

## e-BANKING

Τη δυναμική διείσδυση των νέων τεχνολογιών στο χώρο των τραπεζικών συναλλαγών και στον καθοριστικό ρόλο που αναμένεται να παίξουν στη διαμόρφωση των σχέσεων μεταξύ τραπεζών και του καταναλωτικού κοινού, παρουσιάζει το αφιέρωμα για την ηλεκτρονική τραπεζική.

Το μήνυμα που ξεκάθαρα δίνει η εγχώρια αλλαγή και η διεθνής τραπεζική αγορά είναι πως οι τεχνολογίες αλληλάζουν τη μορφή των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών. Μάλιστα σε πρόσφατο συνέδριο που πραγματοποιήθηκε στη Βαρκελώνη, η Visa Europe για τις τράπεζες μέλη της, η διοίκησή της επεσήμανε πως η τράπεζα αναμένει το διάστημα αυτό ανάπτυξη των ανέπαφων πληρωμών, των πληρωμών μέσω κινητών και την ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Στο πλαίσιο του συνεδρίου η Visa Europe ανακοίνωσε ότι θα επενδύει 100 εκατ. ευρώ σε ετήσια βάση για την περαιτέρω ανάπτυξη της τεχνολογίας πληρωμών μέσω κινητών και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σύμφωνα με στελέχη ελληνικών τραπεζών, η τάση αυτή αναγνωρίζεται πλέον και στη χώρα μας. Για το σκοπό αυτό οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί επεκτείνουν τις τεχνολογικές τους δυνατότητες με στόχο τη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών και την ενίσχυση των ανταγωνιστικών τους πλεονεκτημάτων.



**Νέλλη Τζάκου - Λαμπροπούλου**

Γενική Διευθύντρια Λειτουργιών, ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

## Τα ηλεκτρονικά κανάλια τραπεζικής εξυπηρέτησης συνιστούν ενδεδειγμένη λύση

*Ποια είναι η άποψη της Εθνικής Τράπεζας για την ανάπτυξη του e-banking και του mobile banking και ποια είναι τα σχέδιά της προς αυτή την κατεύθυνση;*

Τα τελευταία χρόνια, το Internet banking έχει πλέον μετατραπεί από το “εναλλακτικό δίκτυο εξυπηρέτησης” που ξεκίνησε αρχικά στα μέσα της δεκαετίας του '90, σε βασική στρατηγική προτεραιότητα για τον τραπεζικό κλάδο διεθνώς. Η εξάπλωση του Internet banking την τελευταία δεκαετία ήταν πολλαπλασιαστική από το αναμενόμενο. Είναι χαρακτηριστικό ότι στις Η.Π.Α. σήμερα, χρησιμοποιείται από σχεδόν το 50% των νοικοκυριών. Καθώς η αγορά του Internet banking στις Η.Π.Α. και στη Δυτική Ευρώπη βρίσκεται σε στάδιο ωρίμανσης, οι ρυθμοί ανάπτυξής του επιβραδύνθηκαν το 2010 (ρυθμός ανάπτυξης 8% την τελευταία τετραετία). Αντίθετα, το mobile banking βρίσκεται σε δυνα-

μική τροχιά ανάπτυξης, ξεπερνώντας σε ρυθμό αύξησης το 50% το 2010. Το 2011 προβλέπεται να προστεθούν στις Η.Π.Α. 5 εκατ. νέοι χρήστες στο mobile banking έναντι 2 εκατ. νέων νοικοκυριών στο Internet banking (στοιχεία Online & Mobile Banking Forecast, Online Banking Report, Ιανουάριος 2011). Η ραγδαία ανάπτυξη του mobile banking διεθνώς οφείλεται στην ευρεία εξάπλωση των έξυπνων συσκευών κινητής τηλεφωνίας στην παγκόσμια αγορά, στη μείωση του κόστους του mobile banking, αλλά και στη γενικότερη βελτίωση της ποιότητας

του περιεχομένου του mobile Internet. Ο δε ταχύτερος ρυθμός ανάπτυξης σε σχέση με το Internet banking εξηγείται και από το γεγονός ότι οι κύκλοι αφομοίωσης κάθε νέας καινοτομίας στην τεχνολογία γίνονται όλο και πιο σύντομοι.

Στη χώρα μας, η αγορά του Internet banking έχει ακόμη μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης. Η χρήση του i-bank Internet banking της Εθνικής Τράπεζας σημείωσε μέσα στο 2010 αύξηση +30% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, διαθέτοντας σήμερα περισσότερους από 500.000

“ Στον τραπεζικό κλάδο οι πληρωμές, μικρής αξίας συνήθως, μέσω κινητών (mobile payments), αποτελούν εύχρηστες και ασφαλείς λύσεις ”

εγγεγραμμένους χρήστες, ενώ η συνολική αξία των συναλλαγών μέσα στο 2010 αναλογούσε σε περίπου €20 δις. Σημαντική είναι και η ανάπτυξη του i-bank mobile banking της Εθνικής, που αποτελεί και την πρώτη εφαρμογή για i-phone στη χώρα μας. Η αποδοχή της λύσης με 16.000 downloads και πάνω από 9.000 ενεργοποιημένους χρήστες επιβεβαιώνει και στην Ελλάδα, αυτό που διεθνώς όλες οι μεγάλες τράπεζες έχουν ως στρατηγική: την ανάπτυξη του κινητού, της πλέον προσβάσιμης συσκευής από όλον τον κόσμο, ως ένα από τα βασικά μέσα παροχής των υπηρεσιών τους. Με δεδομένο λοιπόν ότι το ενδιαφέρον των πελατών για τα παραπάνω ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης, αλλά και οι απαιτήσεις τους από αυτά, αυξάνονται και θα συνεχίσουν να αυξάνονται στο μέλλον, η Εθνική Τράπεζα θα συνεχίσει να επενδύει στον εμπλουτισμό τους με νέες επιλογές πληρωμών, αλλά και νέες διαθέσιμες υπηρεσίες, όπως π.χ. η διενέργεια Χρηματιστηριακών Συναλλαγών μέσω κινητού.

