

Rozwój bankowości internetowej w Polsce.

Sławomir Lachowski,
BRE Bank

- ❖ Wstęp
- ❖ Rozwój bankowości internetowej na świecie
- ❖ Rozwój bankowości internetowej w Polsce
- ❖ Bankowość detaliczna przyszłości

- ❖ Rozwój technologii informatycznych i zmiana stylu życia ludzi stwarza zagrożenie dla status quo w tradycyjnej bankowości
- ❖ Internet = więcej korzyści i szans dla wszystkich
- ❖ W poszukiwaniu optymalnego modelu bankowości detalicznej

Koniec początku Nowej Ekonomii

„Każdy, kto sądzi, że czasy Nowej Ekonomii zakończyły się wraz z upadkiem dotkomów, to albo nie rozumie tego pojęcia albo jest zwyczajnie naiwny. To tak, jakby stwierdzenie że Rewolucja Przemysłowa skończyła się, wraz z zamknięciem fabryk w Londynie w latach 30-tych XIX wieku.”

Alvin Toffler

Bankowość elektroniczna szanse i zagrożenia

- ❖ Internet jest radykalnym katalizatorem zmian w bankowości wynikających z :
 - transformacji otoczenia banku
 - ewolucji wymagań klientów wpływających na definicję produktów i usług
 - zmian technologii informatycznych i systemów bankowych
- ❖ Zainteresowanie bankowością internetową rośnie bardzo szybko
- ❖ Bankowość internetowa staje się więc ważnym elementem działalności banków tradycyjnych
- ❖ Migracja klientów do Internetu będzie trwać jakiś czas



Internet to więcej niż kanał dostępu

- ❖ Rynek
- ❖ Kanał dystrybucji
- ❖ Biblioteka
- ❖ Miejsce spotkań
- ❖ Platforma informatyczna

<http://www>

Internet to więcej niż kanał dostępu

- ❖ Najpotężniejsza technika przesyłania danych
- ❖ Elastyczny - dostosowuje się do strategii, nie odwrotnie
- ❖ Używany nie tylko w celu utrzymania istniejących klientów

<http://www>

Rozwój e-biznesu

Co 24 godziny ilość stron internetowych zwiększa się o 3,2 miliony

Każdego miesiąca 6 mln nowych urządzeń jest podłączanych do Internetu

Ruch w Internecie podwaja się co 100 dni

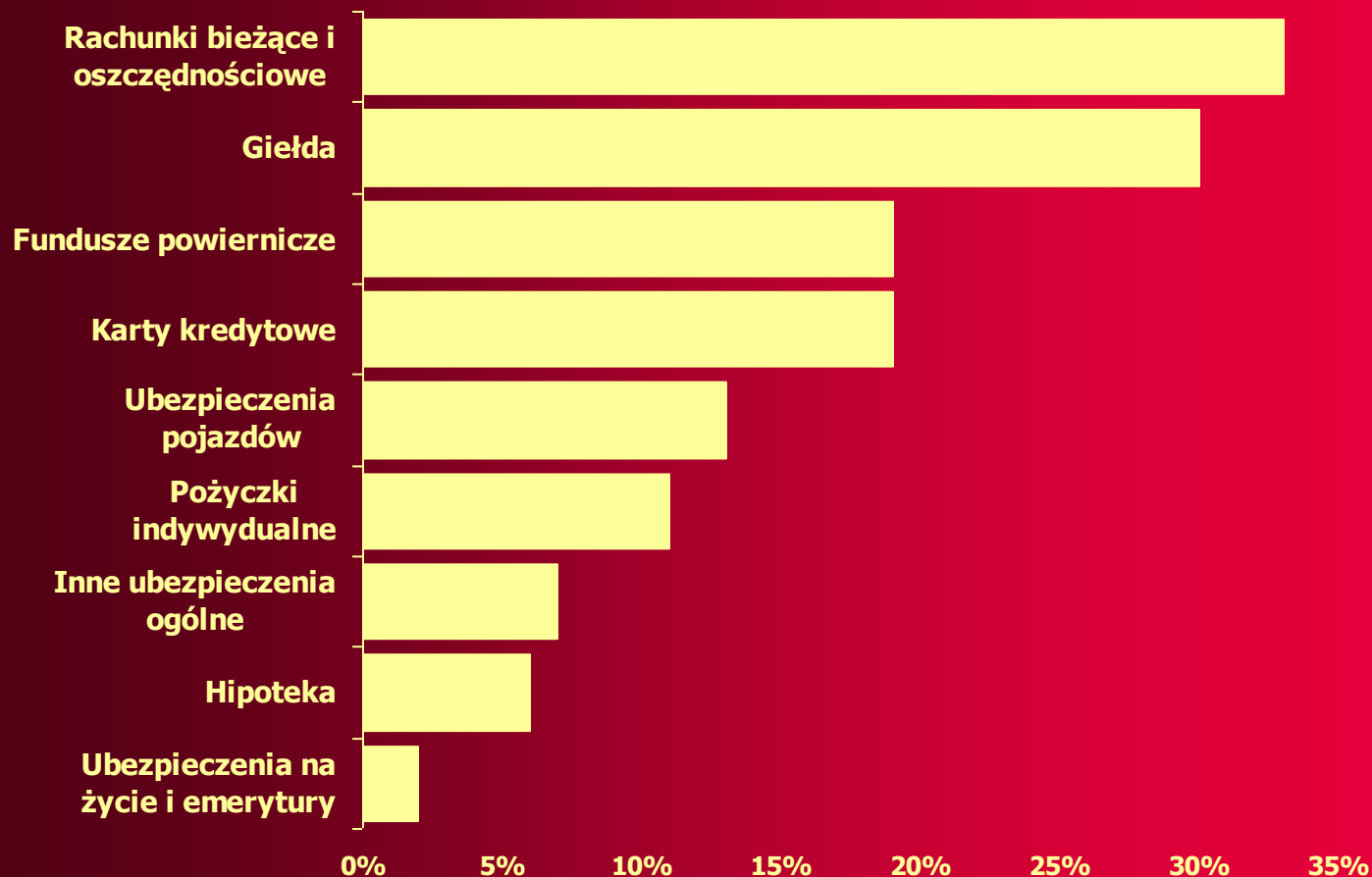
W roku 2000 wartość e-commerce w Europie wyniosła 88 mld USD

Szacuje się, że do roku 2005 ilość użytkowników Internetu wzrośnie o 25% rocznie - do ponad 700 mln

