunku po każdym uwierzytelnieniu PSU?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"

Checklista doświadczeń klienta

Lp.	Tematyka	Interesariusz	Do sprawdzenia	Uwagi
Uwagi dot. Payment Initiation Services				
14	Funkcjonalność	ASPSP	W przypadku płatności, które nie wymagają wyświetlania informacji uzupełniających, czy podróż PSU wiąże się z dalszymi krokami lub ekranami po uwierzytelnieniu?	 Odpowiedź powinna brzmieć "nie"
15	Funkcjonalność	ASPSP	Czy podajesz informacje uzupełniające tam, gdzie są one potrzebne, w równoważny sposób, do bezpośrednich interakcji z PSU?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
16	Funkcjonalność	ASPSP	W przypadkach, gdy instrukcja płatności jest niekompletna, ponieważ PSU nie przekazał PISP szczegółów rachunku, czy pozwalasz PSU wybrać konto, z którego chce dokonać płatności?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
17	Funkcjonalność	PISP	Czy oferujesz PSU co najmniej jedną z dostępnych opcji wyboru rachunku płatniczego podczas inicjowania płatności?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
18	Status płatności	ASPSP	Czy przekazujesz lub udostępniasz wszystkie informacje dotyczące zainicjowania i wykonania płatności do PISP natychmiast po otrzymaniu zlecenia płatniczego?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
19	Status płatności	PISP	Czy wyświetlasz do widoku PSU wszystkie wymagane informacje natychmiast po zainicjowaniu zlecenia płatniczego?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
20	Status płatności	PISP	Czy po otrzymaniu informacji o statusie płatności kontynuujesz procedurę ASPSP, aby uzyskać najnowszy status płatności i odpowiednio poinformować PSU?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
21	Wyświetlanie szczegółów płatności	ASPSP	Czy powiadamiasz PSU o kwocie / walucie / odbiorcy płatności w ramach podróży uwierzytelniającej?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
22a	Potwierdzenie środków	ASPSP	Czy przekazujesz natychmiastowe potwierdzenie, czy środki są dostępne na żądanie PISP, w formacie „tak czy nie”?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"
22b	Potwierdzenie środków	ASPSP	Jeśli nie możesz przeprowadzić kontroli środków, czy przekazujesz PISP niezbędne dane, aby umożliwić im dokonanie własnej oceny dostępności środków?	 Odpowiedź powinna brzmieć "tak"



KPMG w Polsce



© 2019 KPMG Advisory Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. jest polską spółką komandytową i członkiem sieci KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Cooperative ("KPMG International"), podmiotem prawa szwajcarskiego. Wszelkie prawa zastrzeżone.