*Ποιος είναι ο μέχρι στιγμής απολογισμός της εφαρμογής λύσεων τεχνολογίας στη δραστηριότητα της Εθνικής και εάν θεωρείτε πως στην παρούσα κρίση η επένδυση σε τεχνολογία είναι πολυτέλεια ή ανάγκη;*

Οι τράπεζες, αν θέλουν να είναι επιτυχημένες, πρέπει να συμβαδίζουν με τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, τόσο σε ό,τι αφορά την εσωτερική τους λειτουργία, όσο και σε σχέση με την εξυπηρέτηση των πελατών τους. Για τη συνεχή βελτίωση της εσωτερικής λειτουργίας μας, επενδύουμε στην υλοποίηση και αναβάθμιση των τεχνολογικών μας υποδομών, με δύο κύριους στόχους:

**1.** την αύξηση της αυτοματοποίησης των εσωτερικών μας διαδικασιών χρησιμοποιώντας σύγχρονες και ευέλικτες τεχνολογίες (χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η αυτοματοποίηση χορήγησης δανείων καταναλωτικής πίστης μέσα από τεχνολογίες διαχείρισης επιχειρησι-



ακών διαδικασιών, η επεξεργασία επιταγών μέσα από σαρωτές στα καταστήματα, οι εφαρμογές για κεντροκοποιημένη υποστήριξη πληρωμών, νομιμοποιητικών εργασιών, τεχνικών ελέγχων, κ.ά.)

**2.** την πλήρη τήρηση των κανόνων που προβλέπονται από το σύγχρονο εποπτικό πλαίσιο (διαχείριση κινδύνων, ξέπλυμα χρήματος, κ.λπ.).

Ειδικά για τα ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης - i-bank της Εθνικής Τράπεζας, στα οποία η τεχνολογία είναι το κύριο συστατικό, η επένδυση σε εφαρμογή νέων λύσεων τεχνολογίας αποτελούσε και αποτελεί βασική προτεραιότητα της Τράπεζάς μας. Η ηγετική θέση της Εθνικής στην ελληνική αγορά σχετίζεται άμεσα με το γεγονός ότι:

- α.** διαθέτει το ευρύτερο δίκτυο ATM στη χώρα με περισσότερα από 1.500 σημεία,
- β.** το i-bank Phone Banking λαμβάνει διαρκώς διεθνή βραβεία,
- γ.** το i-bank Internet Banking είναι Νο 1 σε εταιρικές συναλλαγές, και
- δ.** το πρωτοποριακό i-bank Mobile Banking σημειώνει διαρκή και ταχύτατη αύξηση χρηστών και συναλλαγών.

Δεν είναι τυχαίο ότι στα i-bank ATM διαθέτουμε αυξημένες δυνατότητες, όπως κατάθεση χαρτονομισμάτων χωρίς φάκελο (BNA - Bulk Note Acceptor), ενώ αντίστοιχα το i-bank Phone Banking έχει υλοποιηθεί με τις πλέον σύγχρονες υποδομές

και υποστηρίζει πλήθος συναλλαγών όχι μόνο μέσω εκπροσώπου, αλλά και πλήρως αυτοματοποιημένα (IVR - Interactive Voice Recognition). Ο απολογισμός όλης αυτής της προσπάθειας στα ηλεκτρονικά δίκτυα εξυπηρέτησης, δεν μπορεί παρά να είναι θετικός και αυτό αποδεικνύεται από τη σημαντική αύξηση χρήσης που σημειώνεται κάθε χρόνο σε όλες τις βασικές υπηρεσίες i-bank. Το 2010 εξυπηρετήθηκαν στα ηλεκτρονικά δίκτυα της Εθνικής 136 εκατ. συναλλαγές αξίας περίπου €40 δις. Στην τρέχουσα μάλιστα περίοδο, όπου ο εξορθολογισμός του κόστους λειτουργίας είναι επιβεβλημένος, η επένδυση στην ανάπτυξη των ηλεκτρονικών καναλιών τραπεζικής εξυπηρέτησης όχι απλώς δεν αποτελεί πολυτέλεια, αλλά αντίθετα συνιστά ενδεδειγμένη λύση, συμπληρωματικά πάντα με το δίκτυο καταστημάτων, καθώς συνδυάζει τη λογική της self-service και ποιοτικής εξυπηρέτησης με το μειωμένο κόστος.