<http://www>

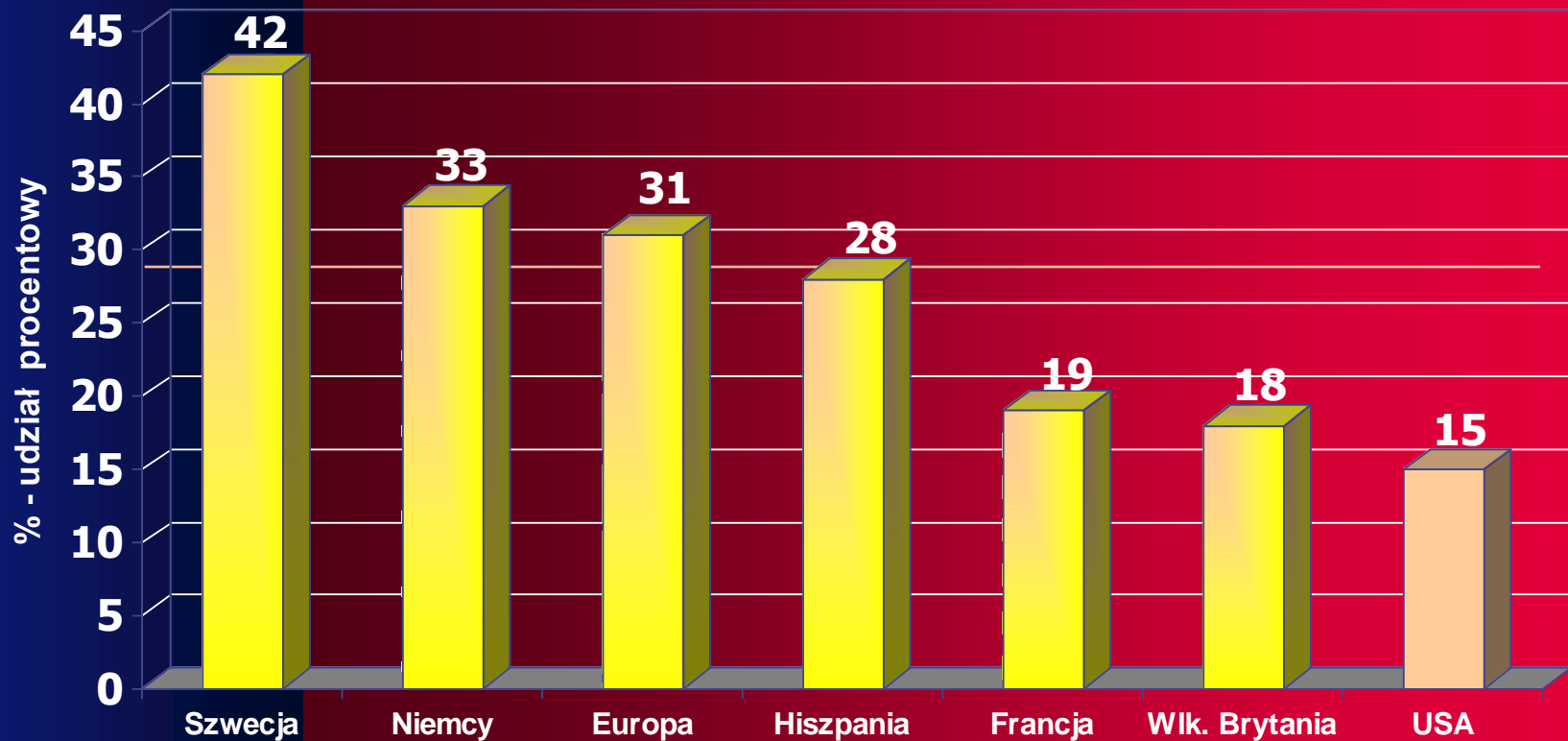
**Duża część
usług
finansowych
B2C będzie
sprzedawana
przez
Internet**

Przewidywany udział sprzedaży on-line na rok 2003 (Europa)



Bankowość elektroniczna

Udział osób korzystających z bankowości internetowej w ogólnej liczbie korzystających z Internetu w 2000 roku.

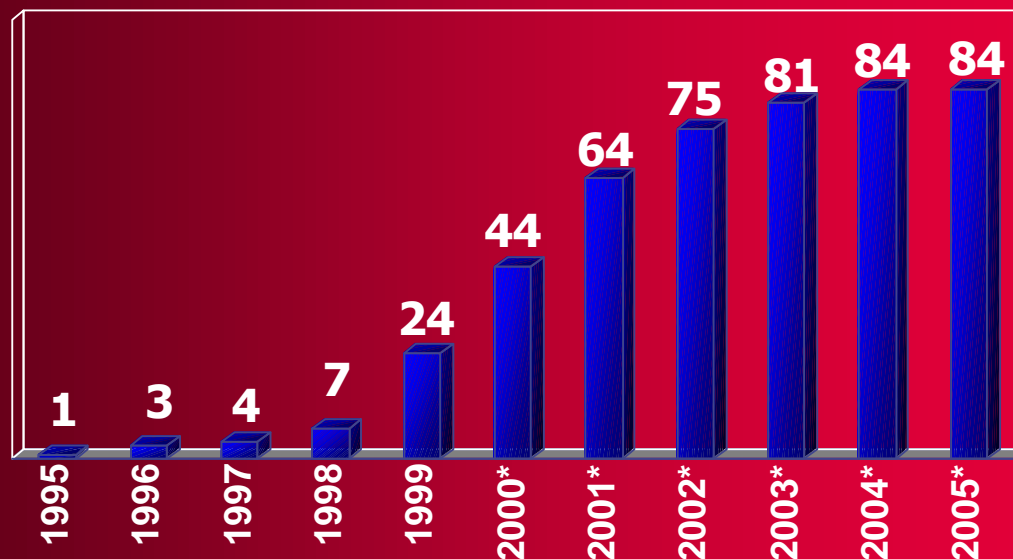


Bankowość internetowa - USA

Początki e-bankingu tak jak i całego Internetu związane są ze Stanami Zjednoczonymi. Analitycy Forrester Resarch oceniają, że e-business w Ameryce właśnie wchodzi w fazę hiperwzrostu. Zgodnie z ich przewidywaniami wymiana handlowa między firmami przy wykorzystaniu Internetu będzie ulegała podwojeniu przez najbliższe pięć lat. W tym samym okresie - następnych pięciu lat - sprzedaż detaliczna zwiększy się kilkunastokrotnie. Stany Zjednoczone są również kolebką bankowości internetowej, która dynamicznie rozpoczęła swój rozwój w 1995 roku i dzisiaj jest najbardziej rozwiniętym rynkiem usług finansowych oferowanych w światowej sieci WEB. Na koniec 2000 r. w USA funkcjonowało tylko 27 internetowych banków, nie posiadających oddziałów ani placówek terenowych. Prognozy przewidują podwojenie się ilości banków internetowych do końca 2005 r.

Przyrost banków internetowych w USA

ROK	Powstanie	Zamknięcie	SUMA
1995	1	0	1
1996	2	0	3
1997	1	0	4
1998	3	0	7
1999	17	0	24
2000	22*	2*	44
2001	25	5	64
2002	18	7	75
2003	14	8	81
2004	12	9	84
2005	10	10	84



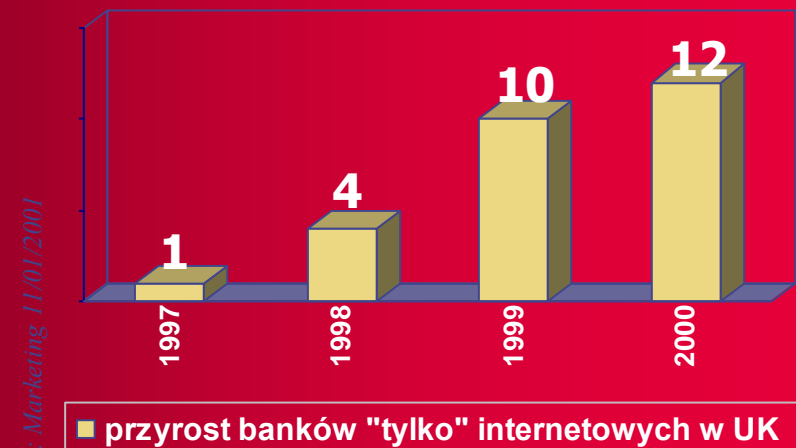
■ przyrost ilości banków internetowych w USA (* prognoza)

Bankowość internetowa - Europa

Według firmy Datamonitor, do 2003r. w Europie będzie 66 milionów aktywnych kont w bankach elektronicznych. Obecnie z usług banków internetowych korzysta 26,1 mln Europejczyków. Datamonitor szacuje, że najbardziej dynamiczny rozwój bankowości elektronicznej będzie miał w Południowej Europie i Francji, czyli w krajach, które dotychczas wolno akceptowały tę formę usług bankowych. Według badań przeprowadzonych w 16 krajach europejskich, bankowość elektroniczna i internetowe usługi finansowe są najlepiej rozwinięte w Szwecji, gdzie 44 % użytkowników Internetu korzysta z elektronicznych kont bankowych. Drugie miejsce w Europie zajmują Niemcy, gdzie 34% internautów regularnie dokonuje transakcji finansowych online. Bankowość elektroniczna rozwija się znacznie lepiej w Europie (średnia penetracja na poziomie 31%) niż w USA (18%).

