

THE PRIVATE BANKER

voorjaar 2023

‘Wanneer bedrijven daadwerkelijk de switch maken, dan kan het écht een gamechanger worden’

Thierry Jourquin

Na een demo over klantencontact in de metaverse op onze conferentie op 25 november 2022 verdiept de medeoprichter van XRintelligence zich in het enorme potentieel dat de metaverse met zich meebrengt. We staan op het kruispunt tussen technologie en media.



Kostprijs los nummer niet-leden: 10,00 €

Metaverse: 'Experimenteer eerst met de collega's'

© Frank Toussaint

De metaverse, een online netwerk van 3D-werelden, vindt steeds meer ingang, ook in de bankensector. Volgens Thierry Jourquin, medeoprichter van XRintelligence en lid van Metaverse Standards Forum, kan de metaverse samenwerkingen verbeteren en klanten nieuwe producten bieden. 'Ik adviseer om eerst te experimenteren met collega's vooraleer u zich naar klanten richt,' zegt hij.

Wat is de metaverse?

Thierry Jourquin: 'De metaverse is een virtuele ruimte, een soort uitbreiding van het internet. In die alternatieve realiteit kunnen we werken, elkaar ontmoeten en genieten van vrije tijd. In tegenstelling tot het 2D-netwerk van het internet is de metaverse een online netwerk van 3D-werelden met avatars.

De metaverse is grosso modo het gevolg van drie evoluties. Een eerste is die van de virtual reality, waarbij je in een volledig digitale omgeving ondergedompeld wordt. Ten tweede is er de impact van de gamingindustrie. Spelplatforms zoals Roblox of Fortnite lokken met een metaverse-achtige functionaliteit miljoenen bezoekers. Alleen al in de maand april bijvoorbeeld had Roblox 52,2 miljoen gebruikers. Een derde evolutie is de wereld van de blockchain, die een soort digitaal economiemodel faciliteert.'

Verschillende industrieën zetten al hun eerste stappen in de metaverse. Geldt dat ook voor de banksector?

Thierry Jourquin: 'Uit onderzoek blijkt dat klanten tegen 2030 augmented reality (AR) of virtual reality (VR) zullen gebruiken als alternatief kanaal voor transacties. Het is daarom geen verrassing dat de banksector op dit gebied al met de metaverse geëxperimenteerd heeft. Een van de voorlopers is JP Morgan. De bank kondigde de opening van een lounge in Decentraland aan. Daar krijgen bezoekers informatie over blockchain en andere technologische initiatieven waaraan de bank deelneemt. Een ander voorbeeld is HSBC die een stuk grond kocht in de metaverse The Sandbox om daar online sportfans en liefhebbers van e-sports aan te spreken. Dat zijn natuurlijk communicatiestunts van marketeers die nadenken over hoe, waar en waarvoor ze zich in die metaverse moeten bewegen.'



Wie is Thierry Jourquin?

Thierry Jourquin werkte in verschillende mediabedrijven, zoals IP, de Persgroep en Roularta. Hij startte bij Kinepolis in 2010 met de komst van de Avatar-film en de beleving door 3D. Thierry Jourquin is gepassioneerd door het kruispunt tussen technologie en media. Hij is medeoprichter van XRintelligence, lid van Metaverse Standards Forum en board member van Stereopsia, een internationaal forum gewijd aan immersieve technologieën en inhoud. Tijdens onze conferentie op 25 november 2022 was hij een van de sprekers en bracht hij een interessante demo van hoe een klantencontact in de Metaverse kan verlopen.

'Metaverse biedt heel wat mogelijkheden, zowel voor de medewerkers als voor de klanten'

Thierry Jourquin,
medeoprichter van XRintelligence en lid van Metaverse Standards Forum

Wanneer bedrijven daadwerkelijk de switch maken, dan kan het écht een game-changer worden. Een bank in Zuid-Korea bijvoorbeeld maakt in haar virtuele bank een-op-een gesprekken mogelijk tussen avatars van klanten en medewerkers, terwijl klanten toegang krijgen tot gepersonaliseerde financiële informatie. De Bank of America zet VR-training in voor haar medewerkers en simuleert echte klanten-servicescenario's voor filiaalmedewerkers.'