*Σύμφωνα με τα μέχρι τώρα δεδομένα αλλά και τις μελλοντικές σας εκτιμήσεις, ποιες τραπεζικές ανάγκες καλείται να καλύψει ο κλάδος των νέων τεχνολογιών;*

Είναι δύσκολο να περιορίσει κανείς τις εφαρμογές των λύσεων τεχνολογίας σε κάποιες μόνο περιοχές. Το παρελθόν έχει δείξει ότι μία τεχνολογική εφαρμογή που ακούγεται πρωτοποριακή και πιθανώς πολύ εξειδικευμένη σήμερα,



μπορούν να εκτελεστούν και μέσω Internet φτάνει τη 1 στις 3, ενώ το ποσοστό αυτό είναι πολύ μεγαλύτερο στις συναλλαγές των εταιρειών, καθώς και σε ορισμένες κατηγορίες συναλλαγών ιδιωτών (π.χ. εμβάσματα, πληρωμές, μεταφορές). Επίσης, τα ποσοστά διείσδυσης και χρήσης του e-Banking αυξάνονται σημαντικά στα πιο δυναμικά τμήματα της πελατείας (ελεύθεροι επαγγελματίες, ιδιώτες ανερχόμενης οικονομικής κατάστασης, άτομα ηλικίας 25 - 50 ετών, μεσαίες και μεγάλες εταιρείες, κ.λπ.) γεγονός ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για την εξέλιξη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Αναφορικά με το Mobile Banking, θεωρώ πως είναι αναμφισβήτητο το “ανερχόμενο άστρο” ανάμεσα στα δίκτυα διανομής τραπεζικών εργασιών. Τα κινητά τηλέφωνα τελευταίας τεχνολογίας, η διείσδυση των οποίων αυξάνεται συνεχώς, μας επιτρέπουν να προσφέρουμε διαδραστική τραπεζική εμπειρία στους πελάτες μας, τις πιο σύγχρονες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (π.χ. location based services), καθώς και συνέργιες μεταξύ των καναλιών της Τράπεζας.

Η εφαρμογή m-Banking της Eurobank είναι ήδη διαθέσιμη στα σημαντικότερα ηλεκτρονικά καταστήματα εφαρμογών (App Store, Ovi store, Android market) και η ανταπόκριση του πελάτων είναι σημαντική. Επιπλέον του Mobile Banking, το τελευταίο διάστημα ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στην ενίσχυση της διαδραστικότητας και στην άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες μας. Η δυνατότητα παραλαβής από τους πελάτες μας ειδοποιήσεων με τη μορφή sms ή email σχετικά με τη δραστηριότητα των τραπεζικών τους προϊόντων, καθώς και οι καινοτόμες τεχνικές ηλεκτρονικής επικοινωνίας Τράπεζας - Πελάτη όπως τα Click2Call, Click2Chat, μετατρέπουν το παραδοσιακό Internet Banking σε πρωτοποριακό Interactive Banking. Η τράπεζα μπορεί πλέον “να επικοινωνεί” με

αμεσότητα στον πελάτη, όταν και όπου αυτός το χρειάζεται, για να τον ενημερώνει, να τον ειδοποιεί ή να τον υποστηρίζει στις συναλλαγές του. Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται και νέοι δίαυλοι επικοινωνίας αναπτύσσονται, θα υπάρχει πάντα ζήτηση για καινούριους τρόπους και νέες μορφές self service banking.

*Ποιος είναι ο μέχρι στιγμής απολογισμός της εφαρμογής λύσεων τεχνολογίας στη δραστηριότητα της Eurobank και εάν θεωρείτε πως στην παρούσα κρίση η επένδυση σε τεχνολογία είναι πολυτέλεια ή ανάγκη;*

Η ηλεκτρονική τραπεζική της Eurobank, συμπλήρωσε 10 χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας ακολουθώντας πορεία ανάπτυξης και συνεχούς εξέλιξης. Σήμερα αποτελεί μια ολοκληρωμένη εμπειρία τραπεζικής εξυπηρέτησης, με πληθώρα διαθέσιμων συναλλαγών, πρωτοποριακούς μηχανισμούς διασφάλισης των

τα e-Statements και οι ειδοποιήσεις μέσω sms, οι οποίες συμβάλλουν σημαντικά και αυτές στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη της Eurobank. Στα 10 αυτά χρόνια, το e-Banking κατάφερε να αποκομίσει πληθώρα διακρίσεων τόσο από φορείς στην Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό. Πιο πρόσφατη διεθνής αναγνώριση αποτέλεσε η ανάδειξη της Eurobank ως “Καλύτερης Διαδικτυακής Τράπεζας για Καταναλωτές” (Best Consumer Internet Bank) στην Ελλάδα για το 2010, μια διάκριση που αποδίδεται για 6η χρονία από το Αμερικάνικο περιοδικό Global Finance (Σεπτέμβριος 2010). Η σημαντικότερη όμως επιβράβευση προέρχεται από τους χρήστες της υπηρεσίας e-Banking, το 94% των οποίων δήλωσε ικανοποιημένο από την υπηρεσία και μόλις το 1% δυσαρεστημένο! Στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον της “κρίσης” οι τράπεζες αναγκάζονται να επαναξιολογήσουν το μοντέλο λειτου-



“ Τα ποσοστά διείσδυσης και χρήσης του e-Banking αυξάνονται σημαντικά στα πιο δυναμικά τμήματα της πελατείας ”

συναλλαγών και διαδραστική 24ωρη εξυπηρέτηση. Στο πέρασμα των χρόνων, η υπηρεσία e-Banking πλησιαιώθηκε και από μια σειρά νέων εξελιγμένων online υπηρεσιών όπως το m-Banking,

για τους, με κύριο στόχο τη διατήρηση του πελατολογίου τους. Τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα δεν προσφέρουν πια δυνατότητες μεγάλης διαφοροποίησης. Επιπλέον οι πελάτες γίνονται όλο και

## e - B A N K I N G

“Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται και νέοι δίαυλοι επικοινωνίας αναπτύσσονται, θα υπάρχει πάντα ζήτηση για καινούριους τρόπους και νέες μορφές self service banking ”

