

Η σημασία του Dynamic Relationship

Ο Παναγιώτης Γιαθελής, Δ/νων Σύμβουλος της Intelli-Solutions A.E., μίλησε στο Netweek για το δυναμικά αναπτυσσόμενο χώρο του Dynamic Relationship Pricing (DRP) στην ελληνική τραπεζική αγορά, για τα πλεονεκτήματά του για το τραπεζικό CRM, και τις νέες τάσεις που πρόκειται να κυριαρχήσουν στην αγορά του CRM.

nw: **Πείτε μας λίγα λόγια για την Intelli-Solutions, τους τομείς δραστηριοποίησης και τους βασικούς στόχους της εταιρίας σας.**

Πάνος Γιαθελής: Η IntelliSolutions αποτελείται από στελέχη πληροφορικής με μακρά πείρα στην Ελληνική και διεθνή αγορά και συσσωρευμένη εργασιακή εμπειρία σε πολυεθνικές εταιρείες. Σήμερα, εξειδικεύεται στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων λογισμικού με έμφαση στους τομείς του **Customer Relationship Management-CRM, Business Performance Management - BPM, Line of Business Applications-LOB**, καθώς και στην παροχή εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών και υπηρεσιών εκπαίδευσης σχετικά με τους παραπάνω τομείς.

Η πελατειακή βάση της IntelliSolutions αποτελείται από **μεγάλους οργανισμούς** στον **τηλεπικοινωνιακό, χρηματοοικονομικό και εμπορικό** χώρο. Σε αυτούς τους χώρους απευθύνονται και οι περισσότερες λύσεις μας, ενώ η ανάπτυξη ισχυρής κάθετης τεχνογνωσίας και η δυνατότητα παροχής όλου του φάσματος υπηρεσιών- από την ανάπτυξη απαιτήσεων έως την εκπαίδευση των τελικών χρηστών - μας επιτρέπουν να προσφέρουμε ολοκληρωμένες λύσεις end-to-end στους πελάτες μας.

Στο επίκεντρο των στόχων και του οράματος της εταιρείας είναι σαφές τα ο πελάτης μας. Γύρω από αυτόν διαμορφώνονται και οι υπόλοιποι εταιρικοί μας στόχοι και οι αξίες με βάση τις οποίες προσεγγίζουμε κάθε μέρα την αγορά μας. Η **ικανοποίηση των πελατών** μας προβάλλει ως το αποτέλεσμα όλων των διαδικασιών που ακολουθούμε και αποτελεί για εμάς ένα μετρήσιμο στόχο. Η **συνεχής βελτίωση** είναι συνυφασμένη με την κουλτούρα μας και την αξιοποίηση της εμπειρίας που συσσωρεύουμε σε κάθε μας έργο. Η **τεχνολογία** και η χρήση της για την επίτευξη επιχειρηματικών ωφελειών είναι επίσης στόχος μας και προκειμένου να είμαστε πάντα στην αιχμή των εξελίξεων επενδύουμε σημαντικά σε αυτή την κατεύθυνση. Τέλος, θα ήθελα να



τονίσω την προσήλωσή μας στην επαγγελματική ηθική και ευσυνειδησία αναφορικά με όλες τις δραστηριότητές μας. Εργαζόμαστε προσφέροντας την ίδια στιγμή στους εργαζόμενους, την επιχειρηματική κοινότητα και το κοινωνικό σύνολο στο οποίο ανήκουμε. Κλείνοντας, αν θέλαμε να συνοψίσουμε την **εταιρική μας αποστολή**, αυτή εκφράζεται στην ενίσχυση της εταιρικής αξίας των πελατών μας, με ένα αποδεδειγμένο και μετρήσιμο τρόπο, ενδυναμώνοντας έτσι το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα στην αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται.