Jednym z prężnie rozwijających się rynków bankowości internetowej w Europie jest też Wielka Brytania, w grudniu 2000 r. łączna ilość klientów banków internetowych działających na terenie Zjednoczonego Królestwa wynosiła około 7 mln.

Bank	Data rozpoczęcia działalności	Ilość klientów online
Barclays	Czerwiec 1998	1 600 000
Egg	Październik 1998	1 300 000
Lloyds	Listopad 1998	1 004 000
Abbey National	Maj 2000	600 000
NatWest	Listopad 1999	500 000
Woolwich	Październik 1999	450 000
Royal Bank of Scotland	Czerwiec 1997	314 000
First Direct (HSBC)	Listopad 1999	310 000
Halifax	Październik 1999	250 000
Smile	Wrzesień 1999	200 000
First-e	Wrzesień 1999	200 000
Cahoot	Czerwiec 2000	45 000



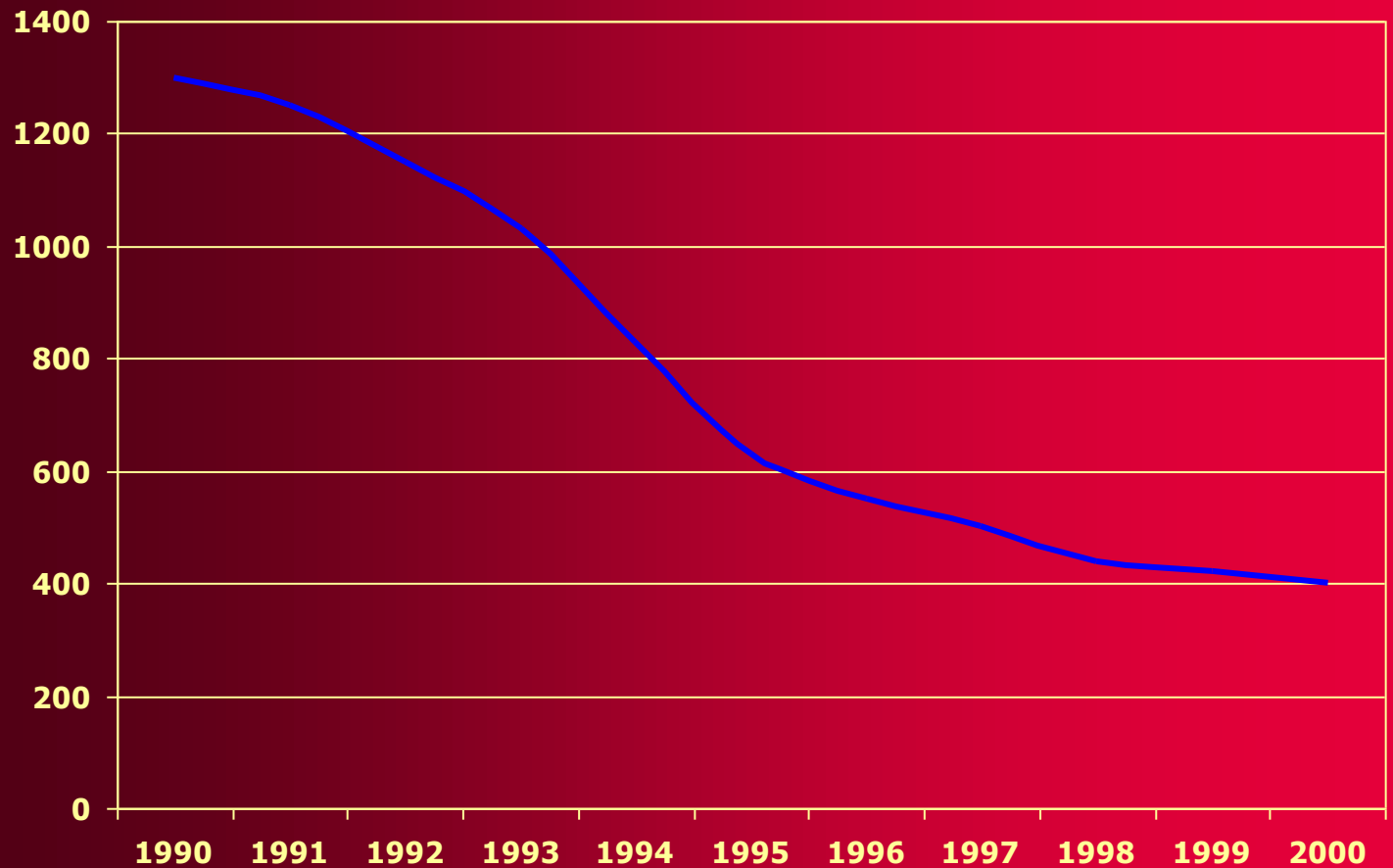
Źródło: Marketing 11/01/2001

Rozwój sieci dystrybucji i komunikacji Merita Bank.



