

Biuletyn edukacyjny BODiE

Nr 1/10/2018

Banki nie mogą tracić klientów

Janusz Orłowski

Blisko trzystu przedstawicieli sektora finansowego oraz branży informatycznej wzięło udział w czwartej edycji Asseco Banking Forum, która odbyła się w Warszawie. Tematem konferencji był rozwój usług pozabankowych i nowoczesnych platform elektronicznej obsługi klientów, a także wykorzystanie mechanizmów sztucznej inteligencji w systemach bankowych.

W debacie zatytułowanej „Nowe kanały. Nowe produkty. Czy bank powinien sprzedawać pizzę?” wzięli udział: Piotr Czarnecki, prezes zarządu Raiffeisen Bank Polska, Adam Marciniak, wiceprezes zarządu PKO BP, Zbigniew Pomianek, wiceprezes zarządu Asseco Poland, Feliks Szyszkowski, wiceprezes zarządu Santander Bank Polska oraz Mariusz Wójcik, członek zarządu AXA Życie TU. W ocenie dyskutantów wyzwaniem technologicznym jest obecnie zmiana modelu biznesowego banków i potrzeba dostępu do danych o klientach. Coraz trudniej jest bowiem stworzyć gotową ofertę bez niezbędnych informacji. Jeśli już mamy pomysł takiego rozwiązania, to trzeba jeszcze wiedzieć, gdzie go można zweryfikować. Żeby skutecznie konkurować na rynku trzeba najpierw przygotować spersonalizowaną ofertę. A to jest zadanie niezwykle trudne bez zaawansowanych technologii analitycznych. Bankowość będzie się rozwijać w kierunku sztucznej inteligencji przede wszystkim w Chinach i Stanach Zjednoczonych. Najważniejsze jest jednak znalezienie odpowiedzi na realne potrzeby klienta. Klienci są przygotowani do funkcjonowania w nowoczesnym świecie, który jest światem przyszłości. Dlatego banki muszą się także w tym świecie pojawić. Jeśli chcemy żeby klient korzystał z usług finansowych, to banki muszą im te usługi zaoferować. Widać duże oczekiwania klientów i dlatego jeżeli takie usługi pojawią się na rynku, to klienci z pewnością, od razu zaczną z nich korzystać. Dyskutanci podkreślali w swoich wypowiedziach, że wciąż przewaga instytucji bankowych nad innymi firmami świadczącymi usługi finansowe, polega na zaufaniu do banków

i gwarantowanym przez nie bezpieczeństwem, zarówno przeprowadzanych operacji finansowych, jak i ulokowanych depozytów. Bankowcy nie mogą jednak patrzeć obojętnie, kiedy na ich pole działania wchodzi firma z branży FinTechów. Ale trudno im będzie nawiązać walkę o klientów w sytuacji, kiedy instytucje finansowe muszą spełniać liczne wymagania nadzoru bankowego, a inne przedsiębiorstwa oferujące swoje usługi na rynku finansowym, nie mają takich ograniczeń. Zdaniem osób biorących udział w dyskusji, zmienia się mentalność klientów. Banki przygotowały dla nich doskonałą ofertę usług świadczonych za pośrednictwem Internetu i urządzeń mobilnych. Mimo tego, klienci wciąż oczekują na nowe rozwiązania technologiczne, które jeszcze bardziej uprościć świadczenie usług finansowych drogą elektroniczną i zaproponują nowe kanały komunikacji. Coraz częściej usługi finansowe są „obudowane” ofertą z innych branż, jak chociażby telekomunikacyjnej, czy handlowej. Warto tutaj zapytać, czy w takich przypadkach będą równie sprawnie realizowane, jak usługi tylko z branży finansowej? Bankowcy radzą sobie wprowadzając przede wszystkim coraz więcej nowych produktów, głównie z dziedziny ubezpieczeń, wymiany walut i finansowego doradztwa personalnego. Przedstawiciele firm z branży FinTechów podkreślają, że dzisiaj banki dysponują tylko pieniędzmi, natomiast oni mają klientów. Przekonują też, że wiedzą o swoich klientach dużo więcej niż banki i dla rozwoju swojego biznesu potrzebują przede wszystkim pieniędzy.