περισσότερο απαιτητικοί από την συνολική τραπεζική τους εμπειρία, συναλλιάσσονται με περισσότερες από μία τράπεζες αποκτώντας έτσι συγκριτικό πλεονέκτημα, απαιτούν περισσότερο έλεγχο και διαφάνεια, ποιότητα στην εξυπηρέτηση και ειδικότερα η νέα γενιά θεωρεί πολύ σημαντική τη γρήγορη και οικονομικά πρόσφορη εξυπηρέτηση. Κάτω από αυτό το πρίσμα, συμπληρωματικά των παραδοσιακών μεθόδων εξυπηρέτησης, τα εναλλακτικά δίκτυα που στηρίζονται σε προηγμένες τεχνολογικές υποδομές, αποκτούν στρατηγικό πλεονέκτημα για τα τραπεζικά ιδρύματα, καθώς συνεισφέρουν στη δημιουργία μιας φθηνότερης, φιλικής, άνετης και καινοτόμας τραπεζικής εμπειρίας.

Σημαντικό όμως ρόλο σήμερα για τη συνέχιση των επενδύσεων σε νέες τεχνολογίες, παίζουν και οι κυβερνητικές πρωτοβουλίες για ενίσχυση της καινοτομίας και της διαφάνειας στις οικονομικές συναλλαγές. Είναι βέβαιο, ότι θα δώσουν σημαντική ώθηση στις ηλεκτρονικές συναλλαγές και στην “εναλλακτική” τραπεζική εξυπηρέτηση οι διατάξεις του νέου φορολογικού νόμου, καθώς και άλλες πρωτοβουλίες που διέπουν τις συναλλαγές μεταξύ δημοσίου και ιδιωτών ή επιχειρήσεων (ηλεκτρονική υποβολή στοιχείων, κάρτα πολίτη, κάρτα συναλλαγών, ηλεκτρονικοί διαγωνισμοί και ηλεκτρονικές προμήθειες, ηλεκτρονική ανάρτηση δημόσιου περιεχομένου, κ.λπ.) που βοηθούν στην εξοικείωση με τις εναλλακτικές μορφές εξυπηρέτησης. Για όλα τα παραπάνω λοιπόν, η επένδυση



στην τεχνολογία υποστήριξης καναλιών για την Eurobank, ακόμα και στη σημερινή οικονομική συγκυρία, συνεχίζεται και προσθέτει αξία στον οργανισμό και τους πελάτες του, τόσο βραχυπρόθεσμα με τη διάθεση νέων υπηρεσιών και προϊόντων, αλλά και σε βάθος χρόνου μέσω της συνεχούς αναβάθμισης και εξέλιξης των προσφερόμενων υπηρεσιών.

*Σύμφωνα με τα μέχρι τώρα δεδομένα αλλά και τις μελλοντικές σας εκτιμήσεις ποιες τραπεζικές ανάγκες καλείται να καλύψει ο κλάδος των νέων τεχνολογιών;*

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που βασίζονται σε υποδομές Service Oriented Architecture όπως της Eurobank, μπορούν να δημιουργήσουν και να προ-

βάλλουν μια συνολική εικόνα εξυπηρέτησης πελατείας μέσω καναλιών, με επίκεντρο την διαδραστικότητα και την ομοιογενή, ολοκληρωμένη εμπειρία των χρηστών οπουδήποτε αυτοί βρίσκονται και οποτεδήποτε επιθυμούν να εκτελέσουν τραπεζικές συναλλαγές. Μπορούν να προσφέρουν μια πληθώρα τραπεζικών συναλλαγών σε πολλαπλά κανάλια, να υποστηρίξουν συνέργειες μεταξύ διαφορετικών υπηρεσιών των καναλιών (e-banking, mobile banking, call center, ATMs, APSs), την προβολή ειδικών διαδικτυακών τραπεζικών προϊόντων, τη “σύνθεση” νέων υπηρεσιών που βελτιώνουν συνεχώς την ποιότητα και την άνεση εξυπηρέτησης, να βοηθήσουν στην ενίσχυση της πράσινης ανάπτυξης και της ασφάλειας συναλλαγών (e-statements, e-alerts).

Ακόμη μπορούν να ενισχύσουν την διαφάνεια οικονομικών συναλλαγών μεταξύ ιδιωτών και επιχειρήσεων (e-auctions, e-procurement), ολοκληρωμένη διαχείριση του κυκλώματος τιμολογίων και πληρωμών μεταξύ αγοραστών και προμηθευτών (e-invoicing), τη διασύνδεση συναλλαγών δημοσίου και ιδιωτών. Ειδικότερα μία περιοχή που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τα τραπεζικά ιδρύματα, είναι τα διάφορα είδη πληρωμών (micropayments, P2P, P2G, P2B) με τις αντίστοιχες τεχνολογίες που τις υποστηρίζουν (contactless, mobile payments, κ.λπ.), όπου φαίνεται ότι οι συνέργειες μεταξύ των διαφόρων δικτύων θα διευκολύνουν την μαζική ανάπτυξη τους.