nw: **Ειδικά στον τομέα του CRM, πώς ακριβώς δραστηριοποιείται η εταιρεία σας;**

Π. Γιαθελής: Τα στελέχη της Intelli-Solutions έχουν πολύ μεγάλη εμπειρία στο χώρο του **CRM**, αφού ασχολούνται με το αντικείμενο εδώ και πολλά χρόνια, από την εποχή που η έννοια του CRM ήταν ένα νέο δεδομένο στην Ελληνική αγορά. Η εμπειρία αυτή μας έχει επιτρέψει να προσεγγίζουμε ολοκληρωμένα τις ανάγκες μιας υλοποίησης CRM, ξεκινώντας **από την ανάλυση των επιχειρησιακών απαιτήσεων και την υλοποίηση ενός συστήματος CRM έως την ανάπτυξη της στρατηγικής για την υιοθέτηση πελατοκεντρικών διαδικασιών σε ένα οργανισμό**. Η εταιρεία σήμερα παραδίδει ολοκληρωμένα έργα CRM με το "κλειδί στο χέρι" χρησιμοποιώντας μια σειρά από πλατφόρμες CRM, ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών της. Την ίδια στιγμή, αντιπροσωπεύουμε στην Ελληνική αγορά καταξιωμένους διεθνείς κατασκευαστές λογισμικού που καλύ-

πτουν εξειδικευμένες ανάγκες. Αυτές οι λύσεις είναι οι **product/solution configurators** της **Tacton Systems** που απευθύνονται κυρίως στη βιομηχανία και τις τηλεπικοινωνίες και η σουίτα εφαρμογών **miRevenue** της **ZafinLabs** η οποία προσφέρει την πιο εξελιγμένη παγκοσμίως πλατφόρμα **Dynamic Relationship Pricing αποκλειστικά για τον τραπεζικό χώρο**, με πρόσθετα modules για Revenue Assurance, Loyalty & Benefits και Incentive Compensation Calculation. Τέλος, αντιπροσωπεύουμε την αμερικάνικη εταιρεία **eGain**, μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες στο χώρο του **Contact Management**.

nw: **Ποια είναι η εξέλιξη του Dynamic Relationship Pricing στη Τραπεζική αγορά και ποια τα πλεονεκτήματα που μπορεί να προσφέρει;**

Π. Γιαθελής: Το **Dynamic Relationship Pricing (DRP)** θεωρείται παγκοσμίως ο χώρος στο **τραπεζικό CRM** ο οποίος θα παρουσιάσει τη μεγαλύτερη ανάπτυξη τα προσεχή χρόνια, όσον αφορά στα συστήματα τα οποία θα αναπτύξουν οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, προκειμένου να ανταποκριθούν στον αυξημένο ανταγωνισμό της αγοράς και να διεκδικήσουν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο από το διαθέσιμο "πορτοφόλι" (wallet share) του πελάτη. Σύμφωνα με τους εγκυρότερους διεθνείς αναλυτές της αγοράς Ηλινικής αλλή και corporate τραπεζικής, οι πλέον σύγχρονες και ανταγωνιστικές τράπεζες, έχουν ήδη αρχίσει την υλοποίηση αντίστοιχων έργων, δείχνοντας το δρόμο και στα υπόλοιπα τραπεζικά ιδρύματα. Η **IntelliSolutions** στα πλαί-

Pricing στην Τραπεζική Αγορά

σια των εξειδικευμένων υπηρεσιών CRM τις οποίες προσφέρει τόσο στην **τραπεζική** αλλή και **τηλεπικοινωνιακή αγορά**, είναι η πρώτη Ελληνική εταιρεία παροχής ολοκληρωμένων λύσεων πληροφορικής η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο των **DRP συστημάτων** αντιπροσωπεύοντας στην Ελληνική αγορά την πλέον καταξιωμένη εταιρεία του χώρου στην παγκόσμια αγορά, **ZafinLabs**.

Με έδρα στο Dubai και γραφεία στο Λονδίνο, Τορόντο και Μουμπάϊ στην Ινδία, η ZafinLabs θεωρείται ο **παγκόσμιος ηγέτης** στα συστήματα **DRP** με πολύ σημαντικά references, όπως η **UBS** και η **Credit Swiss**.

Η σουίτα προϊόντων **miRevenue** της ZafinLabs έχει ως σκοπό να επιτρέψει στα χρηματοοικονομικά ιδρύματα να αποτελέσουν τα μελλοντικά **"Trusted Market-places"** για τους πελάτες τους, δηλ. τους φορείς οι οποίοι θα παράσχουν απόλυτα προσωποποιημένες υπηρεσίες προσφέροντας ένα σύνολο από προϊόντα, όχι απαραίτητα χρηματοοικονομικά με την αυστηρή σημερινή έννοια του όρου. Για το σκοπό αυτό απαιτείται η χρήση