Banki powinny szukać takich rozwiązań, które z punktu widzenia klienta spowodują lepszą jakość świadczonych usług i łatwość dotarcia do nich oraz skorzystania z proponowanej oferty. Nowe produkty, także pozafinansowe, są dobrym rozwiązaniem, ponieważ umożliwiają klientom załatwienie kilka spraw w jednej placówce bankowej. Pojawia się jednak pytanie, w jaki sposób wprowadzić do oferty bankowej nowe produkty, na przykład ubezpieczeniowe, wykorzystując do tego nowoczesną technologię? Uczestnicy dyskusji byli zdania, że potrzebna jest wielokanałowość świadczonych usług bankowych, bo to ułatwi do nich dostęp. Natomiast oferta powinna być kierowana do konkretnego klienta.

Dzisiaj funkcjonują już systemy analityczne wykorzystujące sztuczną inteligencję, które są wykorzystywane, na przykład, na rynku walutowym. Być może trzeba wprowadzić podobne rozwiązanie w bankach, nawet wtedy, gdy nie będą miały znaczenia z punktu widzenia zwiększania dochodów ale za to pozwolą na wykorzystanie zdobytego doświadczenia w oferowaniu innych usług.

Świat zmienia się bardzo szybko. Widać to szczególnie w takich krajach, jak Chiny czy USA, w których nie ma takich ograniczeń regulacyjnych, jak w Polsce (RODO), podkreślali dyskutanci. Instytucje finansowe nie mogą jednak zostawać w tyle za wielkimi korporacjami, które idealnie wychwytyją potrzeby klientów i wprowadzają na rynki swoją ofertę. Banki powinny przede wszystkim robić to, na czym się najlepiej znają. Zwłaszcza, że klienci wiedzą intuicyjnie, co im się najlepiej opłaca. Jeśli konsument może w portfelu internetowym, za pomocą jednego kliknięcia, kupić bilet za skorzystanie, na przykład z parkingu, to z pewnością skorzysta z takiej możliwości. I takim klientem na pewno zainteresują się firmy z branży FinTechowej, ponieważ im nie tyle zależy na świadczeniu usług bankowych, ile na konsumentach, dla których mogą przygotować bardzo różnorodną ofertę handlową. W tym miejscu dyskusji, pojawiły się obawy, czy z czasem banki nie zostaną sprowadzone do roli, do jakiej zredukowani zostali operatorzy usług telekomunikacyjnych. Oni także liczyli na wartość dodaną, jaką będą mogli pozyskać, dzięki poszerzeniu oferty o nowoczesne technologie. Bo przecież klienci chcieli mieć usługi telekomunikacyjne realizowane, jak najszybciej, w jak najszerszym zakresie i jak najtaniej. Wdrożenie nowoczesnych technologii spowodowało, że sytuacja operatorów zmieniła się niemal z dnia na dzień, ponieważ ich klienci mogli sobie wybrać dowolnego dostawcę usług i przenieść się do innej firmy. W efekcie, dzisiaj operatorzy stali się tylko dostawcami infrastruktury telekomunikacyjnej. To powinno być ostrzeżeniem dla bankowców. Zdaniem dyskutantów, banki będą jednak chciały przytrzymać swoich klientów zwłaszcza, że samo posiadanie danych o konsumentach, wcale nie kreuje jeszcze wartości. To jest tylko środek do pozyskania do-