*Πώς διαμορφώνεται η ανταπόκριση του κοινού σε τεχνολογικά τραπεζικά προϊόντα και λύσεις;*

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική εξέλιξη στις παρεχόμενες υποδομές σε τηλεπικοινωνιακά και τεχνολογικά δίκτυα, εφαρμογές, συσκευές Η/Υ και κινητών, κ.α. Αντίστοιχα

διευρύνεται συνεχώς η αποδοχή και χρήση των τεχνολογιών αυτών από το κοινό, π.χ. χρήση smart phones, broadband internet. Η ανταπόκριση των πελατών στις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τη γενικότερη εξοικείωση στις νέες τεχνολογίες. Η επικράτηση τυποποιημένων πρωτοκόλλων επικοινωνί-

ας δεδομένων και το γεγονός, ότι πάρα πολλές ηλεκτρονικές συσκευές έχουν πλέον κοινό λειτουργικό σύστημα με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, επιτρέπουν την πρόσβαση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω Internet να γίνεται και μέσω πολλών άλλων συσκευών, με ορισμένες από τις οποίες πολλοί πελάτες έχουν σημαντική εξοί-

κείωση. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, η στενή παρακολούθηση των εξελίξεων στην αγορά τεχνολογίας και τηλεπικοινωνιών είναι επιβεβλημένη, έτσι ώστε η τράπεζα να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις νέες ανάγκες που δημιουργούνται και να είναι κοντά στον πελάτη, με όποιον τρόπο και μέσο αυτός επιλέξει να συνδιαλλαγεί μαζί της.



**Παναγιώτης Δρόσος**

*Διευθυντής Προϊόντων Wholesale Banking*

*(αρμόδια Διεύθυνση για τις Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Ιδιωτών και Επιχειρήσεων), ALPHA BANK*

**Προτεραιότητα η μετακίνηση περισσότερων συναλλαγών στα ηλεκτρονικά δίκτυα**

*Ποια είναι η άποψη της Alpha Bank για την ανάπτυξη του e-banking και του mobile banking και ποια είναι τα σχέδια της προς αυτή την κατεύθυνση;*

Η Alpha Bank είναι η πρώτη Τράπεζα στην Ελλάδα που εισήγαγε την ηλεκτρονική τραπεζική στις αρχές της δεκαετίας του 1990 και έκτοτε έχει αναπτύξει έναν σημαντικό αριθμό ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τις οποίες εξελίσσει συνεχώς. Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει κάνει τεράστια πρόοδο από πλήυρας πλήθους διαφορετικών τραπεζικών συναλλαγών που υποστηρίζει.

Σήμερα η Alpha Bank διαθέτει για τους ιδιώτες τις εξής ηλεκτρονικές υπηρεσίες: Web Banking, Phone Banking, Mobile Banking, δίκτυα αυτοματοποιημένης τραπεζικής με ATM και Κέντρα Αυτομάτων Συναλλαγών, Υπηρεσία Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης, Υπηρεσίες Τηλεειδοποίησης (alerts) μέσω sms, e-mail, κ.ά. Για τις επιχειρήσεις, η Τράπεζα προσφέρει το Alpha Web Banking που εξυπηρετεί τις καθημερινές ανάγκες του λογιστηρίου, το Alpha Web International

Trade για την διεκπεραίωση εμπορικών εργασιών, καθώς και το Alpha Bank File Transfer για την ασφαλή ανταλλαγή αρχείων μεταξύ Τράπεζας και εταιρίας. Στην Alpha Bank, η συνεχής αναζήτηση για αποτελεσματικότερες μεθόδους διαχείρισης εργασιών των επιχειρήσεων αποτελεί μέριμνά μας.

Με αυτόν τον στόχο, από τον Νοέμβριο του 2010, η Alpha Bank πρωτοπορώντας ανάμεσα στις ελληνικές τράπεζες, προσφέρει, ένα νέο, σύγχρονο ηλεκτρονικό εργαλείο διαχείρισης των χρηματορροών των επιχειρήσεων σε πραγματικό χρό-

νο. Το Alpha Global Cash Management παρέχει :

- τη δυνατότητα περιορισμού της χρήσης πολλών διαφορετικών συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής για καθημία από τις τράπεζες με τις οποίες συνεργάζεται η επιχείρηση στην Ελλάδα και στο εξωτερικό,
- ολοκληρωμένη εικόνα ρευστότητας (εύκολα, γρήγορα, σε πραγματικό χρόνο) σε όλο τον κόσμο,
- γνώση για τη λήψη των σωστών οικονομικών αποφάσεων και αποτελεσματικότερη διαχείριση των οικονομικών των επιχειρήσεων.

**“ Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει κάνει τεράστια πρόοδο υποστήριξης πλήθους διαφορετικών τραπεζικών συναλλαγών ”**

νο, το Alpha Global Cash Management. Η υπηρεσία αυτή απευθύνεται κυρίως σε ελληνικές διεθνοποιημένες Επιχειρήσεις-Πελάτες του Ομίλου Alpha Bank, που εδρεύουν στην Ελλάδα και δραστηριοποιούνται στη Νοτιοανατολική Ευρώπη.

Η στρατηγική της Τραπέζης εστιάζει πλέον στην εμπειρία του Πελάτη, στην ασφάλεια των συναλλαγών, στην ευχρηστία και στην παροχή υψηλού επιπέδου λειτουργικότητας από όλα τα δίκτυα εξυπηρέτησης.