**Merita
Bank**

**Sieć
placówek
1990
2000**

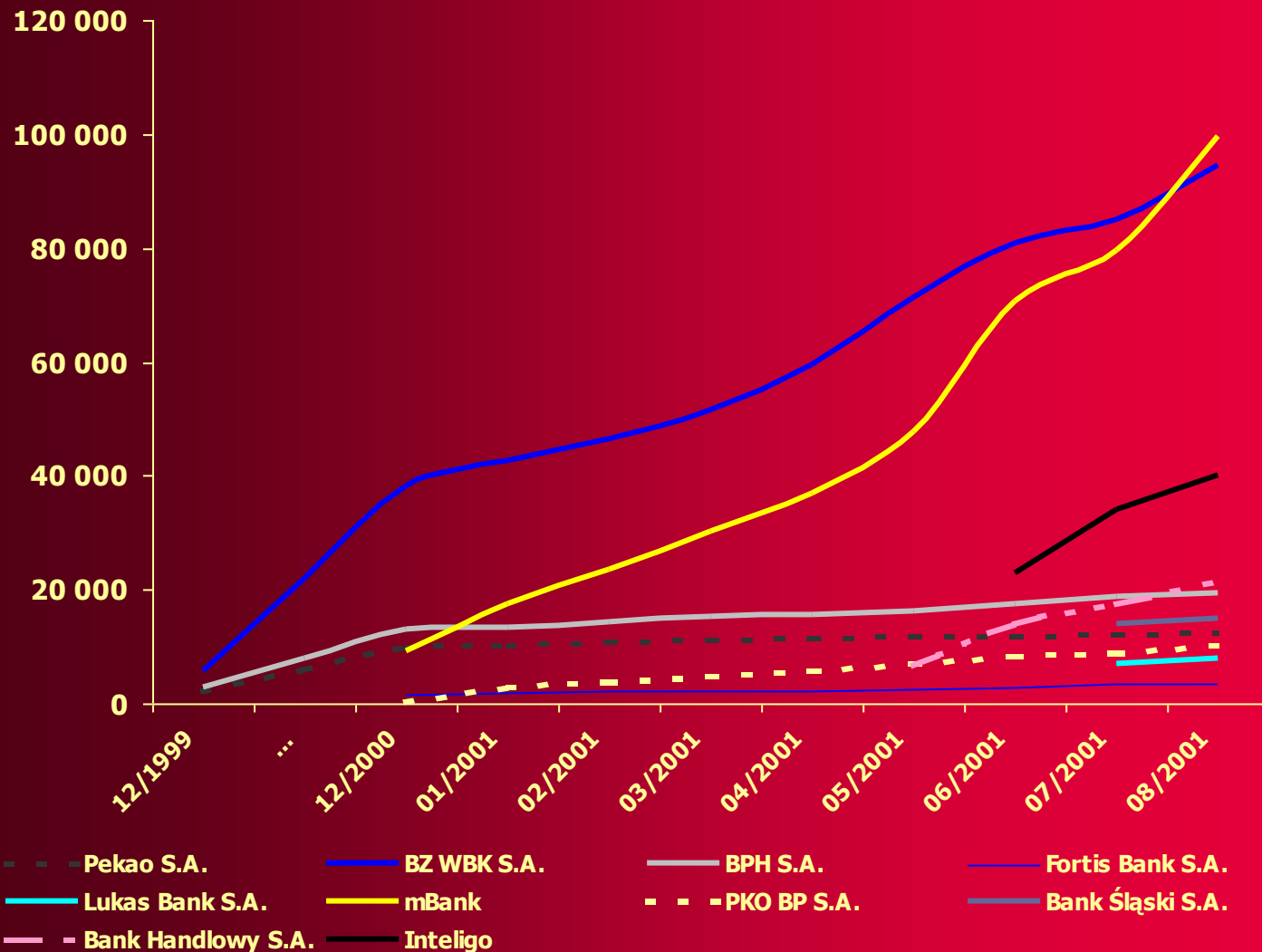


Rozwój bankowości internetowej w Polsce

Coraz więcej banków działających w Polsce rozwija zdalne kanały dystrybucji. Poniższy rysunek przedstawia banki oferujące dostęp do rachunków poprzez Internet.



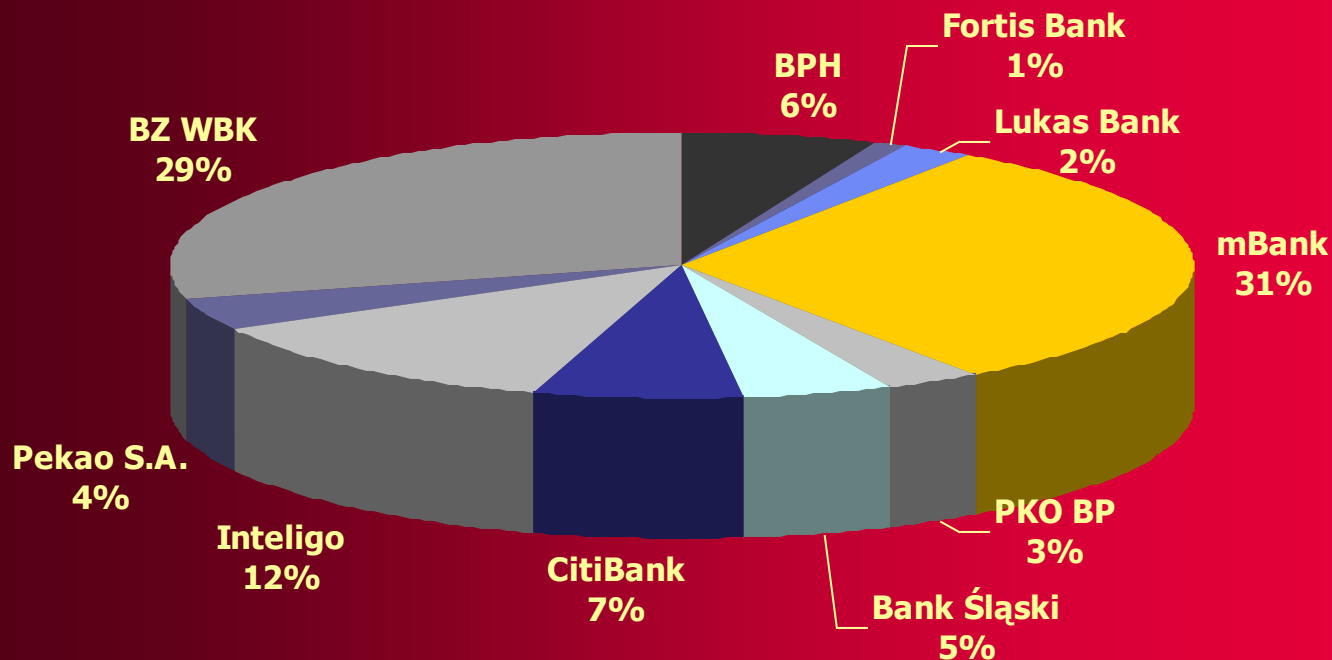
Główni gracze na rynku bankowości internetowej



<http://www>

Główni gracze na rynku bankowości internetowej

Struktura rynku wg. liczby klientów.



<http://www>

Kanały Dostępu

Bankowość Elektroniczna	Call Center		Internet	Telefon komórkowy			Poczta	Bankomat
	IVR	Operator		WAP	SMS			
Telepekao 24	X		X	X(3)	X		X	
BPH Sezam	X	X	X	X	X		X	
Fortis Bank - Planet	X		X				X	
CitiDirect	X	X	X			X	X	
Luksa Bank - eBanki	X	X	X				X	
mBank	X	X	X	X	X	X	X	
e-PKO	X	X	X	X			X	
BZ WBK-24	X		X	X	X	X	X	
Raifisen Bank		X			X	X	X	
Bank Śląski	X	X	X	X(3)			X	
VW-Bank Direct	X	X	X			X		
Inteligo	X	X	X	X	X	X	X	
LG Net	X	X	X			X	X	
Intergrum		X	X				X	

¹ otwarcie rachunku drogą pocztową bez wizyty w oddziale, ² - oddzielny oddział - brak dostępu do rachunku w placówkach

³ - informacje o ofercie (bankomaty, placówki, oprocentowanie)

