

# TWÓJ KLIENT NASZ PAN

Rozmowa z **Grzegorzem Młynarczykiem**,  
wiceprezesem firmy informatycznej Software Mind S.A.

***With Your Customer in Mind, to hasło odpowiedzialnego biznesu oznacza, że produkty i usługi są przygotowywane również z myślą o tym, w jaki sposób ich użytkownicy generują korzyści dla swoich klientów. Jak wygląda portfolio Software Mind S.A.?***

Mamy wieloletnie doświadczenie w realizacji projektów dla branży finansowo-bankowej, strategicznymi dla nas sektorami są też telekomunikacja i media. W strukturze przychodów około 40 proc. uzyskujemy ze współpracy z instytucjami finansowymi. Oferta Software Mind to szeroki pakiet rozwiązań wspierających procesy wewnętrzne organizacji, zarządzanie ryzykiem kredytowym, sprzedaż i obsługę klientów, kampanie marketingowe oraz *cross-selling* produktów. Dzięki wykorzystaniu tych systemów możliwa jest natychmiastowa reakcja i modyfikacja sprzedaży w sytuacji zmian w samej organizacji i w jej otoczeniu biznesowym.

***Firma świadczy zleczone usługi, czy udostępnia gotowe rozwiązania?***

Są dwa modele – jeden, w którym bank nabywa oprogramowanie lub licencje wraz z prawami do jego rozwoju, drugi to outsourcing na zasadzie *software as a service*, co oznacza korzystanie z wybranych usług w zamian za opłatę abonamentową. Wielu klientów doskonale zdaje sobie sprawę, że utrzymywanie kompetencji, które nie są związane z klu-

czową działalnością biznesową, jest nieopłacalne i warto realizację takich zadań zlecić specjalistycznym firmom. Bank powinien koncentrować się na swoim biznesie core'owym, czyli na finansach, a nie na informatyce. Jesteśmy spółką typu *software house*, która tworzy własne oprogramowanie, oprócz tego pełni rolę integratora systemów IT. Nie sprzedajemy jednak samej aplikacji, oferujemy kompleksowe rozwiązania generujące nową wartość usług. Co ważne – zapewniamy stały rozwój systemów i konsultacje związane z obszarami biznesowymi, które wspiera dane rozwiązanie. W modelu *software as a service* oferujemy własne oprogramowanie i zazwyczaj nie korzystamy z licencji firm trzecich, więc możemy przekazać lub np. zdeponować swoim klientom kody źródłowe do zakupionego oprogramowania.

***Do niedawna w bankach spółdzielczych dominowała chęć posiadania całkowitej kontroli nad procesem informatyzacji. Czy przyszedł już czas na outsourcing systemów IT?***

Na świecie wiele czołowych firm korzysta z outsourcingu w modelu *software as service*, bo to po prostu jest opłacalne podejście. Zachodnie banki również obawiały się przekazywania na zewnątrz danych, lecz okazało się, że outsourcingowane systemy informatyczne zapewniają firmom miesiąc w miesiąc wymierne oszczędności. Dla małych banków korzystanie z usług outsourcingera jest użyteczne



Fot. Software Mind S.A.

również w przypadku problemu z zatrudnieniem informatyków. Często bywa tak, że w dziale IT pracują dwie osoby, gdy jedna zachoruje albo odchodzi na emeryturę, powstaje poważny problem.

***W jakim zakresie rozwiązania Software Mind są konkurencyjne w stosunku do technologii wdrożonych w BS-ach?***

Software Mind posiada unikalne systemy integracji i analizy informacji biznesowej m.in. w zakresie polityki prowizyjnej i motywacyjnej. W wielu obszarach zarządzania bankiem dane wykorzystywane przez aplikacje są rozproszone i wymagają przetwarzania, analizy i wnioskowania w czasie rzeczywistym. Jeżeli do banku przychodzi klient, nie chcemy mieć tylko informacji o tym, jaki posiada kredyt, a następnie sięgać do pięciu baz danych, aby dowiedzieć się o transakcjach na karcie, przelewach itd. To wszystko powinno być w zasięgu ręki, w jednym zestawieniu, zwłaszcza przy pakietyzacji usług, która zapewnia nam wyższą rentowność sprzedaży.

***W konkursie GB „Hit roku 2011 dla instytucji finansowych” najwyższą rekomendację otrzymał Software Mind Intranet Portal wdrożony dla Banku Zachodniego WBK SA.***

### Jakimi charakterystykami wyróżnia się ten portal?

To kompleksowa platforma umożliwiająca łatwą komunikację i wymianę informacji. Rozwiązanie wspiera i usprawnia pracę grupową poprzez personalizację wyświetlanej w intranecie zawartości z uwzględnieniem podziałów organizacyjnych, przynależności do konkretnych grup lub tzw. społeczności. Bardzo ważnym zadaniem, które realizuje system jest uporządkowanie wiedzy biznesowej wewnątrz firmy w formie Wikipedii. Każdy pracownik może edytować hasła i tematy, o których ma wiedzę. Oprócz podstawowych funkcjonalności portalu intranetowego rozwiązanie posiada inne narzędzia społeczne, takie jak forum dyskusyjne, chat i blog, a wszystko w jednym celu: usprawnienia obsługi klienta i generowania wyższej sprzedaży.