datkowej wartości. Być może banki zdobędą nowych i utrzymają dotychczasowych klientów, dzięki najbardziej dochodowym produktom, jakimi są, na przykład, kredyty długoterminowe. Warto też pamiętać, że dla wielu osób banki wciąż są gwarantem bezpieczeństwa i solidności. Coraz bardziej jest widoczny trend poszukiwania przez instytucje finansowe nowych rodzajów usług i produktów. Zwłaszcza takich, które można zaoferować w szerokim pakiecie. Na razie jednak jakość ich świadczenia pozostaje w tyle za zagranicznymi instytucjami finansowymi, chociaż mamy już sprawdzone, nowoczesne rozwiązania technologiczne. Przed nami wciąż jednak pozostaje wyzwanie, w jaki sposób można działać inaczej? Trudno jest zmieniać klientów. Trzeba się raczej liczyć z ich potrzebami, chociaż i oni zaczynają się trochę zmieniać, może nie tak szybko, jak byśmy tego chcieli. W ocenie dyskutantów, banki muszą znajdować pieniądze na nowe rozwiązania technologiczne. Podstawowa zasada jest bowiem taka, że jeśli rośnie liczba klientów, to rosną także zyski. Trzeba jednak pamiętać, że wzrastająca globalnie konsumpcja będzie powodowała zmianę dotychczasowych ról instytucji finansowych. Utrzymanie tych ról stanie się koniecznością, chociaż wielu klientów banków jest także klientami innych firm funkcjonujących na rynku finansowym. To oznacza, że w najbliższych kilku latach banki mogą być wypychane z rynku przez innych, konkurencyjnych dostawców usług. Pewne jednak jest, że ze względu na rentowność i konieczność utrzymania klientów, będą wprowadzały ułatwienia technologiczne zapewniające również możliwość świadczenia nowego rodzaju usług.

Trzeba się jednak liczyć z tym, że klienci są skłonni płacić za usługi finansowe także innym pośrednikom, a nie tylko bankom. Przede wszystkim dlatego, że to konsumenci decydują o wyborze usługodawcy. Usługi finansowe związane będą jednak z pewną kulturą zachowań, wynikającą chociażby z naszych tradycji i przyzwyczajzeń.

Natomiast najwięksi gracze na rynku już zbudowali nową infrastrukturę finansową i będą się upominali o pieniądze, które im się należą za obsługę klientów, bo to oni ich mają i nimi zarządzają. Wiedzą o nich bardzo dużo i tym samym są w stanie ich nakłonić, poprzez swoje produkty, do korzystania także ze swojego pośrednictwa finansowego. Zdaniem dyskutantów, warto żeby banki myślały o współpracy z firmami pośrednictwa finansowego z branży FinTechów, bo w ten sposób, obie branże, mogą się uzupełniać. Zwłaszcza, że są jeszcze obszary rynku wciąż pozostające do zagospodarowania. Banki powinny jednak kierować swoją uwagę przede wszystkim na te pola działania, które są naturalnym obszarem ich funkcjonowania. Powinny też robić wszystko żeby nie tracić klientów, bo przecież dzięki nim żyją.

Bankowość spółdzielcza wobec wyzwań otwartego rynku cyfrowego

Piotr Górski

BODiE zorganizował 4 października w Poznaniu konferencję skierowaną m.in. do kadry zarządzającej banków spółdzielczych zrzeszenia SGB.

Przyszłość jest nieunikniona

Witając uczestników, prezes zarządu BODiE Maciej Wojtaszek, podkreślał nieuchronność zmian, które w niedalekiej przyszłości czekają banki spółdzielcze i zastanawiał się nad konsekwencjami, jakie one przyniosą spółdzielczemu sektorowi finansowemu. Zwracał uwagę, że już dzisiaj, wielu ekspertów mówi o podnoszeniu efektywności działania banków uzyskiwaną przez zamykanie oddziałów, placówek i przenoszenie całości funkcjonowania w świat wirtualny, który nabiera cech przestrzeni rynkowej. Potęguje to dyrektywa PSD 2 dopuszczająca FinTechy do działalności zastrzeżonej dotąd wyłącznie dla banków. Ale jak całość tych procesów może kształtować i wpływać na usługi świadczone przez banki spółdzielcze w naszym kraju? Przygotowując to dzisiejsze spotkanie – kontynuował prezes Wojtaszek – chcieliśmy przedstawić pewną wizję tego procesu. Jak on może wyglądać na świecie i w Polsce? Jak bankowość już na to reaguje, co sfera tradycyjnych finansów – zwłaszcza spółdzielcza – może podjąć w rywalizacji z FinTechami? I czy taka "walka" jest w ogóle sensowna? Zamiast krótkiego wprowadzenia, prezes BODiE zaprezentował egzemplarz książki Johna Waupsh'a "Bankruption. Przełom w bankowości", której wydawcą jest BODiE. I właśnie w tej publikacji – dowodził prezes Wojtaszek – jest gotowa odpowiedź na to, w jaki sposób, banki lokalne na swoim rynku mogą wygrać z FinTechami. Autor książki, w bardzo przystępnej formie praktycznego poradnika, przekonuje, że lokalna bankowość, otwierając się na zmiany, nowoczesne rozwiązania i indywidualność swoich klientów, nie musi obawiać się konkurencji ze strony dużych banków lub startupów. Zamiast więc wygłaszać dzisiaj własne poglądy na temat wyzwań płynących dla banków spółdzielczych ze strony otwartego rynku cyfrowego prezes Wojtaszek zachęcił wszystkich zainteresowanych do zapoznania się z książką "Bankruption. Przełom w bankowości".