Model działania oparty na możliwościach biznesowych

**Atrakcyjny rynek
usług finansowych.**

**Nowoczesne
rozwiązania
technologiczne.**

**Wzrost świadomości,
zachowań i oczekiwań
klienta.**

Możliwości Biznesowe



Model operacyjny

**Ograniczona liczba
produktów i usług o
prostej, zrozumiałej dla
klienta konstrukcji
połączona z unikalnymi
cechami.**

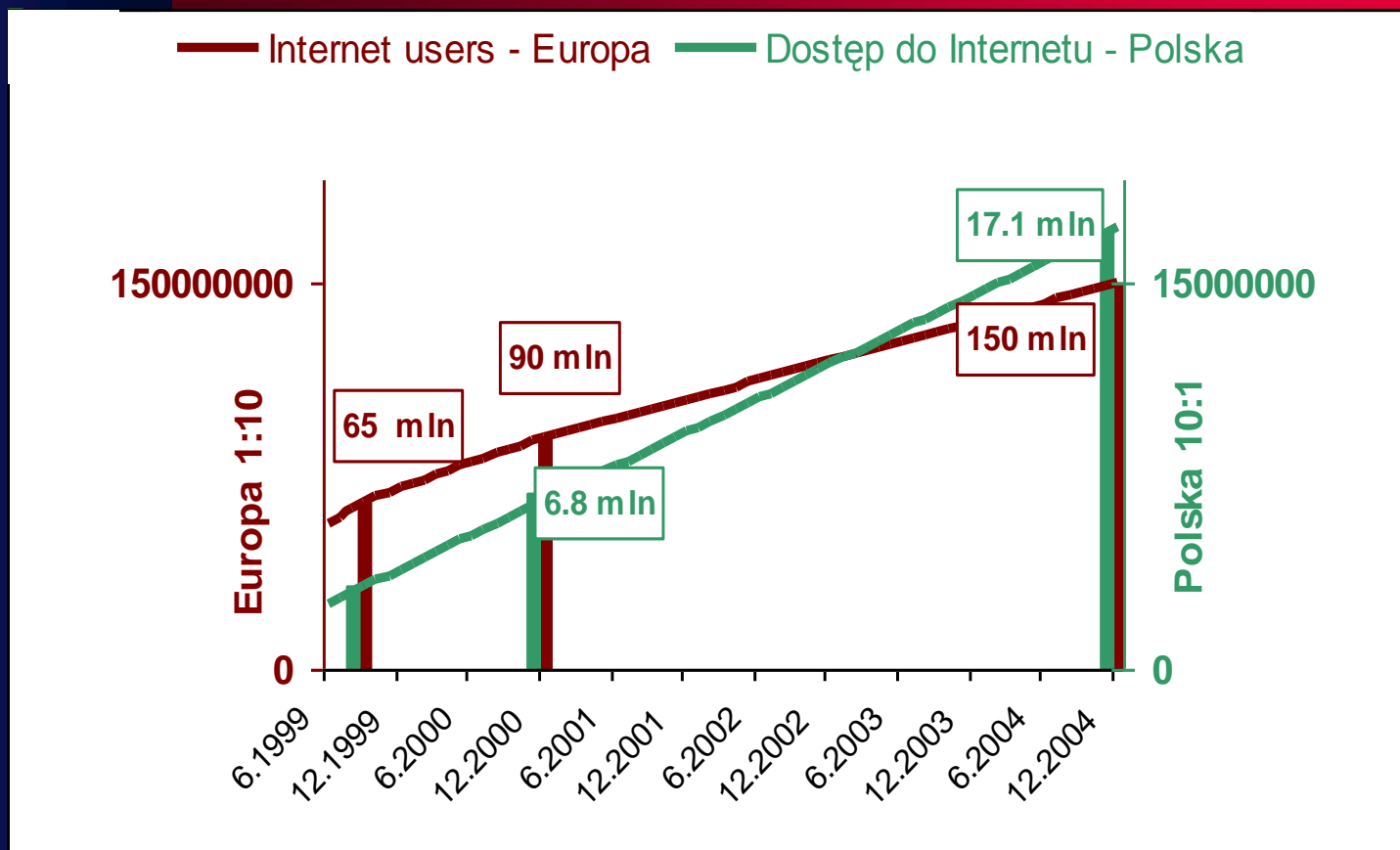
**Unikalny system
dystrybucji:**

- Internet
- Telefon: mLinia, WAP
- Agenci
- Zintegrowany
(zcentralizowany)
system obsługi klienta

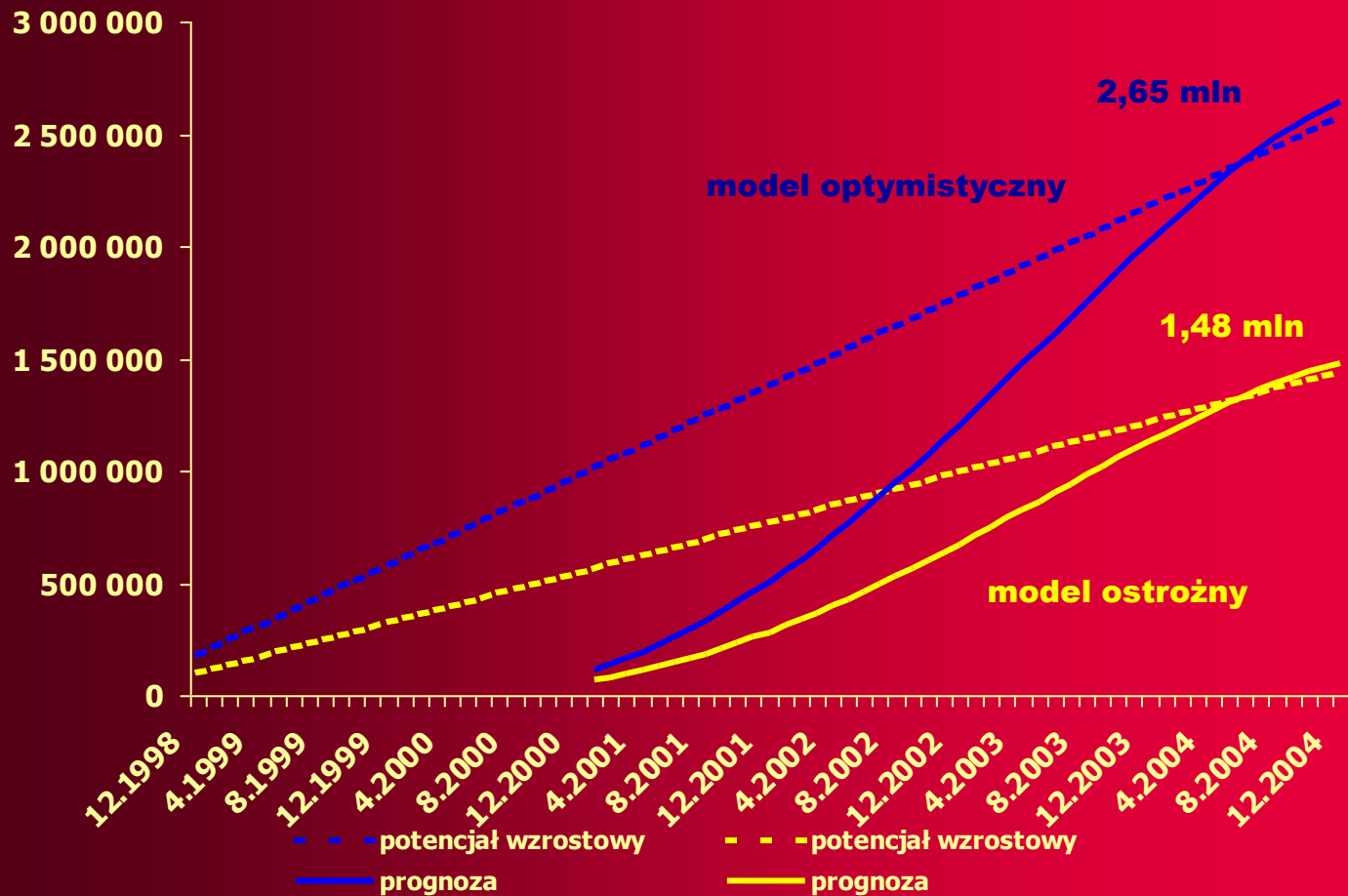
- **Zdecydowane
obniżenie kosztów i
marży (model
dyskontowy)**
- **Atrakcyjne
oprocentowanie,
brak prowizji i opłat**

Internet w Polsce

Przewidujemy, że do końca 2004 roku w Polsce będzie ok. 17 mln osób, które będą miały dostęp do Internetu. Wydaje się, że nie będzie zasadne na rozdzielania ilości osób z dostępem od osób korzystających, tak jak w tej chwili nie rozróżnia się osób z dostępem do telefonu, telewizora od osób korzystających z tych mediów.