από το δίκτυο των Καταστημάτων, η συνεχής αναβάθμιση των συναλλαγών και εργασιών που εκτελούνται ηλεκτρονικά, καθώς και η αξιοποίηση μεθόδων ηλεκτρονικής επικοινωνίας με την πελατεία. Με δεδομένη και την οικονομική συγκυρία, οι συναλλαγές που αφορούν παρακολούθηση της αποδόσεως κεφαλαίων που έχουν τοποθετηθεί σε προθεσμιακές καταθέσεις, αμοιβαία κεφάλαια, κ.λπ. έχουν αυξημένη ζήτηση, οι πληρωμές για την εξόφληση οφειλών περισσότερων εταιριών και Οργανισμών, καθώς και νέες συναλλαγές όπως η καταβολή του Φόρου Μισθωτικών Υπηρεσιών αποτελούν προτεραιότητα για τις εταιρίες. Διαφορετικού τύπου ανάγκες, όπως αυτές που καλύπτει η νέα μας ηλεκτρονική υπηρεσία Alpha Global Cash Management για τη διαχείριση χρηματοροών, θα αποτελέσουν πεδία ανάπτυξης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

**Πώς διαμορφώνεται η ανταπόκριση του κοινού σε τεχνολογικά τραπεζικά προϊόντα και λύσεις;**

Η ηλεκτρονική τραπεζική έχει εισέλθει σε μεγάλο βαθμό στην καθημερινότητα των πελατών, αφού ο σύγχρονος τρόπος ζωής (περιορισμένος διαθέσιμος χρόνος, εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες) καθιστά ιδιαίτερος ελκυστική την εξ' αποστάσεως επικοινωνία του πελάτη με την τράπεζά του. Αυτό δημιουργεί μεγάλη ανάγκη για παροχή περισσότερων και ποιοτικότερων υπηρεσιών και άμεσες εξυπηρετήσεις του πελάτη σε όλα τα διαθέσιμα δίκτυα. Η Alpha Bank ανταποκρινόμενη σε αυτή την αλλαγή, αναπτύσσει συνεχώς τις υπηρεσίες του Alpha Web Banking εστιάζοντας στην ευχρηστία, στο εύρος της λειτουργικότητας και στην ασφάλεια των συναλλαγών. Οι πελάτες ανταποκρίνονται θετι-

κά και πλέον οι χρήστες του Alpha Web Banking δεν περιορίζονται στους "εξοικειωμένους χρήστες" της τεχνολογίας που είναι κυρίως οι νέοι, αλλά καλύπτουν ένα ευρύτερο ηλικιακό φάσμα της τραπεζικής πελατείας.

Η ανταπόκριση της πελατείας γίνεται εμφανής τόσο στα ποσοστά συνδρομητών που εγγράφονται στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, όσο και στον όγκο των συναλλαγών που εξυπηρετούν. Ενδεικτικά, μόνο το Alpha Web Banking εμφάνισε το 2010 σημαντική αύξηση συνδρομητών τόσο στους ιδιώτες, όσο και στις επιχειρήσεις, ενώ η αύξηση των συναλλαγών σε σχέση με το 2009 ανήλθε στο 7,8%. Τέλος, σημαντική είναι η ανταπόκριση των Υπηρεσιών του Δημοσίου Τομέα στα προϊόντα ηλεκτρονικής τραπεζικής που η Alpha Bank προσφέρει.



**Σωτήρης Συμακέλης**

*Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής στον Τομέα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, ΟΜΙΛΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ*

**Το μέλλον της τραπεζικής εξυπηρέτησης περνάει μέσα από το Διαδίκτυο**

**Ποια είναι η άποψή σας για την ανάπτυξη του e-banking και του mobile banking και ποια είναι τα σχέδια της Τράπεζας Πειραιώς προς αυτή την κατεύθυνση;**

Μέχρι πρότινος, ως "εναλλακτικά δίκτυα" χαρακτηρίζαμε όλα τα άλλα εκτός του καταστήματος. Με βάση τα σημερινά μεγέθη, το τραπεζικό κατάστημα έχει αρχίσει να αποτελεί τον εναλλακτικό τρόπο εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών, αφού τα υπόλοιπα δίκτυα εξυπηρέτησης απορροφούν ποσοστό της τάξης του 60%. Είναι προφανές λοιπόν πως το μέλλον της τραπεζικής εξυπηρέ-

τησης περνάει μέσα από το web, είτε το αξιοποιούμε στο PC μας, είτε στο κινητό μας, είτε σε οποιαδήποτε άλλη συσκευή. Έχοντας μόλις μπει στην εποχή του smart computing και με τη διεύθυνση του Internet σε ποσοστά μεγαλύτερα του 80% στις ηλικίες κάτω των 30 ετών, το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών δεν είναι human-assisted.

Η Τράπεζα Πειραιώς πρωτοπορεί στο χώρο αυτό εδώ και πάνω από δέκα χρόνια. Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής της Τράπεζας Πειραιώς ήταν πάντα μπροστά από την εποχή τους για τα δε-

δομένα της Ελλάδας. Ο λόγος που δίναμε αυτή τη σημασία στην εξυπηρέτηση των πελατών μέσω εναλλακτικών δικτύων, ήταν ότι περιμέναμε αυτή ακριβώς την αύξηση της χρήσης του Internet από την ελληνική κοινωνία. Παρά το γεγονός ότι η αύξηση αυτή συνέβη αργότερα από ό,τι περιμέναμε και θέλαμε, είναι πλέον πραγματικότητα και οι δικές μας υπηρεσίες έχουν μια ωριμότητα αδιαμφισβήτητη, τέτοια που να μπορεί να καλύψει περισσότερο από το 80% των εναλλακτικών αναγκών των πελατών μας. Συνεπώς, σήμερα περισσότερο από ποτέ, συνεχίζουμε την ανάπτυξη των υπηρεσιών



## e - B A N K I N G

## “ Σε μερικά χρόνια, η ηλεκτρονική τραπεζική ιδιωτών σε μεγάλο βαθμό θα ταυτίζεται με το smartphone banking ”

ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ειδικά για το mobile banking, το 2011 θα είναι η χρονιά που θα λανσάρουμε ένα πλήρες σετ υπηρεσιών προς ιδιώτες πελάτες, οι οποίες θα λειτουργούν μέσα από smartphones - και δεν αναφέρομαι μόνο στο κλασικό mobile banking. Πιστεύω πως, σε μερικά χρόνια, η ηλεκτρονική τραπεζική ιδιωτών σε μεγάλο βαθμό θα ταυτίζεται με το smartphone banking.