Każdy ma swoje wyzwania

Gość konferencji, Mirosław Skiba, prezes zarządu SGB, wyrażając radość z możliwości uczestniczenia w spotkaniu poświęconym tak ważnym kwestiom, zauważał, że bankowość spółdzielcza w Polsce nie znajduje się gdzieś na marginesie oczekiwanych zmian. Jesteśmy w głównym nurcie – mówił prezes Skiba – tego, co się na świecie dzieje. Musimy być bardzo blisko i to pomimo tego, że każdy ma już dzisiaj swoje, inne wyzwania. Prezes Skiba wyraźnie utrzymywał, że nie można obecnych zadań traktować jako usprawiedliwienia ewentualnych zapóźnień, zwłaszcza w dziedzinach związanych z technologią, z tym, co się dzieje dookoła nas. Nie byłoby możliwe – kontynuował – takie wchodzenie nowych biznesów opartych o zupełnie inne niż dotąd modele, gdyby nie nowinki technologiczne. Gdy i my je wdramy, to – na szczęście – mamy do czynienia wciąż z taką sytuacją, w której FinTechy potrzebują banków – mówił Mirosław Skiba. Banki natomiast, mogą wykorzystywać synergii działania wraz z startupami. – Banki mają jeszcze teraz łatwiej w radzeniu sobie z wyzwaniami – podkreślał – bo to one dysponują kontaktami z klientami i mają ich zaufanie. Jeżeli we właściwy sposób będą w stanie wykorzystać ten potencjał, który drzemie w tych nowych modelach, ideach, które pojawiają się na rynku, to znajdą się w gronie wygranych. Wszystko wiąże się jednak tu z tym, że musimy jednocześnie odpowiadać na dotychczasowe wyzwania związane z regulacjami. Ze zmniejszającymi się marżami, z bardzo ostrą konkurencją i w tym samym czasie być przygotowanym na nowe sytuacje, a także "uzbroić się" w nowe technologie. Tego drugiego nie można odkładać na później – zauważał prezes Skiba. – To musi przebiegać jednocześnie. Nie można bowiem liczyć, że któryś z uczestników rynku nam to spóźnienie odpuści. Nie można się też spodziewać, że klienci poczekają. efektywnością, a efektywności nie da się poprawić bez wchodzenia w najnowszą technologię. To jest,

w pewnym sensie, domknięty, bardzo mocno ze sobą powiązany, cykl zdarzeń. Zależy jest również od inwestycji, które niezbędne są nie tylko w sprzęt, czy odpowiednie schematy organizacyjne, ale również w wiedzę pracowników, w ich odpowiednie podejście do bankowości spółdzielczej i klienta – podsumowywał prezes SGB.