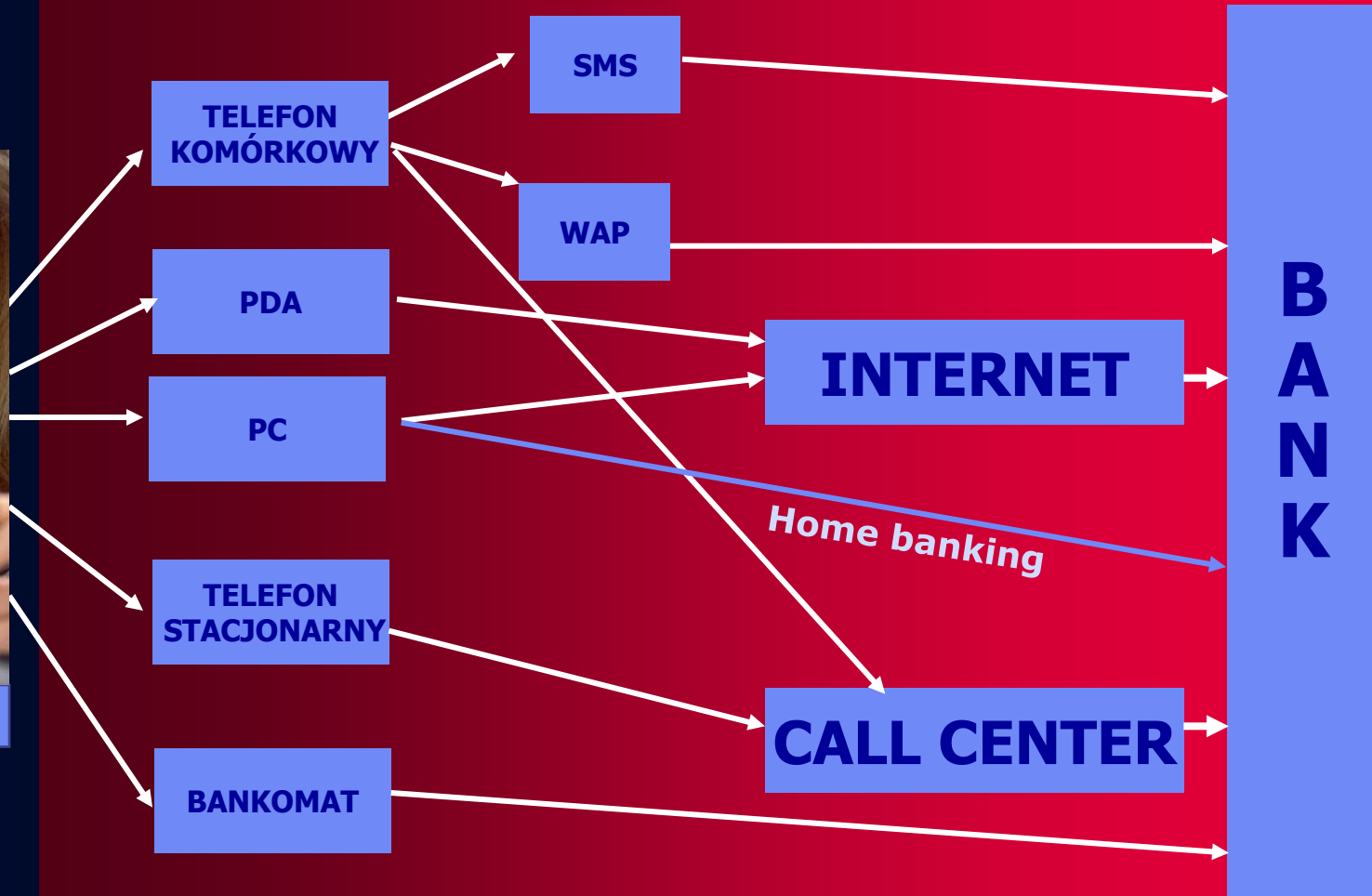


Prognoza liczby rachunków elektronicznych w Polsce



<http://www>

Bankowość elektroniczna



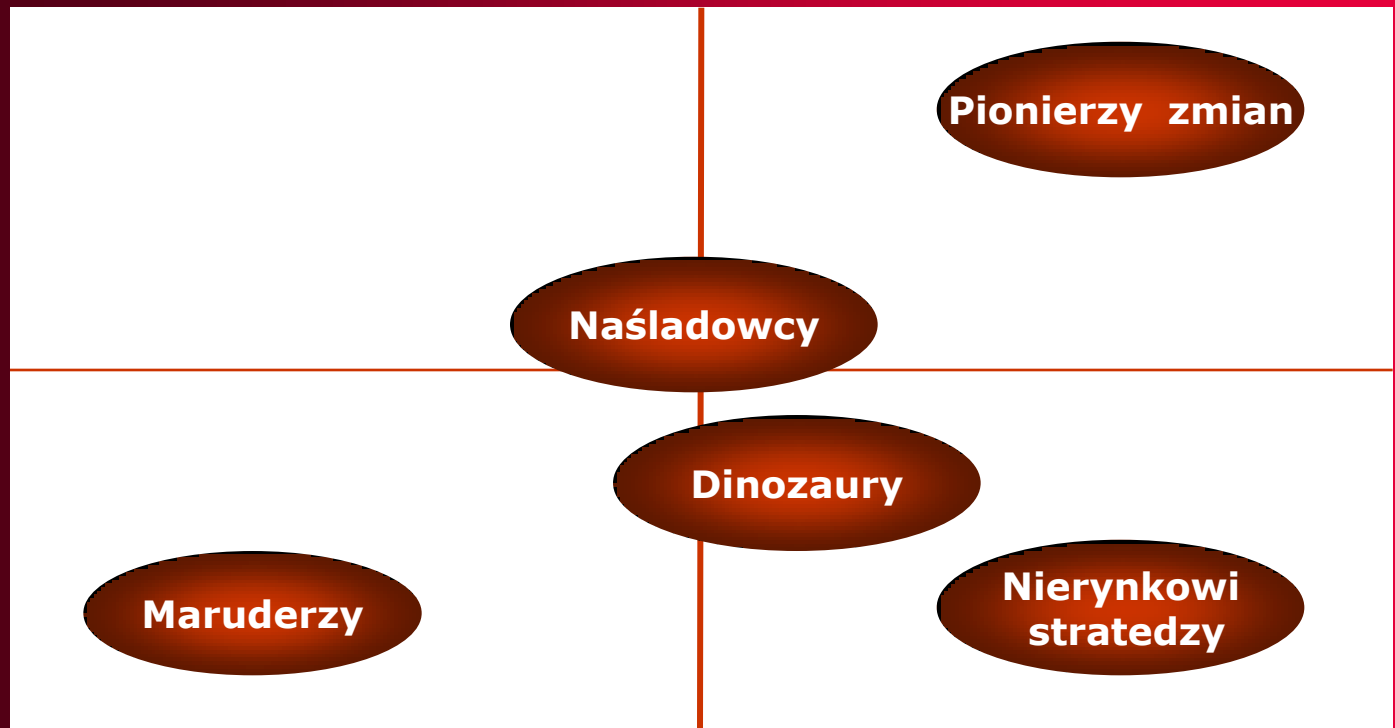
Bankowość elektroniczna

Bankowość elektroniczna, zapewniająca klientowi bezpośredni dostęp do usług i produktów bankowych, nie jest zjawiskiem nowym. Przyjmuje się, że tego typu działalność jest oferowana klientom od ok. 5 lat. W tym czasie pojawiło się wiele typów postaw konkurencyjnych wśród banków wdrażających tego typu działalność.

Szybko

Szybkość wprowadzania zmian

Wolno



Niski

Poziom innowacji

Wysoki



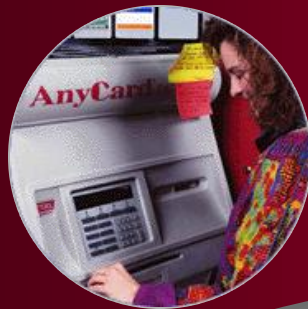
Bankowość elektroniczna

Niezależnie od tego czy ebanki działają samodzielnie czy też na bazie tradycyjnego banku, kluczowym czynnikiem decydującym o ich sukcesie jest liczba klientów pozyskanych w określonym czasie. Przewiduje się, że te dwa czynniki (liczba klientów i czas) są tymi, które będą dzielić na zwycięzców i przegranych na tym rynku.

