**Mileniálové zásadně mění svět peněz a nakupování**

**Praha, 29. října 2018** – Do produktivního věku pomalu vstupuje generace mileniálů, která má technologie jako součást své DNA. Je tedy jisté, že změny, které se nyní rodí, se plně rozvinou. Největší a nejvíce patrné novinky čekají svět peněz a nakupování. Společným jmenovatelem je digitalizace a technologie na bázi blockchain.

**Mileniálové do banky chodit nebudou**

Již za několik let bude generace mileniálů zásadně ovlivňovat dění ve společnosti a byznysu. Určitě nebudou pravidelně chodit na pobočky banky, vyplňovat sady papírových formulářů a přepočítávat kurzovní rozdíly. To vše totiž udělají lépe technologie, které budou zabezpečené a nespletou se.

„Již dnes je jasné, že člověk si otevře bankovní účet přes mobil raději u zahraničního fintechu, karta mu přijde poštou do tří dnů a související služby jsou jen otázkou času. A při placení se nebude zdržovat ani hledáním platební karty, když může zaplatit mobilem, který má stále po ruce. Platební aplikace navíc bude schopna zaplatit automaticky v měně a způsobem, které jsou v danou chvíli nejvýhodnější,“ prozrazuje Richard Watzke ze společnosti XIXOIO.

Banky tak musejí hledat své nové role a přizpůsobit se trendu. Směrem je každopádně digitalizace, technologie na bázi blockchain, nástup zákaznicky orientovaných finančních služeb zohledňujících potřeby jednotlivých zákazníků.

**Nejen banky, ale i nakupování**

Digitální technologie a umělá inteligence přinášejí svěží vítr a trendy, které před pár lety zněly jako scifi, také do maloobchodu. A progresivní firmy je již dnes uvádějí do praxe, jako například Accenture a Coop Italia, které společně vytvořili v Miláně Supermarket budoucnosti. Zde jsou technologie maximálně zapojeny do zpříjemnění nákupu a posílení zákaznického zážitku.

„Zákazník se nechce u nakupování nudit. Trendy nejsou spojeny jen s online nákupy, ale technologie dělají zázraky i v kamenných prodejnách. Přinášejí nástroje, které dávají zákazníkům to, co ocení – příjemný nákup a úsporu času,“ říká Lukáš Vršecký z digitální platformy Rondo.cz.

V českém prostředí například Rohlík.cz, Zoot.cz nebo Dáme Jídlo šetří čas při nakupování v segmentech, ve kterých by to ještě nedávno čekal málokdo. Blockchain bude stále více stát také za efektivnější dopravou zboží k zákazníkovi. Díky detailnímu přehledu o stavu zásilky a její poloze, může obchodník lépe a pro zákazníka příjemněji komunikovat dodání požadovaného nákupu.

**Promění se i financování firem a investice**

V digitálním prostředí se mění i financování firem. Digitalizace zde nyní dosahuje na vrchol. „Světu se představuje fenomén tokenizace, která přináší investování na bázi blockchain. V roce 2020 již bude několik tokenizačních nástrojů. Za pár let bude firma bez tokenu stejně zajímavá, jako automobil dojíždějící na rezervu. Ještě chvilku pojede, ale pokud digitální trend podcení, zůstane stát někde u cesty,“ uzavírá Richard Watzke, XIXOIO.