

Dôležité: Táto prezentácia bola vytvorená výhradne pre účely konferencie Softecon v Bratislave a bez súhlasu nesmie byť použitá na žiadne iné účely!

Banky ČR/SR 2001-2011

Distribučné kanály – nové možnosti

Mário Strapec

15.3.2012

BS Team: J.Harmanec, P.Jehlár, M.Strapec



AGENDA

1. Úvod

1. Východiská Bankovej štúdie
2. Vývoj v bankovom sektore

2. Hlavné výstupy

1. Tradičné distribučné kanály
2. On-line distribučné kanály ... smartphone banking
3. Čo je nové v bankovom sektore
4. Nové distribučné stratégie
5. Od nápadu k výnosom
6. Historická skúsenosť
7. Šanca nových hráčov ...
8. ... je podľa trhu reálna

3. Zhrnutie

1. Záver

Úvod

3

SOFTECON2012 

Východiská bankovej štúdie

- Finančný sektor je prevažne konzervatívny.
- Bankový archetyp prestáva platiť
- Trend diktuje nový pohľad – vznikajú nové produkty prispôbené distribučným kanálom.
- Nové spôsoby a formy komunikácie (napr. sociálne siete) menia chovanie ľudí – a to v rádoch mesiacov
- Pobočky, bankomaty – sa naďalej rozvíjajú
- Produkty sa pravidelne inovujú, segmentácia sa ďalej zjemňuje, forma distribúcie začína diferencovať banky.

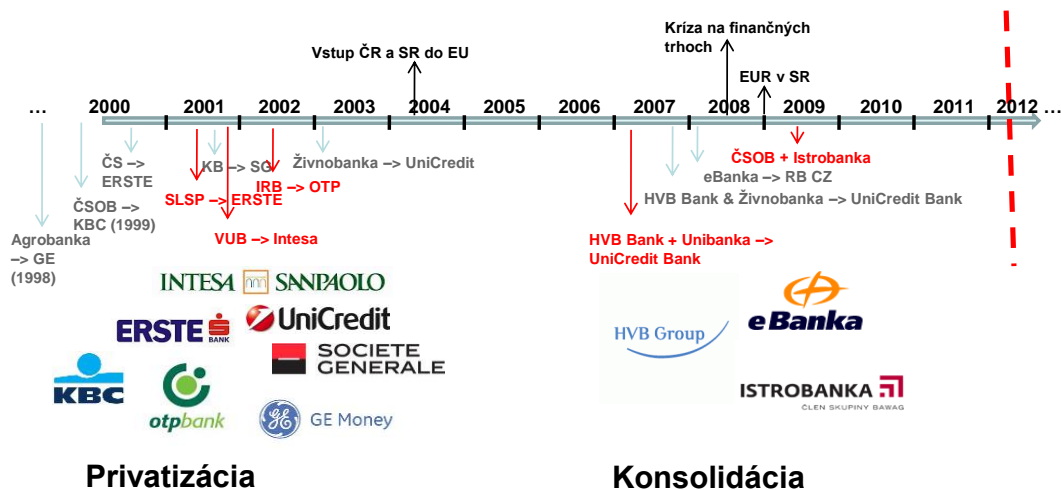
LEHMAN BROTHERS



4

SOFTECON2012 

Vývoj v bankovom sektore ČR/SR



5

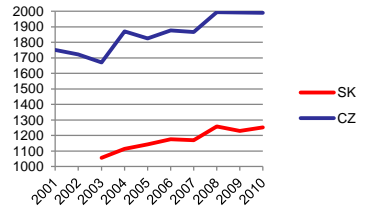
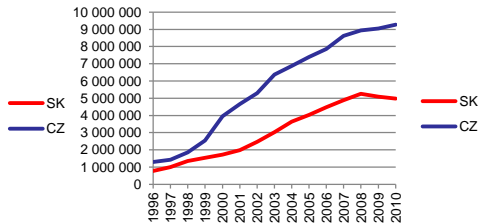
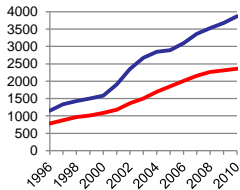
SOFTECON2012