Cykl życia e-banków



Wizja komunikacji z klientem - banki



POS



Komputer osobisty



Telewizja kablowa



Telefonia komórkowa

Wizja komunikacji z bankiem - klient

Klienci będą dokonywali wyboru dostawców usług finansowych na podstawie:

Stylu życia

Wartości

Wygody

Prostoty



Dbłość o klienta i jakość obsługi

“Klient to nasz najważniejszy gość. Nie jest zależny od nas, lecz my od niego. Nie jest przeszkodą w naszej pracy, lecz jej celem. Nie wyświadczamy mu przysługi obsługując go. To on nam ją wyświadcza pozwalając się obsłużyć.”

Mahatma Gandhi

Integracja kanałów dystrybucji

Dzisiejszy klient wymaga:

- ❖ indywidualizacji obsługi
- ❖ dostępności wielu kanałów komunikacji
- ❖ zindywidualizowanej samoobsługi
- ❖ kontroli relacji z bankiem

Logowanie ↗

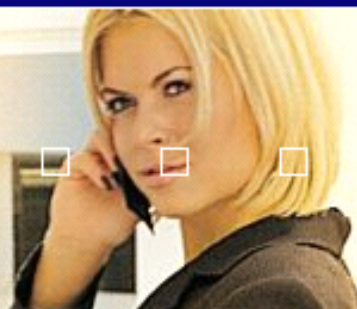


Oferta

Jak korzystać z MultiBanku?

Jak założyć rachunek?

O MultiBanku



Sandra

jest młodą kobietą. Ma ogromny potencjał i wysokie kwalifikacje zawodowe. Już w czasie studiów wyprowadziła się z rodzinnego miasta. ❄

MultiŚwiat ja ↗

Aktualności ↗

Z życia... ↗

Produkty i usługi ↗

Aktualności

Nawigacja

Serwis internetowy MultiBanku skonstruowany jest tak, że dzieli się na poszczególne sektory nazwane przez nas światami. Właśnie trafiłeś do świata **ja** Sandry i Pawła - młodych, niezależnych profesjonalistów, ceniących sobie szybkie tempo życia i wyzwania, jakie niesie ze sobą zmieniającą się rzeczywistość...

Oferta

Na początek proponujemy nowoczesne MultiKonto **ja** wraz z całym pakietem związanych z nim produktów i usług. MultiKonto **ja** to rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy stworzony specjalnie po to, by

Produkty i usługi

❶ MultiKonto ja

Pomoże mi w efektywnym zarządzaniu moimi środkami oraz odciąży przy regulowaniu stałych płatności; jestem tak zabiegana i mam tyle spraw na głowie że zawsze brakuje mi na to chwili. Najważniejsza jest dla mnie wygoda i oszczędność czasu, żyję szybko i dlatego potrzebuję dostępu do swoich pieniędzy przez 24 godziny na dobę, bez względu na to, gdzie się aktualnie znajduję. ❄

❷ Kredyt odnawialny

Dzięki systematycznym wpływom na mój rachunek mogę otrzymać kredyt, który zawsze mnie wspomůže. Będzie ostatnią deską ratunku gdy pojawią się niespodziewane wydatki (tzw. "super okazje"), a znajomi niechętnie będą patrzeć na kolejną pożyczkę. ❄

Logowanie ↗



Oferta

Jak korzystać z MultiBanku?

Jak założyć rachunek?

O MultiBanku



MultiBank
dobry znajomy
całej naszej rodziny

MultiŚwiat my ↗

Aktualności ↗

Z życia... ↗

Produkty i usługi ↗

Multikonto my

Rachunek oszczędnościowo - rozliczeniowy

MultiKonto - Dla kogo jest przeznaczone

MultiKonto **my** to rachunek oszczędnościowo - rozliczeniowy, który daje możliwość łatwego i bezpiecznego zarządzania domowymi finansami. Oferta ta została szczególnie przygotowana dla tych z Państwa, którzy oczekują produktu, który w kompleksowy sposób pozwalałby na kontrolę i zarządzanie finansami całej rodziny. Konto mogą Państwo dostosować do potrzeb wszystkich jej członków. Swojemu niepełnoletniemu dziecku mogą Państwo otworzyć dodatkowy rachunek umożliwiając dostęp do środków w określonej wysokości, tym samym przyczyniając się do jego edukacji w zakresie samodzielnego gospodarowania

Inne produkty i usługi

1 Kredyt odnawialny

Wystarczyły nasze regularne wpłaty na MultiKonto **my**, aby po 3 miesiącach szybko i bez zaświadczenia o zarobkach uzyskać kolejne zabezpieczenie Naszej rodziny na niespodziewane sytuacje. W życiu wszystko może się zdarzyć... ❄

1 Lokata rentierska

Chcieliśmy na bieżąco korzystać z odsetek wypracowanych przez Nasz zgromadzony kapitał, ulokowaliśmy go więc na lokacie rentierskiej, w ten sposób co miesiąc na Nasze konto wpływają dodatkowe środki. ❄



