

## اعرف عميلك

**المعرفة في وارتن:** فإذا سوف يتغير حسب البلد و المنطقة- ما يريده العملاء في الواقع. و لكن يبدو أن الشيء المهم هو تجزيء عملائك لتفهم ما هي حقا حاجياتهم ، و من ثم تحاول تقديم مزيج من لمسة شخصية أو لمسة تكنولوجية من أجل إعطائهم ما يطلبون. فهل هذا صحيح؟

**بيلورج:** هذا بالضبط هو الجزء المتعلق بالتجزئة و بالصعوبة المتمثلة في أننا كنا، في التجزيء القديم، قلقين أساسا بشأن السن و الوضع العائلي و الإيرادات. و لكن اليوم، يجب أن يتضمن التجزيء السلوكيات. و يمكن أن يكون السلوك مختلفا حسب نوع المنتجات. لهذا السبب يمكن أن تساعد التكنولوجيا على إدارة هذا التعقيد.

لديك مثال آخر عن الدول الناشئة كما سبق و ذكرت يا أستاذ. لدينا أيضا موضوع الدفع عبر الهاتف المحمول. هذا ابتكار بالتكنولوجيا و هو مناسب جدا، مرة أخرى، للدول (الناشئة) التي لديها (أقل من بنية قطاع مصرفي مادي). و هو بالمناسبة شيء جيد أيضا بالنسبة للدول (المتقدمة)، و ستغير هذه الابتكارات بالفعل الطريقة التي تتعامل بها مع نقودك.

**ألن:** لمتابعة هذه النقطة حول تقديم المشورة و الصلة الشخصية، أظن أن أحد الأشياء التي قامت بها الأزمة هو تغيير (طريقة) تفكير الناس بالمال. و لذلك فإن جملة "اعتاد أن يكون هناك " كانت و جهة نظر موحدة بصورة مقبولة، تضع الكثير في الأسهم و الكثير في السندات و كل شيء بخير. و كانت نوعا بسيطا نسبيا من المشورة. و أعتقد أن هناك الآن فئتين من الناس تقريبا، فهناك أناس يخشون رجوع الأزمة و ماذا يجب أن يفعلوه لحماية أنفسهم من هذا النوع من الأحداث. و هناك أناس آخرين أكثر شبها بالعالم القديم و هم يريدون فقط الحصول على الأسهم و السندات. و أظن أن الكثير من هذه المناقشة بين الناس التي أظهرها الاستطلاع هي أن الناس قلقون و هم يريدون إجراء مناقشة و أن يكون لديهم فهم صحيح حول المخاطر. و أن هذه قضية كبيرة في ما يظهره الاستطلاع.