

## Internet koncepcją dostarczania wartości dla klienta

– z **Mariuszem Grendowiczem**, wiceprezesem Zarządu Banku BPH SA Zarządzającym Pionem Bankowości Korporacyjnej i Finansowania Nieruchomości rozmawia Małgorzata Ślipek.

**Małgorzata Ślipek:** *Banki chętnie korzystają z najnowszych osiągnięć elektroniki i telekomunikacji. Czy to efekt fantazji specjalistów od marketingu sprawia, że instytucje finansowe na swoje platformy internetowe przeznaczają miliony dolarów, czy też rzeczywistość dwudziestego pierwszego wieku determinuje takie zachowanie?*

**Mariusz Grendowicz:** Jeszcze kilka lat temu wykorzystanie nowych technologii w bankowości w tak szerokim zakresie jak obecnie wydawało się nierealne, w każdym razie bardzo odległe w czasie. Tymczasem dzisiaj jest to już faktem. Jedną z najbardziej znaczących konsekwencji wykorzystania Internetu jako głównego kanału dystrybucji produktów finansowych, jest wyrównanie szans między wielkimi i małymi graczami rynkowymi. Odnosi się to zresztą nie tylko do rynku usług bankowych. Nieduże instytucje finansowe, mimo braku rozbudowanej sieci oddziałów, mogą teraz z powodzeniem konkurować z wielkimi koncernami. Rozwój i upowszechnianie się nowych technologii doprowadziły również do powstania banków działających tylko w Internecie, czy też rozbudowanych platform internetowych oferujących całe spektrum usług dostępnych do tej pory wyłącznie w oddziałach banków.

Nowe technologie w usługach bankowych pozwalają na „skrócenie” odległości między miejscowościami, co jest szczególnie ważne dla przedsiębiorstw prowadzących interesy w skali krajowej czy globalnej. Upowszechnienie Internetu praktycznie zredukowało te odległości do zera. Tym samym „znikła” też odległość pomiędzy bankiem a klientem, który obecnie może kierować swoimi finansami czy finansami firmy przez 24 godziny na dobę nie wychodząc z domu, czy z siedziby swojej firmy. Oczywiście, bank uruchamiający serwis internetowy zyskuje też istotny atut marketingowy, pozwalający mu korzystać z wizerunku nowoczesnej, dynamicznej i innowacyjnej instytucji finansowej.



**M.Ś.:** *Wdrażanie nowych technologii oznacza dla banków również redukcję kosztów. . .*

**M.G.:** Oczywiście, przełamanie bariery czasu i odległości ma wiele znaczących konsekwencji ekonomicznych. Jedną z nich, bardzo ważną z mojego punktu widzenia, jest fakt, iż Internet praktycznie likwiduje ograniczenia występujące w dystrybucji usług finansowych. Tradycyjny kontakt osobisty doradcy, oczywiście, zawsze będzie efektywnym środkiem dotarcia do klienta, szczególnie w odniesieniu do produktów o stosunkowo wyższej wartości dodanej, jednak koszty, jakie się z tym wiążą, nie pozwalały oferować tak atrakcyjnych cenowo usług bankowych jak dziś, gdy Internet na stałe zagościł w ofercie banków. Ponadto „globalna sieć” pozwala prowadzić sprzedaż osobistą i doradztwo także wtedy, gdy specjalistę produktowego i klienta dzieli setki kilometrów. W ten sposób otwierają się nowe rynki, zaś produkty, których sprzedaż byłaby zbyt droga, zyskują rację bytu. Za systemami bankowości internetowej przemawia jeszcze to, że koszty zmienne banku będące funkcją liczby klientów i dokonywanych przez nich transakcji, są niższe niż w tradycyjnym banku, nie mającym w swojej ofercie takich systemów. Ponadto, właśnie dzięki relatywnie niższym kosztom i skupieniu się na sukcesywnym poszerzaniu możliwości systemów, instytucje finansowe mogą proponować klientom produkty na znacznie korzystniejszych warunkach. Tak więc, wynikiem zachodzących zmian są korzyści zarówno dla klienta, jak i dla banku.

**M.Ś.:** *Bank BPH jako pierwszy na rynku wprowadził w 2004 roku do swojej oferty system bankowości internetowej dla korporacji BusinessNet – za przykładem Państwa instytucji poszły w ślad inne banki. Jak przedsiębiorcy odbierają tego typu systemy czy chętnie przechodzą z systemów off-line na on-line?*

**M.G.:** Zawsze staraliśmy się, aby nasza oferta odpowiadała na indywidualne potrzeby i oczekiwania klientów. Wdrożenie systemu bankowości internetowej dla korporacji było więc tylko kwestią czasu. Nasi specjaliści na długo

przed rozpoczęciem prac nad systemem badali rynek i szczegółowo analizowali procesy i transakcje, jakie klienci wykonują na co dzień. Naturalnym stało się więc zaoferowanie im systemu, który umożliwi zarządzanie finansami firmy z dowolnego miejsca na świecie. Fakty, które wcześniej przytoczyłem, są znakiem obecnego czasu globalnej konkurencji. Przypomnę, że dzisiaj nie ma znaczenia gdzie firma ma siedzibę. To, co jest rzeczywiście ważne, to wysoka jakość zarządzania oraz dostępność usług i produktów bankowych, które umożliwią prowadzenie finansów i zarządzanie nimi w czasie rzeczywistym. Systemy bankowości elektronicznej oferowane dotąd przez banki opierały się na rozwiązaniach *off-line*. Wprowadzając na polski rynek system BusinessNet, wdrożyliśmy jednocześnie pierwszy tego typu system bankowości internetowej łączący funkcjonalność systemów bankowości elektronicznej z nieograniczonymi możliwościami, jakie dają nowe technologie i rozwiązania *on-line*.