Działalność bankowa to zawsze relacja z drugim człowiekiem

Dr Piotr Juda, ekspert niezależny, były wieloletni prezes Toyota Bank Polska podjął na samym wstępie swojego tematu, że specyfiką działalności finansowej, w tym banków spółdzielczych jest nastawienie bezpośrednie na drugiego człowieka. Istotne są więc zmiany demograficzne, ponieważ zmiana struktury społecznej wpływa na rynek pracy, rynek dóbr i usług, a także wybory polityczne. Dr Juda uważał, że na funkcjonowanie bankowości, w tym spółdzielczej, wpływ będzie miał taki banalny fakt, iż nowy, młody klient nie potrafi wyobrazić sobie życia bez telefonu komórkowego. Z drugiej strony, sektor bankowy, jako dziedzina ściśle regulowana, jest bardzo uzależniony od czynnika politycznego i ponadpaństwowej sytuacji ekonomicznej. W Polsce widoczne jest to m.in. w wycofywaniu się banków europejskich, jak również w prognozach mówiących o stopniowym spadku roli banków w życiu gospodarczym. Marzeniem krytyków tego sektora jest finansowanie gospodarki przez rynek kapitałowy, jak również oszczędzanie z pominięciem banków. FinTechy są faktem, wiele z nich z sukcesem wyszło z fazy start-upów – podkreślał ekspert. Przedstawił modele działania FinTech w usługach bankowych, wśród których wyróżnił: broker kredytowy (np. Kabbage o wartości rynkowej 1 mld USD), peer to peer lending (np. Prosper – wartość rynkowa 1,9 mld USD), z nastawieniem stricte na usługi płatnicze (np. Transferwise – wartość rynkowa 1,1 mld USD) oraz usługi płatnicze w powiązaniu z działalnością depozytowo-kredytową (np. Klarna – wartość rynkowa 2,25 mld USD). W doborze przykładów do tej klasyfikacji kierował się wykazem firm o największym wzroście wartości liczonego w 2017 r. w porównaniu do roku 2009.

Dojrzałość ponadprzeciętna

Polska znajduje się wśród krajów, które można określić mianem cyfrowych liderów bankowości – dowodził z kolei dr Grzegorz Cimochoński, partner, wiceprezes zarządu Deloitte, Lider Sektora Instytucji Finansowych w Polsce oraz Lider Doradztwa Strategicznego w Sektorze Finansowym w Europie Środkowej. W swoim wystąpieniu "Dojrzałość cyfrowa banków – raport Deloitte 2018" informował, że nasz kraj znalazł się na 5. miejscu w badaniu EMEA Digital Banking Maturity 2018 przeprowadzonego przez firmę doradcą Deloitte. Największy wpływ na to, czy dany kraj jest na czele cyfrowego wyścigu ma presja ze strony klientów oraz konkurentów rynkowych. O tym, kto w przyszłości stanie na podium, zdecyduje odnalezienie się w świecie otwartej bankowości oraz poszerzenie oferty o usługi pozabankowe. Dziś mianem "cyfrowego" określa się niemal każdy bank, a jeszcze kilka lat temu nieliczne instytucje wspomi-

nały o cyfryzacji w swoich planach rozwoju. Obecnie proporcje są dokładnie odwrotne, gdyż mało która instytucja finansowa nie opiera swojej strategii na cyfryzacji. Postanowiliśmy więc sprawdzić, kto naprawdę zasługuje na tytuł cyfrowego lidera, czyli banku, który oferuje klientom użyteczne i istotne z ich punktu widzenia funkcjonalności w przyjaznym klientowi interfejsie – mówił wiceprezes Cimochoński. Wykazywał jednocześnie, że Polskie banki osiągnęły lepsze wyniki od średniej w regionie Europa i Bliski Wschód we wszystkich sześciu analizowanych etapach interakcji z klientem, tj. poszukiwaniu informacji o banku, otwieraniu konta, wdrażaniu klienta, codziennej bankowości, poszerzaniu relacji oraz zakończeniu relacji klienta z bankiem. Najsłabiej wypadają w dwóch obszarach: otwieraniu i zamykaniu konta.