**Ποιος είναι ο μέχρι στιγμής απολογισμός της εφαρμογής λύσεων τεχνολογίας στη δραστηριότητα της Τράπεζας Πειραιώς και εάν θεωρείτε πως στην παρούσα κρίση η επένδυση σε τεχνολογία είναι πολυτέλεια ή ανάγκη;**

Χωρίς κάποια από τα εναλλακτικά δίκτυα, τα εκατομμύρια συναλλαγών που σήμερα γίνονται σε αυτά, θα γίνονταν στα καταστήματα με ό,τι σημαίνει αυτό σε κόστος για την τράπεζα και τον πελάτη, σε μειωμένη ικανοποίηση των πελατών, σε απώλεια παραγωγικού χρόνου, τόσο για τους υπαλλήλους, όσο και τους πελάτες, κ.ο.κ. Μάλιστα, κάποια από τα εναλλακτικά δίκτυα παράγουν αποτέλεσμα πολύ μεγαλύτερο από αυτό που θα περίμενε κανείς με βάση την αρχική επένδυση. Για παράδειγμα, η πλατφόρμα “winbank international” σχεδιάστηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι σε θέση να υποστηρίξει πελάτες όλων των θυγατρικών μας τραπεζών στη Ν.Α. Ευρώπη & Μεσόγειο. Χωρίς να ικανοποιεί απόλυτα τον ορισμό του cloud computing, σίγουρα κινείται σ’ αυτή την κατεύθυνση, τουλάχιστον στη λογική του software-as-a-service.

Έτσι, η υποδομή που φτιάχτηκε και λειτουργεί στην Ελλάδα, με οριακές επε-

κτάσεις και πολύ λιγότερο προσωπικό, μπορεί να καλύψει πολύ μεγαλύτερους όγκους και μάλιστα με καλύτερα αποτελέσματα από άποψη marketing. Είναι προφανές πως οι περισσότερες λειτουργίες που υλοποιούνται για μια τράπεζα γίνονται σχεδόν άμεσα διαθέσιμες στις περισσότερες τράπεζες του Ομίλου μειώνοντας στο ελάχιστο το time-to-market. Αντίστοιχα, οι προωθητικές ενέργειες μπορούν να σχεδιάζονται και να υλοποιούνται κεντρικά με την ελάχιστη δυνατή συμμετοχή των τοπικών υπευθύνων. Είναι ξεκάθαρο λοιπόν, ότι η επένδυση στη τεχνολογία είναι αδήριτη ανάγκη, είναι μονόδρομος, είναι ίσως ο καλύτερος τρόπος για να πετύχει κανείς διατηρήσιμα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην επιχείρησή του.

**Σύμφωνα με τα μέχρι τώρα δεδομένα αλλά και τις μελλοντικές σας εκτιμήσεις, ποιες τραπεζικές ανάγκες καλείται να καλύψει ο κλάδος των νέων τεχνολογιών;**

Από όλες τις περιοχές εφαρμογής των νέων τεχνολογιών θα σταθώ στο customer experience. Καθώς η ελληνική τραπεζική αγορά ωριμάζει, καθώς υπάρχουν πραγματικά χρηματοοικονομικά προϊόντα διαθέσιμα στους καταναλωτές, καθώς το κόστος των προϊόντων δεν αποτελεί πλέον τον κυριότερο παράγοντα διαφοροποίησης, οι τράπεζες πρέπει να στρέψουν την προσοχή τους στη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών τους κατά τη χρήση των προϊόντων τους. Οι νέες τεχνολογίες, ειδικά όταν αυτές εφαρμόζονται στα δίκτυα εξυπηρέτησης, μπορούν να βελτιώσουν δραματικά την ικανοποίηση των πελατών. Αυτό το έχουμε ήδη μετρήσει όσον

αφορά τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, κυρίως τις παρεχόμενες μέσω Internet. Έχοντας μπει εδώ και μερικά χρόνια στην εποχή του smart computing, η αξιοποίηση της τεχνολογίας των φορητών συσκευών (smartphones, tablets, κ.λπ.) όπως και κάθε συσκευής που κάνει πραγματικότητα το always-on banking είναι ίσως ο καλύτερος τρόπος για να είμαστε πάντα δίπλα στον πελάτη, οποιαδήποτε στιγμή αυτός μας χρειάζεται.