Welke mogelijkheden biedt metaverse voor private banking?

Thierry Jourquin: 'Er zijn heel wat mogelijkheden, zowel voor de medewerkers als voor de klanten. Dankzij de 3D-ruimte is het bijvoorbeeld perfect mogelijk om op afstand te werken. Teams die ver van elkaar verwijderd zijn, krijgen toch het gevoel dat ze naast elkaar werken. De sociale afstand verkleint wat zorgt voor een betere teamfeer, meer aandacht voor relevante inhoud en een grotere creativiteit.'

Ook in een leerproces biedt de metaverse talloze mogelijkheden. Het simuleren van echte levensomstandigheden en situaties maakt leren boeiender. Er ontstaan meer manieren om nieuwe collega's in te werken en personeel op te leiden. Daarnaast kan de metaverse dienen om een volgende generatie medewerkers aan te trekken.'

En voor de klant zelf?

Thierry Jourquin: 'Door te bankieren in de metaverse kunnen klanten hun saldi controleren, rekeningen betalen, overschrijvingen doen en transacties verrichten via kanalen in extended reality (XR). Banken met een virtueel filiaal verlenen service aan klanten die op zoek zijn naar hypotheek of andere geavanceerde producten. In de metaverse is het ook perfect mogelijk om evenementen voor de community te organiseren en zo nieuwe investeringsproducten aan potentiële klanten te tonen.'

Iets verder in de toekomst kunnen private bankers ook digitale activa van nieuwe en

bestaande producten ontwikkelen. Onlangs maakten we met XRintelligence een digital twin van een kantoor van Ethias. Zo'n digitale tweeling kan leiden tot een gevoel van verbondenheid tussen de fysieke en de virtuele bank en zorgen voor nieuwe inkomstenbronnen van banken. Vergeet niet dat klanten met digitale assets soms geen tijd hebben om langs te komen op kantoor of naar beurzen te gaan. Zij zijn vaak vragende partij om over dit soort investeringen te spreken en gaan dan naar de eerste bank die dit soort oplossingen kan aanbieden.'

Met welke invalshoek kunnen private bankers het best beginnen?

Thierry Jourquin: 'Ik stel altijd voor om eerst een intern traject op te zetten tussen collega's en pas daarna naar klanten te stappen. Een eerste stap kan zijn om de samenwerking op afstand te testen. Heeft de bank bijvoorbeeld een kantoor in Brussel en in Antwerpen? Dan kunnen medewerkers op de twee locaties met headsets experimenteren om te vergaderen in de metaverse. Ik heb dat met een collega getest gedurende de twee coronagolven. Het neemt wel wat tijd in beslag, maar het is het ideale moment om mensen voor te lichten over deze technologie. Ontwikkel daarom snelle prototypes zodat leidinggevenden het potentieel van de metaverse beter begrijpen. Toon hen hoe de metaverse mensen, ruimtes en zaken samenbrengt in zowel de virtuele als de echte wereld, en hoe het een gevoel van samenhang kan oproepen en samenwerking kan bevorderen. Geef de opportuniteit intern om alles te ontdekken. Begin ook een aantal use cases te bouwen en kijk naar wat lukt. De technologie is veelbelovend, maar er is natuurlijk ook de dagelijkse manier van werken. Doe het daarom stap voor stap. Door mensen binnen de organisatie ambassadeur te maken, zal u erin slagen om het concept aan te passen aan het DNA van de organisatie. Op dat moment is het ook klaar om aan klanten voor te stellen.'

'Door mensen binnen de bank ambassadeur te maken, zal u erin slagen om het concept van metaverse aan te passen aan het DNA van de organisatie'

Thierry Jourquin



**Soms lees ik een artikel
maar voor de helft.**

En daar zijn we bij De Tijd trots op.

We nemen het u niet kwalijk dat u ons soms al na één zin, twee paragrafen of tien minuten opzijlegt. Het betekent dat u iets hebt gezien dat u aan het denken zet, dat u inspireert en zuurstof geeft, u op een idee brengt. En met dat idee wilt u natuurlijk meteen aan de slag. Dat begrijpen we volledig. Meer nog, we zien het als een compliment. Blijf ons dus niet alleen lezen, maar ook wegleggen.

Neem
voorsprong.

**DE
TIJD**