Systemy bankowości internetowej bardzo szybko wpisały się w spektrum współczesnych usług bankowych, obok kart płatniczych, sieci bankomatów i obsługi przez telefon. Nowe technologie, a w szczególności możliwości wypływające z wykorzystania Internetu, stanowiły dla nas merytoryczne zaplecze w trakcie prac nad systemem BusinessNet. W rezultacie, udało nam się stworzyć produkt oparty na doświadczeniu, wiedzy, nowych technologiach, jednocześnie uwzględniający oczekiwania klientów i rynku, który, jak już wcześniej wspominałem, dokładnie analizowaliśmy. Bankowość internetowa, będąca dotychczas domeną rynku klienta detalicznego, zaczęła służyć także przedsiębiorstwom wykonującym setki przelewów dziennie, mającym często złożoną strukturę organizacyjną i geograficzną, korzystającym z produktów *cash management*, a jednocześnie oczekującym aktualnych informacji z rynku i skutecznej komunikacji ze swoim opiekunem bankowym.

Interaktywna cecha Internetu, wykorzystana w systemie BusinessNet, pozwala na efektywniejsze komunikowanie się z klientami korporacyjnymi, co sprzyja indywidualizacji usług i dostosowaniu ich do konkretnych potrzeb. Klient może kontrolować rachunek i dokonywać czynności z bankiem z dowolnego miejsca i o dowolnej porze, przez co oszczędza czas i ma dodatkowo możliwość szybkiej realizacji transakcji a także wykonania wielu dodatkowych operacji. Wysoką jakość i wyjątkowość naszego produktu potwierdza duże zainteresowanie klientów oraz ich uznanie. To jest dla nas najważniejsze.

**M.Ś.:** *W jakim kierunku rozwijać się będzie korporacyjna bankowość internetowa? Jakie nowe, przyszłościowe usługi zostaną zaoferowane klientom w najbliższych miesiącach?*

**M.G.:** Sądzę, że Internet należy traktować bardziej jako koncepcję, czy też filozofię komunikacji i dostarczania wartości dla klienta, a nie tylko jako rozwiązanie technologiczne. Dopiero takie podejście do tematu nowych technologii w bankowości pozwoli wykorzystać ich możliwości i przekonać konsumentów do ich adaptacji. Na Zachodzie coraz większą popularność zdobywają internetowe serwisy agregujące konta bankowe z kilkudziesięciu różnych banków. Uważam, że w dalszej perspektywie będzie to jeden z głównych kierunków rozwoju elektronicznej bankowości, nie tylko korporacyjnej, ale również detalicznej. Przyszłość bankowości internetowej będzie niewątpliwie zmierzać także w kierunku szybkiej i kompleksowej obsługi. W najbliższej przyszłości, co mogę powiedzieć na przykładzie platformy internetowej Banku BPH, jednym z kierunków rozwoju będzie właśnie poszerzenie zakresu dostępnych usług w ramach jednego systemu. Taka koncepcja działania banków dominuje np. w Finlandii, która jest jednym z pionierów i liderów bankowości elektronicznej. Tam za pośrednictwem systemów bankowości internetowej klienci od dawna mogą realizować transakcje, zlecenia giełdowe, kupować polisy ubezpieczeniowe itp. Można przypuszczać, iż przyszłość będzie należała właśnie do banków, które będą oferowały nie tylko samą bankowość internetową, ale cały system wartości z nią związany. Dotyczy to zastosowania odpowiednich modułów płatności internetowej, propagowania wykorzystania Internetu m.in. jako środka płatności i rozliczeń transakcji międzynarodowych. Jako przykład podam system TradeNet dostępny na platformie internetowej BusinessNet, który umożliwia przedsiębiorcom prowadzącym transakcje handlowe na całym świecie szybkie i bezpieczne ich rozliczanie. Dla klienta Banku BPH wprowadzenie tego nowatorskiego produktu oznacza niedostępną do tej pory możliwość złożenia *on-line* zlecenia np. otwarcia akredytywy, określenia jej warunków, dokonania zmian w transakcjach już realizowanych w banku. W ostatnim czasie wdrożyliśmy na platformie BusinessNet moduł informacyjny, za pośrednictwem którego użytkownicy systemu mogą m.in. otrzymywać codzienne najświeższe informacje z międzynarodowych rynków giełdowych, śledzić zmiany cen surowców na przełomie kilku lat. Wszystkie te informacje są dostarczane zgodnie z preferencjami określonymi przez użytkownika systemu. Reasumując, nowe technologie dają niekwestionowane korzyści w postaci oszczędności czasu i nakładów, należy je więc wykorzystać wszędzie tam, gdzie tylko są do tego możliwości.