Bankowość jest konserwatywna, więc może zostać w tyle

Badanie Deloitte zostało przeprowadzone w 238 bankach i 10. FinTechach oferujących usługi bankowe z 38 krajów Europy i Bliskiego Wschodu. W Polsce przebadano 15 instytucji. W tym celu otwarto prawdziwe konta w badanych bankach, aby przeanalizować 826 funkcjonalności. Badanie zostało zakończone ankietą satysfakcji wśród ośmiu tysięcy klientów. Jednocześnie w wielu przypadkach jest tak, że instytucja finansowa cyfryzacją nazywa funkcjonowanie w świecie wirtualnym. Nadal jednak oferuje te same produkty i usługi, które, przedtem, były dostępne w tradycyjnym oddziale. Trudno więc to zaliczyć do uczestnictwa w cyfrowej rewolucji. Co więcej, wiceprezes Deloitte, nie ukrywał, że w jego przekonaniu, bankowość, także spółdzielcza, ze swej natury jest konserwatywna. Mimo to, badanie Deloitte wykazało, że banki w Polsce są w czołówce procesu. Tymczasem w Europie Środkowej jest wciąż 11 mln, a w całej Europie 60 mln klientów, których można określić jako "zakładników oddziałów". Pragną oni – z jednej strony – używać kanałów cyfrowych, a z drugiej – wciąż uznają bankowość internetową lub mobilną za zbyt kłopotliwą. Jest to grono klientów, o które banki będą toczyć walkę. Ważne by polskie banki wykorzystały szansę, która się przed nimi otwiera.

Bankowość emocjonalna szansą dla spółdzielców

Inny pogląd działalności bankowej w Polsce przedstawiła prof. dr hab. Ewa Miklaszewska z Katedry Bankowości Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. W wystąpieniu "Wyzwania strategiczne dla sektora bankowości spółdzielczej" kończącym I blok, skoncentrowała się na wynikach badań ankietowych, które przeprowadziła w latach 2013, 2016 i 2018. W konkluzji wystąpienia stwierdziła, że należy zmienić dotychczasowy paradygmat w strategii banków spółdzielczych: nie skala działalności jest ważna, ale technologia. Podkreśliła przy tym m.in., że stosunek do nowych technologii będzie jednym z fundamentalnych problemów w decyzjach strategicznych banków. Jej zdaniem, zagrożeniem może być to, że zajęte zmianami regulacyjnymi banki spółdzielcze nie docenią wyzwań płynących spoza sektora bankowego. Ponadto

zauważała potrzebę nie tylko digitalizacji produktów i kanałów kontaktu banku z klientem, ale również zmiany wewnętrznej architektury organizacyjnej spółdzielczych instytucji finansowej. Odnosząc się do przyszłości, utrzymywała, że szansą dla banków w konfrontacji z FinTechami jest przede wszystkim występująca w ich funkcjonowaniu bankowość emocjonalna. Ponadto zyskać one mogą "lepsze procesy, większą konkurencję i innowacyjne wykorzystanie danych". Przede wszystkim banki spółdzielcze powinny się łączyć, bo w pojedynkę nie osiągną sukcesu ani w walce konkurencyjnej, ani w sfinansowaniu niezbędnych inwestycji. Prelegenci nie stwarzali złudzeń i dowodzili, że brak fuzji oznacza – w przyszłości – upadłość banków spółdzielczych.

Przyszłość w trendach

Michał Krakowiak, wiceprezes zarządu Krajowego Związku Banków Spółdzielczych, całość swej prezentacji poświęcił kierunkom rozwojowym banków spółdzielczych, wskazując priorytety oraz zagrożenia dotyczące przyszłości tego typu instytucji. Najbardziej pożądane w rozwoju bankowości spółdzielczej są: consensus wokół modelu rozwoju i bezpieczeństwa, nastawienie na jutro (przy zachowaniu szacunku dla tradycji, przezwyciężenie syndromu wąskiego horyzontu („działaj lokalnie ale myśl globalnie” – mantra współczesnych procesów biznesowych), zapewnienie wygody i dogodności dla klientów lub członków, powrót do spółdzielczych wartości.