### Czy sieć wirtualna jest dobrym kanałem promocji produktów bankowych?

Badania potwierdzają, że coraz mniej będzie fizycznej relacji klient – bank. Młodzi ludzie, w tym także rolnicy zwykle przez cały dzień są zajęci pracą i nie przychodzą do banku w godzinach otwarcia. Zazwyczaj dopiero późnym wieczorem siadają przed komputerem, żeby opłacić rachunki czy zrealizować swoje transakcje. Warto zauważyć, że w ostatnim czasie zostało uruchomionych wiele programów unijnych, których celem jest rozwój infrastruktury cyfrowej w małych aglomeracjach i na obszarach wiejskich. Dostęp do internetu ze standardową szybkością ma być oferowany za darmo przez samorządy, tym samym dostęp do informacji globalnej pojawi się praktycznie w każdym gospodarstwie domowym, a to otworzy ogromny rynek dla bankowości internetowej.

### Czyli bank przyjdzie do klienta?

Model tradycyjnej obsługi w placówkach zapewne jeszcze długo będzie dominował, ale też znacząco wzrośnie liczba

klientów przyzwyczajonych do komputera i komórki. W internecie istnieje już wiele portali społecznościowych, na których pojawia się ogrom informacji i opinii, także o usługach finansowych. Software Mind stworzył dedykowane rozwiązanie do generowania na ich podstawie leadów sprzedażowych w banku. Nasza aplikacja dokonuje analizy potencjalnych klientów zainteresowanych zakupem danego produktu, co pozwala bankom na bardziej efektywne dotarcie do odbiorcy z komunikatem ofertowym.

### Użytkownik internetu jest w stanie porównać wartość i warunki usług z różnych ofert...

Nasz program jest adresowany zarówno do sieci sprzedaży, jak i do klientów, monitoruje *on-line* procesy sprzedażowe w powiązaniu z polityką banku w zakresie motywacji pracowników oraz promocji wybranych produktów. Software Mind Loyalty Portal wspiera funkcjonalnie działanie wewnętrznego programu lojalnościowego, m.in. poprzez zarządzanie konkursami, a także usprawnia zbieranie informacji na temat aktywności użytkowników na forum dyskusyjnym, blogu lub czacie.

### Nie zawsze wdrożenie w banku spółdzielczym „topowego” systemu IT powoduje spodziewaną obniżkę kosztów – czasem wręcz przeciwnie – prowadzi do ich wzrostu. Jak można się tego ustrzec?

Z ekonomicznego punktu widzenia dobrze, jeśli w sektorze bankowości spółdzielczej funkcję koordynatora inwestycji IT pełni zrzeszenie. Podam przykład: prosta usługa – powiadamianie o transakcjach za pomocą SMS-ów. Z punktu widzenia pojedynczego banku, który ma kilka oddziałów, zakup tego systemu na własność nie ma uzasadnienia, koszty początkowe i nakłady bieżące na jego utrzymanie mogą być zbyt wysokie. Jeżeli zrzeszenie zaoferuje tę usługę grupie banków, wydatki będą o wie-

le niższe. Punktem wyjścia jest koszt inwestycji oraz wolumen obrotu, który generuje usługa. Inaczej też wygląda rachunek efektywności przy pakietyzacji produktów, może wówczas okazać się, że do jednej usługi bank dopłaca, lecz na czterech innych godziwie zarabia. Ponadto bank może zyskać mniej *per* klient, ale gdy ma więcej klientów, prowadzi *de facto* bardziej efektywny biznes. Żeby stosować skuteczny *cross-selling* produktowy, trzeba jednak posiadać odpowiednie narzędzia informatyczne.

### Software Mind S.A. jest firmą innowacyjnych technologii, która angażuje się w rozwój systemów semantycznych i Web 3.0. Co oznacza ta idea w praktyce?

Web 3.0 to era myślącego internetu, rozwoju technologii i zaawansowanych narzędzi IT potrafiących nie tylko zbierać i analizować sens informacji dostępnych w rzeczywistości realnej i wirtualnej. Jeżeli wczytać się w statystyki gromadzone przez różne firmy oferujące produkty w sieci, okazuje się, że najbardziej wiarygodne i skuteczne sprzedażowo są... opinie internautów, czyli bardziej wierzymy Kowalskiemu, zwłaszcza gdy znamy go osobiście, niż firmom. Jeżeli ktoś w sieci wirtualnej zasieje nam mętlik w głowie, mówiąc: ten produkt jest zły, opinia ta może zarazić inne osoby lotem błyskawicy, dziesięciokrotnie szybciej niż informacja pozytywna. Instytucje finansowe dbające o markę i pozycję konkurencyjną muszą reagować na takie zdarzenia. My dostarczamy im odpowiednie do tego narzędzia. Najlepsze polskie banki coraz więcej uwagi i funduszy – co widać po wydatkach na reklamę – przenoszą do internetu. Wierzymy, że rozwiązania informatyczne Software Mind są dla nich użyteczne, podpowiadają, jakie są trendy biznesu, jak postrzegają ich klienci, czy mówi się o danej marce źle i co należy zrobić, aby to zmienić.

**Dziękuję za rozmowę. (KREK.)**