Hlavné výstupy

6

SOFTECON2012

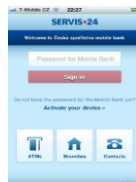
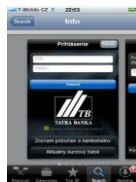
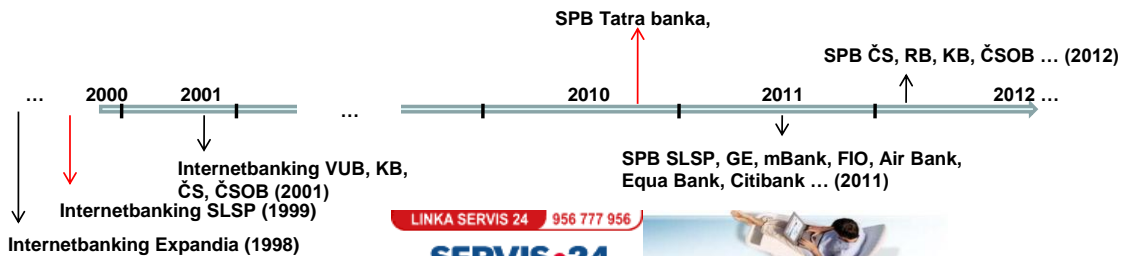
Tradičné distribučné kanály



7

SOFTECON 2012

On-line distribučné kanály ...



8

SOFTECON 2012

... ako ich dnes ponúkajú banky ...



| | Elektronický kanál | Call centrum | SMS správy | e-mail | Platby v e-shop | GSM banking | Homebanking | Internet banking | IB pre mobility | Smartphone |
|----|--------------------|--------------|------------|--------|-----------------|-------------|-------------|------------------|-----------------|------------|
| ČR | Česká spořitelna | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ |
| | ČSOB | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ |
| | Komerční banka | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | x | ✓ |
| | Raiffeisenbank | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | PDA | x |
| | UniCredit Bank | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ |
| SR | ČSOB | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ |
| | mBank | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | x | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Slov. sporiteľňa | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Tatra banka | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | VÚB | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | x |

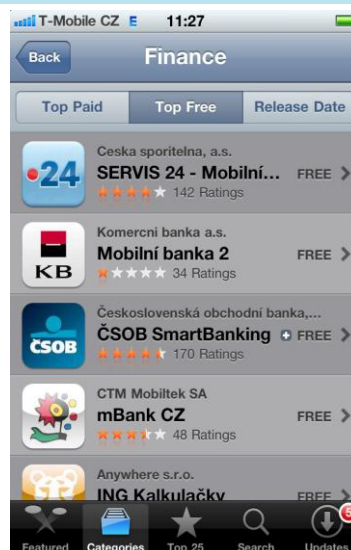
Stav k 02/2012

9

SOFTECON2012

Čo je smartphone banking ...

- ? **SPB v App Store 4x z TOP 5 a 8x z TOP 25 (Free)**
- ? **SPB zavádzajú na prelome 2011-2012 všetky banky**
- 1. **Natívna aplikácia pre mobilné platformy**
- 2. **Výkonnejšia forma bankovníctva, využíva moderné funkcionality – napr. GPS, fotoaparát**
- 3. **Mám ju stále pri sebe spoločne s hudbu, fotkami, filmom, hrami, SMS, mailami a mojím účtom na**  



10

SOFTECON2012

... čo ponúka navyše ...

| Funkcie | České banky | | | | | | | | Slovenské banky | | | | |
|------------------------------------|-------------|------------------|-----------|-----------|---------------|----------------|-------|----------------|-----------------|-------|------------------|-------------|----------------|
| | Citibank | Česká spořitelna | Equa bank | Fio banka | GE Money Bank | Komerční banka | mBank | UniCredit Bank | ČSOB | mBank | Slov. sporiteľňa | Tatra banka | UniCredit Bank |
| Účty (prehľad, zostatky, história) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ |
| Platby (pasívne, história) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ |
| Platby (aktívne transakcie) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ |
| Karty (prehľad, limity, história) | ✓ | ✓ | x | x | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ |
| Investície (prehľad portfólia) | ✓ | x | x | x | x | ✓ | x | x | x | ✓ | x | x | x |
| Kurzy | ✓ | ✓ | x | x | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ |
| Vyhľadanie najbližšej pobočky/ATM | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | x |

Stav k 02/2012

11

SOFTECON2012

... v porovnaní s internet bankingom

Atraktívny pre klientov ...