Profesor liczy "futurystów"

Odejściem od ściśle bankowej tematyki była prelekcja prof. dr. hab. inż. Wojciecha Cellarego z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu zatytułowana: "Banki spółdzielcze przed wyzwaniem wielogeneracyjnego społeczeństwa 4.0". Roztoczył wizję świata, w której płatności realizowane są automatycznie po rozpoznaniu danej osoby. "Podjeżdżam pod dystrybutor na stacji benzynowej, tankuję paliwo i odjeżdżam, a należność została już uiszczona, bo zostałem zidentyfikowany i powiązany z kontem bankowym" – tłumaczył naukowiec. Nie podał, co się stanie w przypadku, gdy zawiedzie technika. Mówił natomiast o zmianie sposobu płacenia. Zamiast określonej kwoty możemy zacząć płacić strumieniowo, czyli nasze

konto się umniejsza tak długo, jak z czego korzystamy (np. z toalety). Przedstawił także wpływ relacji zwrotnej fabryki, w której stosuje się zintegrowaną robotykę (tzw. przemysł 4.0) na załogę, która na co dzień ma z robotami do czynienia. W pewnym momencie przerwał swój wywód i zadał pytania o to kto na sali uważa, że w niedługim czasie roboty zastąpią obsługę w placówkach bankowych, kto jest za tym, że to szybko nie nastąpi oraz czy są na sali zwolennicy tezy, że nigdy do tego nie dojdzie. Okazało się, że ci ostatni są w zdecydowanej mniejszości. Dowodził, że bankowość w wielogeneracyjnym, rozwarstwionym zróżnicowanym edukacyjnie i technologicznie społeczeństwie 4.0 będzie zależna od stopnia adaptacji ludzi do rozwiązań gospodarki 4.0. Kwestia obsługi finansowej najbardziej cyfrowych warstw społecznych zostanie poddana presji ze strony globalnych graczy, a ta sama działalność wobec mało cyfrowych i analogowych warstw społecznych będzie kosztowna i ograniczona. Otwartym wyzwaniem stojącym przed sektorem bankowym profesor określił natomiast obsługę finansową rzeczy i środowisk.

Rozwiązania, ubezpieczenia, kody

Zaraz po wystąpieniu prof. Cellarego głos zabrał Marcin Kotus, z SGB-Banku. Zaprezentował mechanizm tworzenia mobilnego banku spółdzielczego (Bank spółdzielczy 4.0). Ofertę Concordii i jej szczegółów dla banków spółdzielczych przedstawił Tomasz Kromolicki, dyrektor Biura Bancassurance, Concordia Ubezpieczenia. Skupił się na wykazaniu roli, którą spełniają nowoczesne kanały dystrybucji polis ubezpieczeniowych. W jeszcze większym stopniu na praktykę były nastawione ostatnie trzy prelekcje. Maciej Zaremski, trener biznesu, przekonywał, że każdemu klientowi można przypisać indywidualny kod, który ułatwi spełnienie oczekiwań tej osoby, a także umożliwi stworzenie oferty dostosowanej także do innych klientów o podobnych cechach. Kody to "motywy, jako konfiguracja samego kodu „teraz”; predykcja, jako przewidywanie motywów przyszłych oraz ewaluacja kodowania przez nadawcę i odbiorcę. Artur Maciorowski z Online Marketing instruuował, w jaki sposób spółdzielcza instytucja finansowa powinna wchodzić w wirtualny świat swoich klientów i jakie korzyści może przez to osiągnąć.



Przyjmujemy zapisy na szkolenia realizowane przez BODiE w najbliższym czasie:

Data	Temat szkolenia	Miejsce	Koordynator	Cena	
				12 os. i pow.	poniżej 12 os.
05.11.2018	Komórka do spraw zgodności i jej zadania w banku spółdzielczym.	Bydgoszcz	Oddział Bydgoszcz	430,00 zł	500,00 zł
05.11.2018	Realizacja umowy o prowadzenie mieszkaniowego rachunku powierniczego	Warszawa	Oddział Warszawa	390,00 zł	420,00 zł
06.11.2018	Zamknięcie roku 2018 w banku	Poznań	Oddział Poznań	430,00 zł	500,00 zł
06.11.2018	Podatek VAT w BS od podstaw z uwzględnieniem zmian od 01.07.2018 r.	Lututów	Oddział Warszawa	480,00 zł	560,00 zł
06.11.2018	Akademia Ryzyka Bankowego: ryzyko stóp procentowych, operacyjne, dźwigni oraz zarządzanie kapitałowe i i proces ICAAP	Warszawa	Oddział Warszawa	450,00 zł	520,00 zł
08.11.2018	Matryca funkcji kontroli zgodnie z wymaganiami Rekomendacji H – praktyczne podejście.	Bydgoszcz	Oddział Bydgoszcz	450,00 zł	520,00 zł
09.11.2018	Podmioty powiązane – wspólne czy oddzielne ryzyko kredytowe banku – warsztaty komputerowe	Poznań	Oddział Poznań	450,00 zł	520,00 zł
13.11.2018	Warsztaty dla inspektorów ochrony danych – czyli jak odnaleźć się w RODO	Poznań	Oddział Poznań	440,00 zł	520,00 zł
13.11.2018	Warsztaty z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowania terroryzmu przez instytucje obowiązane sektora bankowości spółdzielczej zgodnie z ustawą z dnia 1 marca 2018 r.	Tczew	Oddział Bydgoszcz	430,00 zł	490,00 zł
13.11.2018	Rachunkowość bankowa – ABC.	Bydgoszcz	Oddział Bydgoszcz	380,00 zł	420,00 zł
13.11.2018	Kredyty z dopłatami ARiMR do oprocentowania – zasady udzielania oraz obsługi kredytów z linii RR, Z, K02, KSP	Warszawa	Oddział Warszawa	380,00 zł	440,00 zł
13-14.11.2018	Prawo do zamówień publicznych w praktyce Banku Spółdzielczego	Lututów	Oddział Warszawa	770,00 zł	890,00 zł
14.11.2018	Zarządzanie płynnością w bankach spółdzielczych w świetle CRD IV/CRR IV	Poznań	Oddział Poznań	400,00 zł	470,00 zł
14.11.2018	Efektywna windykacja należności kredytowych, z uwzględnieniem prawa upadłościowego w tym upadłości konsumenckiej.	Tczew	Oddział Bydgoszcz	490,00 zł	550,00 zł
14.11.2018	Analiza płynności i analiza wskaźnikowa w analizie finansowej podmiotów instytucjonalnych.	Bydgoszcz	Oddział Bydgoszcz	380,00 zł	440,00 zł
14.11.2018	Kurs dla członków Komitetu Audytu BS – Sprawozdanie finansowe banku spółdzielczego	Warszawa	Oddział Warszawa	420,00 zł	470,00 zł
15.11.2018	Sprawozdawczość obligatoryjna banków: MONREP.	Tczew	Oddział Bydgoszcz	400,00 zł	450,00 zł
15-16.11.2018	Skuteczna windykacja wierzytelności banku	Poznań	Oddział Poznań	660,00 zł	760,00 zł
16.11.2018	MSSF 9 – utrata wartości	Poznań	Oddział Poznań	500,00 zł	580,00 zł
16.11.2018	Wycena nieruchomości jako element ryzyka kredytowego.	Tczew	Oddział Bydgoszcz	490,00 zł	560,00 zł
16.11.2018	Warsztaty dla inspektorów ochrony danych – czyli jak odnaleźć się w RODO	Lututów	Oddział Warszawa	440,00 zł	520,00 zł
17.11.2018	Kredyty z dopłatami ARiMR do oprocentowania – zasady udzielania oraz obsługi kredytów z linii RR, Z, K02, KSP	Poznań	Oddział Poznań	350,00 zł	380,00 zł

Zadzwoń lub napisz:

Biuro Szkoleń i Rozwoju

Poznań

61-725

ul. Mielżyńskiego 20

T.: +48 61 42 37 201/202

F.: +48 61 42 37 109

E.: poznan@bodie.pl

Bydgoszcz

85-950

ul. Chodkiewicza 89-91

T.: +48 52 32 35 265

F.: +48 52 32 89 252

E.: bydgoszcz@bodie.pl

Warszawa

01-258

ul. Wolska 191 (Hotel Colibra)

T.: +48 22 20 83 882

F.: +48 22 83 69 962

E.: warszawa@bodie.pl