Στο άμεσο μέλλον η ηλεκτρονική τραπεζική ιδιωτών πελατών θα λειτουργεί όλο και περισσότερο μέσα από τέτοιες συσκευές και λιγότερο μέσα από το παραδοσιακό PC. Με το σκεπτικό αυτό λοιπόν, πρέπει να είμαστε παρόντες και στα κοινωνικά δίκτυα: αφού εκεί ζει ο πελάτης την ψηφιακή ζωή του, εκεί πρέπει να υπάρχει και η τράπεζά του. Η σωστή παρουσία μιας επιχείρησης στα social media και η σωστή προβολή της στο web γενικότερα (banner campaigns, search engine marketing, κ.λπ.) περνούν μέσα από την πρέπουσα χρήση των κατάλληλων τεχνολογιών. Δεν θα έπρεπε να περιμένει κανείς αξιόλογα αποτελέσματα από μια banner campaign ή μια adword campaign αν δεν έχει τα κατάλληλα εργαλεία για να μετρά το bounce rate σε πραγματικό χρόνο, να σχεδιάζει διαφορετικά landing pages και να επιλέγει αυτό με την καλύτερη επίδοση. Δεν θα μπορούσε κανείς να περιμένει να εμφανίζονται τα προϊόντα του στα πρώτα αποτελέσματα μιας αναζήτησης αν δεν αξιοποιεί ένα προηγμένο web content management system, που να του επιτρέπει να εφαρμόζει τις κατάλληλες τεχνικές search engine optimization στο περιεχόμενο των web sites του.

**Πώς διαμορφώνεται η ανταπόκριση του κοινού σε τεχνολογικά τραπεζικά προϊόντα και λύσεις;**

Κάθε υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό



## “ Η επένδυση στη τεχνολογία είναι αδήριτη ανάγκη για διατηρήσιμα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην επιχείρηση του ”

- στόχο, έχει λιγότερες ή περισσότερες απαιτήσεις από τον χρήστη της και παρουσιάζει διαφορετική ωριμότητα ανάλογα με το πότε λανσαρίστηκε. Οι παράγοντες αυτοί καθορίζουν και τη σχετική επιτυχία κάθε υπηρεσίας από την άποψη του πλήθους των πελατών που εγγράφονται σ’ αυτήν και του βαθμού που αυτοί οι πελάτες την αξιοποιούν. Γενικά, δύο στους τρεις πελάτες αξιοποιούν ένα ή περισσότερα εναλλακτικά δίκτυα και, μέσα από αυτά, εκτελούν σχεδόν το 60% των εγχρήματων συναλλαγών της τράπεζας.

Εξειδικεύοντας όμως ανά υπηρεσία, έχουμε τα εξής:

- Η άυλη προπληρωμένη κάρτα webuy απευθύνεται σε ανθρώπους που κάνουν αγορές μέσω Internet και αποκτά

ται μέσω web banking. Αν ο υποψήφιος κάτοχος της κάρτας δεν είναι ήδη εγγεγραμμένος στη winbank, πρέπει να το κάνει, άρα πρέπει να είναι ή να γίνει πελάτης της Τράπεζας Πειραιώς. Συνεπώς η επιτυχία μετράται με βάση α) τη διείσδυση της webuy στους χρήστες winbank (σήμερα: 30%-35%) και β) τον αριθμό νέων πελατών που προσελκύει η webuy.

- Το easypay.gr -που επίσης απευθύνεται σε ανθρώπους που κάνουν αγορές ή πληρωμές μέσω Internet- αφορά όλους τους καταναλωτές και όχι μόνο πελάτες της Πειραιώς, δεδομένου ότι οι πληρωμές γίνονται με πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες όλων των τραπεζών. Επειδή μάλιστα δεν απαιτείται εγγραφή του πληρωτή, η επιτυχία μετράται με βάση τις πληρωμές, αλλά και με βάση το συνολικό τζίρο του easypay.gr ως “έμπορος” που

αποδέχεται πληρωμές με κάρτες (σήμερα, το easypay.gr είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος “έμπορος” της τράπεζάς μας, αμέσως μετά την Aegean Airlines).

- Τα μηχανήματα easypay αποτελούν το “φυσικό” κανάλι του easypay.gr. Ενώ επίσης απευθύνονται σε όλους τους καταναλωτές, δεν απαιτούν εξοικείωση με το Internet ή σε κάποια ιδιαίτερη τεχνολογία, αφού ο χρήστης κάνει τις πληρωμές του με μετρητά. Επειδή όμως τα περισσότερα από αυτά λειτουργούν μέσα σε καταστήματα της Τράπεζας, η επιτυχία τους μετράται με βάση το ποσοστό των συναλλαγών του καταστήματος που εκτελείται σ’ αυτά. Π.χ. το 40% των πληρωμών πιστωτικών καρτών εκτελούνται στο μηχανήμα και οι υπόλοιπες στα ταμεία.

- Το web banking (winbank) αξιοποιείται από το 13% των ενεργών πελατών. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι οι πελάτες αυτοί εκτελούν υπερπολλαπλάσιες συναλλαγές σε σχέση με τους πελάτες των “παραδοσιακών” δικτύων. Για παράδειγμα, περισσότερο από το 65% των πληρωμών ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΟΑΕΕ, περισσότερο από το 65% των εμβασμάτων και πάνω από 50% των χρηματιστηριακών συναλλαγών γίνονται μέσω Internet.

Το πιο σημαντικό όμως είναι, ότι οι πελάτες που αξιοποιούν τα εναλλακτικά δίκτυα, είναι ίσως οι καλύτεροι πελάτες της τράπεζας. Είναι πέντε φορές πιο πιστοί, έχουν έως και τέσσερις φορές περισσότερα προϊόντα από όλους τους άλλους και διατηρούν πολλαπλάσια υπόλοιπα στα προϊόντα τους. Για το λόγο αυτό, το customer experience αυτών των πελατών είναι πρώτης προτεραιότητας. Γι’ αυτό χαιρόμαστε πολύ που οι χρήστες της winbank δήλωσαν “ικανοποιημένοι” και “πολύ ικανοποιημένοι” σε ποσοστό 97% (Customer Satisfaction Survey, Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2010, Opinion Research). ⓘ