1. **Integrácia** SPB (prepojenie s e-mailovou schránkou, synchronizácia s kalendárom – pripomenutia na pravidelné platby)
2. QR/čiarový kód – **skenovanie faktúr a zloženiek** bez nutnosti typovania údajov k úhrade
3. **Geolokácia** – napr. najbližší bankomat (aj iný ako vlastný)
4. „**on-the-spot**“ služby – napr. on-line dohoda s bankérom na agende stretnutia po ceste do banky
5. Smartphone a SPB pri nákupoch – **on-line porovnanie cien** cez naskenovaný QR/čiarový kód, analýza finančných – úverových možností
6. SPB – **person-2-person** – rýchle bezkontaktné platby



12

SOFTECON2012

Čo je nové v bankovom sektore

1. Chovanie klientov sa mení – platí obecné pre všetky segmenty

1. Je bežné byť on-line
2. Zdieľanie osobných informácií nie je tabu



2. Penetrácia nových elektronických komunikátorov sa exponenciálne zrýchľuje

1. Expertný odhad – rádovo 10% trhu v ČR, o niečo menej v SR (zodpovedá globálnemu priemeru). Neveríme číslam 16% a 7% za ČR a SR.
2. Expertný odhad – z celkového objemu novo-predaných telefónov tvoria smartphony viac ako 50%

3. Hromadne vznikajú nové nízkonákladové banky



13

SOFTECON 2012

Nové distribučné stratégie

1. Osobnejší vzťah s emóciou

- Poznajzte svojho klienta
- Služby pre mladých („teens“)
- Nákupné chovanie



2. Aj v bankách sa to dá – inšpirácia z iných oblastí

- Inšpirácia v poisťovniach a naopak
- Inšpirácia u mobilných operátorov
- Dostupná pobočková sieť



3. Pomáhame vám spoluprácou – partnership /spolupráca

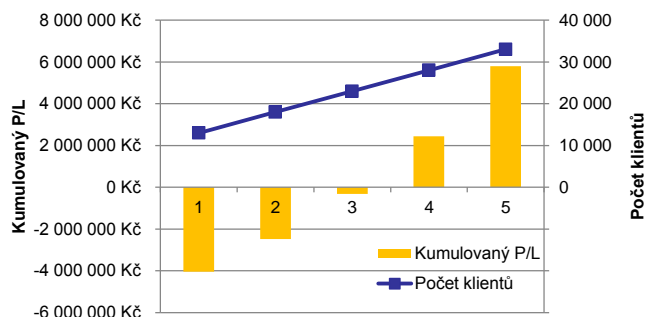
- Spolupráca s energetickými spoločnosťami
- Spolupráca s čerpacími stanicami
- Spolupráca so zľavovými portálmi



14

SOFTECON 2012

Od nápadu k novým výnosom



Business case „Smart-phone banking“, prípadne nový distribučný kanál nie je tak priamočiary

1. Zameranie výlučne na výnosy jedného distribučného kanála neurčí jeho ekonomickú efektívnosť
2. Odporúčame vziať do úvahy všetky distribučné kanály a nadefinovať pre ne spoločné KPI's

Existujú dva hlavné pohľady:

1. Striktne zameraný na pozitívny business case
2. Smartphone banking ako „enabler“ novej inovatívnej služby

15

SOFTECON2012

Historická skúsenosť



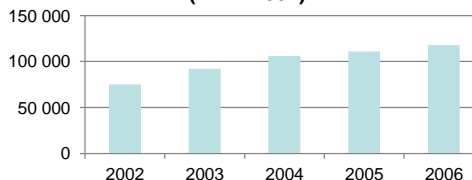
- 06/2000 – 09/2005
- 06/2004 spoplatnené, dovtedy účet bez poplatku
- 2005 – 20.000 klientov (stabilný – neklesal ani nestúpil)
- Hlavný dôvod – edukácia, odradenie konkurencie



