

Nie możesz wygrać z fintechami? Sam stań się fintechem

Finanse i bankowość | Artykuły / Maciej Samcik - "Subiektywnie o finansach"

Czy banki zostaną zniszczone przez fintechy? A może same staną się fintechami? Coraz bardziej prawdopodobny wydaje się ten drugi scenariusz.

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Gołym okiem widać, że bankowcy mają duży problem z XXI wiekiem i z firmami technologicznymi, które w erze internetu zaczęły się szarogęsić. Są one bardziej innowacyjne i bardziej zwrotne, a na dodatek mają tę zaletę, że... nie są bankami. Dziś być bankiem to jak być dinozaurem skazanym na wymarcie. Duszonym przez regulacje, mającym na koncie grzechy przeszłości, a na karku wysokie koszty działania.



Patrząc na to, jak sprawnie firmy technologiczne zabierają bankom klientów w szybkich pożyczkach, wymianie walut i przesuwaniu pieniędzy ponad granicami, czy w inwestowaniu oszczędności (w Polsce ten trend dopiero się ujawni, ale na Zachodzie już straszy) – rzeczywiście można się obawiać o los banków. Ba, powstają już technologiczne platformy, które oferują klientom wszystkie funkcjonalności dostępne w banku poza przyjmowaniem depozytów.

Dla bankowców jest kilka ścieżek ratunkowych: mając dostęp do milionów klientów, mogą przesterować działalność w kierunku oferowania mobilnych, spersonalizowanych programów lojalnościowych (i zacząć zarabiać na zmianie naszych nawyków zakupowych). Mogą też stać się "centrum autoryzacji", czyli ułatwiać załatwianie spraw urzędowych, podatkowych (i innych wymagających potwierdzenia tożsamości) z wykorzystaniem bankowości internetowej. To spowoduje, że klienci nie będą się mogli obyć bez banku, choć niekoniecznie z powodu oferty stricte bankowej.

Trzeci pomysł – najtrudniejszy – to stać się dla każdego klienta "przyjacielem domu". Czytać mu w myślach, oferować maksymalnie dopasowane usługi jeszcze zanim klient o nich pomyśli, przewidywać jego przyszłe potrzeby i kreować nowe. Czyli... zostać fintechem. Bo przecież bycie blisko klienta, w jego smartfonie i w jego myślach, to istota działania firm technologicznych, które chcą pokonać banki.

I wygląda na to, że banki postanowiły zostać fintechami. Przykładów na to jest bez liku. Idea Bank uruchomił właśnie pierwsze usługi leasingowe oparte na zupełnie nowej zasadzie "płać tylko jeśli używasz". PKO BP kupił

sobie firmę, która wprowadziła na rynek "zdecentralizowany" program lojalnościowy. Klienci mogą zapisać się dzięki niemu do lokalnego programu lojalnościowego już przy sklepowym terminalu. PKO BP ma udziały w spółce eService zarządzającej terminalami, więc pewnie zaoferuje firmom korzystającym z jej usług możliwość lojalizowania klientów i będzie brał za to pieniądze.

Z kolei Bank Millennium zrobił nieco inną, ale też nietypową rzecz: uruchomił aplikację, która... ułatwia znalezienie zakupowych okazji. Apka nazywa się Goodie i jest otwarta dla wszystkich, a nie tylko dla klientów banku (żeby się zapisać wystarczy podać numer telefonu, e-mail i hasło). A do tego nie wymaga spełniania żadnych warunków (przepisywania kodów, skanowania pasków, wysyłania SMS-ów). Ot, po prostu nowoczesny "słup ogłoszeniowy". Każdy może przeczytać, jakie są najnowsze okazje i albo z nich skorzystać, albo nie.

A na koniec wszystkich przygwoździł mBank, którego prezes Cezary Stypułkowski ogłosił, że chce przeznaczyć 200 mln zł na "hodowanie" fintechów, z których najlepsze będą za pieniądze mBanku mogły zapewniać – nie tylko klientom mBanku – najnowocześniejsze wodotryski finansowe, jakie da się tylko wymyślić.

Wygląda na to, że bankowcy wreszcie porzucili oczekiwanie na własną śmierć i ruszyli do kontrofensywy. Nie są w niej bez szans, bo przy wszystkich swoich wadach mają też jedną podstawową zaletę – dysponują ogromną bazą klientów oraz informacjami o ich zwyczajach płatniczych. Niejeden fintech ze świetnymi pomysłami odbił się od szklanego sufitu braku wiarygodności oraz braku łatwego dostępu do dużych grup klientów. Wiele innowacji uszło zanim ktokolwiek się o nich zdołał dowiedzieć, bo nie miały wielomilionowych budżetów na promocję. Stąd w interesie firm fintechowych i banków jest zakończyć wojnę i działać wspólnie.

Jakie będą tego efekty? Zobaczymy. Niewykluczone, że niedługo zobaczymy banki, które inwestują np. w finanse społecznościowe, czyli w pośrednictwo pomiędzy osobami potrzebującymi pieniędzy i tymi, które poszukują korzystnej lokaty kapitału. Kilka banków ma już swoje kantory internetowe (choć na razie nie udało im się nadgryźć firm takich jak Cinkciarz, czy InternetowyKantor).

Klient w ten sposób "zarządzany" będzie wierny i profitodajny, a w dodatku jeszcze zadowolony. Na czym polega trudność? Głównie na tym, że banki nie potrafią jeszcze wykorzystać tej masy informacji, które o nas mają. Wiedzą co i gdzie kupujemy oraz ile mamy pieniędzy, ale nie potrafią na tej podstawie wysnuć trafnych wniosków i podsunąć odpowiednich rozwiązań, innych dla każdego klienta. Do tego nie wystarczy już nowoczesny system bankowości internetowej (dający klientowi możliwość wykonania wielu transakcji jednym kliknięciem) i porządna aplikacja mobilna.

W przyszłości szansę na przetrwanie w formie innej niż "rurociąg z pieniędzmi" będzie miał tylko bank, który potrafi skutecznie przewidywać potrzeby klientów, podsuwać im produkty nie na oślep, lecz trafione "w punkt" – skierowane we właściwym czasie do właściwej osoby – być centrum całych rodzinnych finansów. I który potrafi pomóc załatwić wszystkie sprawy finansowe bez wypełniania formularzy i stosu danych.

--

Maciej Samcik – pisze dla „Gazety Wyborczej”, jest autorem bloga „Subiektywnie o finansach”.