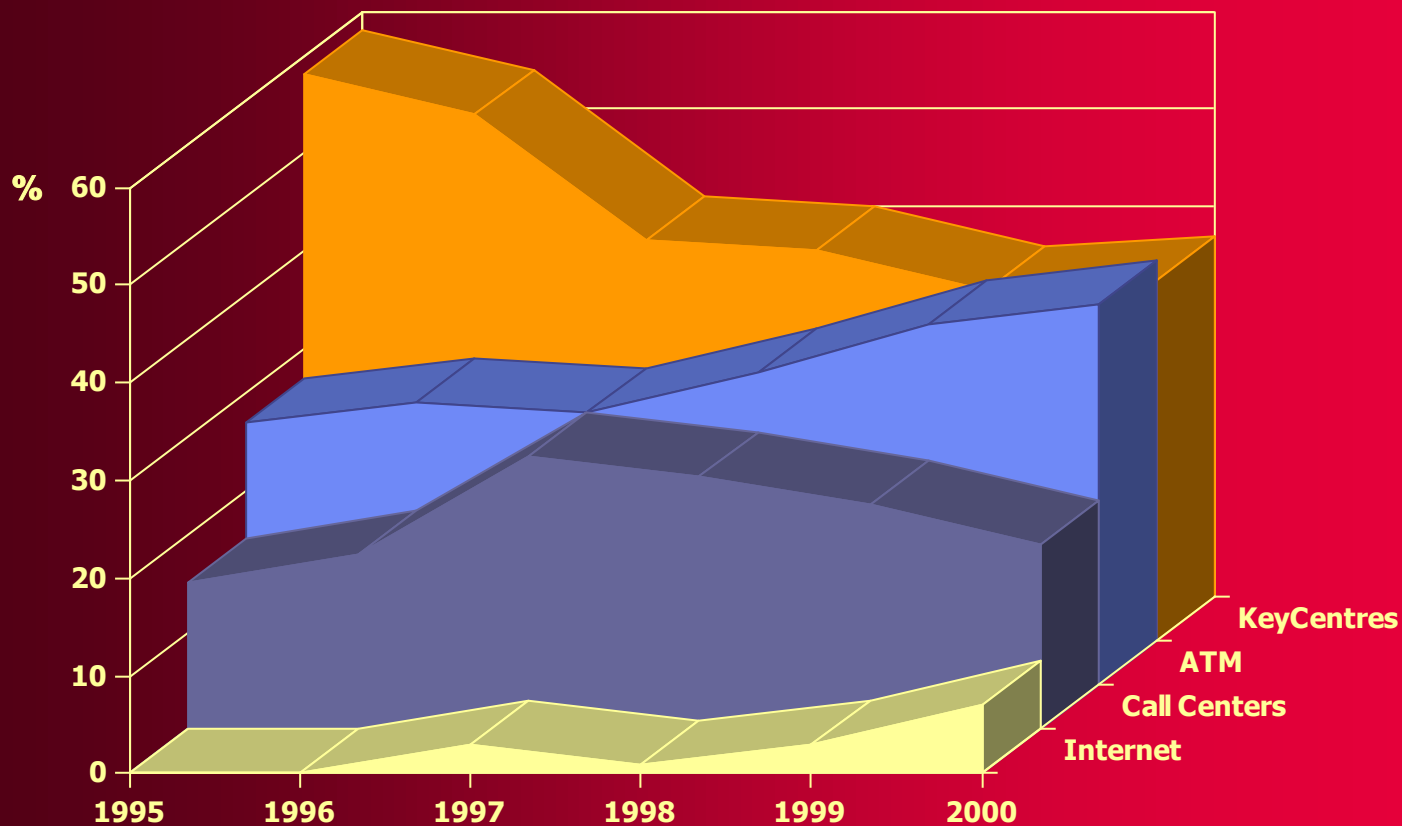
Integracja kanałów dystrybucji

- ❖ Tradycyjne kanały dostępu
 - Placówka bankowa
 - Poczta
- ❖ Nowe kanały dystrybucji
 - Bankomaty - lata 70-te
 - Telefon - lata 80-te
 - Internet - lata 90-te
 - ◆ Komputer osobisty
 - ◆ Telefon komórkowy



Integracja kanałów dystrybucji

Transakcje w kanałach dystrybucji



Bankowość detaliczna przyszłości

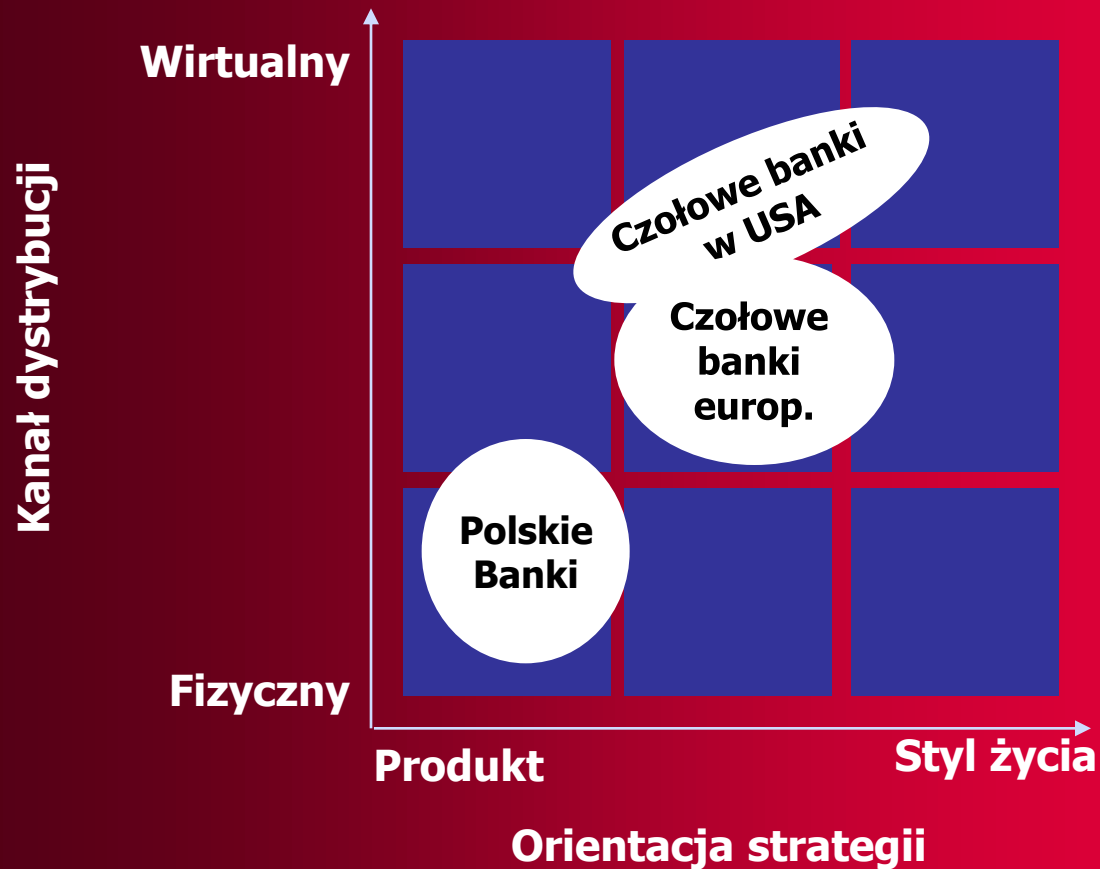
Determinanty rozwoju

- ❖ Wielokanałowy, zintegrowana sieć dystrybucji
- ❖ Wzrost roli Internetu
- ❖ Wzrost samoobsługi w relacjach klienta z bankiem
- ❖ Rola palcówki ograniczona do funkcji edukacyjnych i doradczych



Bankowość detaliczna przyszłości

Adaptacja do nowego modelu biznesowego Pozycja banków



Bankowość detailed przyszłości

Bank internetowy

- ❖ Tożsamość wirtualna, brak ograniczeń geograficznych
- ❖ Zależny od techniki
- ❖ Trudno sprzedać tego typu produkty wyłącznie przez Internet
- ❖ Wymaga wysokich nakładów na marketing w celu zaprezentowania marki na rynku
- ❖ Ograniczona ilość sposobów płatności

Bank tradycyjny

- ❖ Obecność wirtualna oraz fizyczna
- ❖ Wiele kanałów dostępu
- ❖ Zależny od techniki i od ludzi
- ❖ Kanały dystrybucji dostosowane do oferowanych produktów
- ❖ Istniejąca marka oraz placówki pozwalają na ograniczenie kosztów związanych z marketingiem
- ❖ Większa ilość sposobów płatności



Spółeczność jako Rozmowa

Internet przekształca to, co jest wewnątrz i na zewnątrz twojego przedsiębiorstwa - twój rynek i twoich pracowników.

Dzięki Internetowi ludzie na rynku, który opanowałeś odkrywają i tworzą nowe sposoby porozumiewania się. Rozmawiają o twoim biznesie. Mówią sobie nawzajem prawdę...

Oto nowa rozmowa

Intranet pozwala twoim najlepszym pracownikom na hiperzłączenie. Są oni niewiarygodnie produktywni i pomysłowi. Mówią sobie nawzajem prawdę...

między twoim rynkiem a pracownikami. Dzięki niej stają się mądrzejsi...

Masz dwa wyjścia. Możesz zamknąć się tak, jak do tej pory. Lub przyłączyć do rozmowy.

Bankowość detaliczna przyszłości

Koniec mauzoleów

- ❖ Tradycyjna bankowość musi umrzeć
- ❖ Każdy konkuruje z każdym – nie ma dokąd uciec i gdzie się ukryć
- ❖ Technologia i zmiana stylu życia / systemu wartości klientów wymusza zmiany instytucjonalne
- ❖ Przejście od rewolucji internetowej do relewancji



Bankowość detailed przyszłości

Czynniki przewagi konkurencyjnej

- ❖ Corporate governance zależy od formy własności
- ❖ Technologia – w centrum wydarzeń
- ❖ Produkty i usługi – powszechnie kopiowane
- ❖ Kultura korporacyjna – pracownicy i wiedza organizacji są nie do podrobienia