- 1990 – 2007 (Expandia Banka > eBanka)
- 2003-2005 transformácia na univerzálnu banku
- 2006 – 118.000 klientov



Počet klientov eBanky
(vznik 1997)

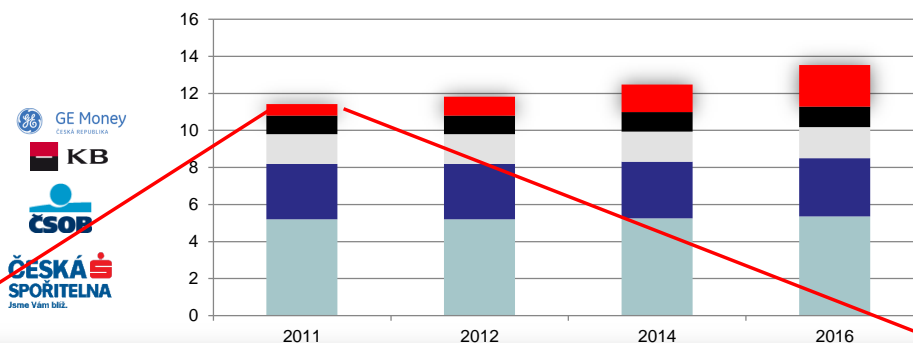


Záver: business model založený na „čistom“ internetbankingu týchto 2 projektov mal neoceniteľný edukatívny význam a dopad na klientov. Prostredie je dnes prirodzene odlišné.

16

SOFTECON2012

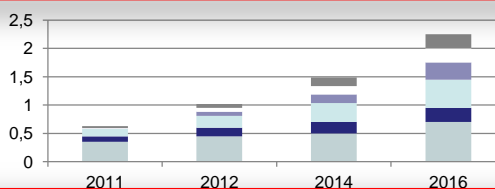
Šanca nových hráčů - ČR (meraná počtom klientů mio)...



Equa bank

air/bank

ZUNO

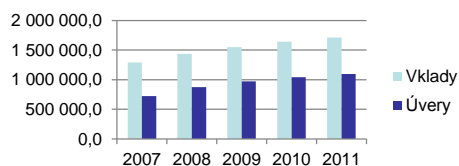


17

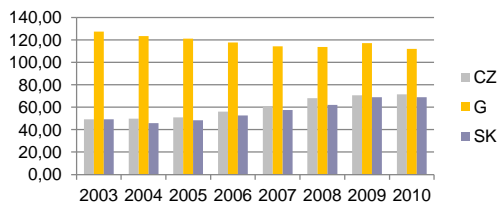
SOFTECON 2012

... je z pohľadu trhu reálna

| | 2012 | 2014 | 2016 |
|---|------|------|-------|
| Rast celkového počtu klientů bánk (základ 2011) | 3.5% | 9% | 14.5% |



Rast úverů domácností za 5 rokov 50%
Rast vkladů domácností za 5 rokov 33%



Podiel úverů domácností k HDP (v %) je
naďalej nízky

18

SOFTECON 2012

Zhrnutie

Záver

Výstupy bankovej štúdie až prekvapivo presne korelujú s výsledkami súčasných podobne orientovaných analýz

1. Tradičné distribučné kanály nezaniknú, budú sa naďalej rozvíjať
2. Smartphone kanál bude mať čoskoro každá inštitúcia. Dôležité začne byť jeho začlenenie do celkovej stratégie. Otázkou už nie je ČI, ale AKO.
3. Príchod nových technológií, zmeny chovania klienta a hospodársky vývoj v rokoch 2008-9 a 2011-12 výrazne ovplyvňuje pohľad na banky. Vznikajú nové kritériá hodnotenia finančných inštitúcií zo strany klientov. Banka prestáva byť kamenným symbolom stability, stáva sa moderným poskytovateľom služby.
4. Potenciál nových distribučných kanálov nie je využívaný naplno. Smartphone dokáže viac akoVáš počítač doma na stole.
5. Táto štúdia odhaduje 3 nové budúce trendy
 - Osobnejší vzťah s emóciou
 - Inšpirácia z iných oblastí
 - Partnership

Ďakujem.

Čas na Vaše otázky ...