ευέλικτων συστημάτων κοστολόγησης προϊόντων που διαμορφώνουν χρεώσεις έχοντας μια συνολική άποψη για τον πελάτη και επιτρέπουν την χρήση δυναμικών παραμέτρων που σχετίζονται με στοιχεία προφίλ πελατών, στοιχεία της μνημιαίας κίνησης κάθε πελάτη του καναλιού επικοινωνίας με την τράπεζα, κ.α. Την ίδια στιγμή, ένα εξελιγμένο σύστημα **DRP** επιτρέπει την υλοποίηση συστημάτων πιστότητας πελατών (**loyalty & customer benefit schemes**), το δυναμικό συνδυασμό διαφορετικών προϊόντων (**bundling**) προκειμένου η τράπεζα να προσαρμοστεί απόλυτα στις ειδικές ανάγκες κάθε πελάτη, την υλοποίηση συστημάτων **commission & incentives calculation, central product catalogs** και συστημάτων **pricing scenario simulation** όπου επιτρέπουν τη μελέτη διαφορετικών πολιτικών τιμολόγησης και την επίπτωση που αυτές έχουν στην **κερδοφορία** της τράπεζας.

nw: **Σε ποιες περιοχές της Τραπεζικής αγοράς θεωρείτε ότι απευθύνεται η λύση Dynamic Relationship Pricing της ZafinLabs;**

Π. Γιαθελής: Θα ήθελα ότι η σουίτα εφαρμο-

γών της ZafinLabs απευθύνεται τόσο στο Retail όσο και στο Corporate Banking. Πιο αναλυτικά, στο Retail Banking, το **DRP** θα επιτρέψει σε μια τράπεζα να περάσει από το στατικό συνδυασμό προϊόντων με τη λογική του "έτοιμου πακέτου" στο δυναμικό συνδυασμό προϊόντων και το "χτίσιμο" εξειδικευμένων προσφορών ανά πελάτη. Επίσης, το "consolidated statement" του πελάτη δεν θα αφορά πια απλά στην αποτύπωση διαφορετικών προϊόντων σε ένα λογαριασμό, αλλή στη χρήση αυτών των στοιχείων για τον υπολογισμό συνολικών ωφελειών (enterprise wide benefits) για τον πελάτη, στη λογική που ήδη σήμερα λειτουργούν οι σύγχρονες αεροπορικές εταιρείες με τους διάφορους συνεργάτες τους, υλοποιώντας σύνθετα προγράμματα πιστότητας πελατών.

Οι τράπεζες θα μπορούν πλέον με μεγάλη ευκολία και ευελιξία, την οποία δεν προσφέρει σήμερα ένα κεντρικό σύστημα, να διαμορφώσουν την πολιτική τους προς τη αγορά προκειμένου να εξασφαλίσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα τα οποία δύσκολα αντιγράφονται και να δημιουργήσουν πολιτικές που προάγουν τη χρήση συγκεκριμένων καναλιών (π.χ. web banking) τα οποία έχουν αποδεδειγμένα μικρότερο λειτουργικό κόστος.

Σημαντικό πλεονέκτημα που προκύπτει άμεσα από την υλοποίηση της λύσης **DRP** με τη σουίτα **miRevenue**, είναι και ο περιορισμός του λεγόμενου **"revenue leakage"**, ως αποτέλεσμα της ανεξέλεγκτης χρήσης εκπτώσεων για πελάτες για τους οποίους δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία συνολικής μακροπρόθεσμης κερδοφορίας, προκειμένου να αξιοποιηθεί η σκοπιμότητα της παροχής αυτών των εκπτώσεων ή διευκολύνσεων. Αντίστοιχα σενάρια υλοποιήσεων προκύπτουν και σε περιβάλλοντα private & corporate banking, όπου οι ανάγκες για "προσωποποίηση" των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων ήδη είναι καθημερινή πρακτική, η οποία όμως σήμερα υλοποιείται συνήθως με σύνθετες και κοστοβόρες διαδικασίες που δεν προάγουν την άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη.

Η σουίτα **miRenue** χρησιμοποιείται από business users, όπως οι product και relationship managers των χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων, εφόσον λειτουργούν με τη χρήση επιχειρηματικών κανόνων χωρίς να απαιτούν εμπλοκή των τμημάτων μηχανοργάνωσης. Οι προσφερόμενες λύσεις ενοποιούνται με όλα τα κεντρικά τραπεζικά συστήματα, διαθέτουν ανοικτή αρχιτεκτονική και υποστη-



ρίζουν όλα τα **τεχνολογικά χαρακτηριστικά** που απαιτεί ένα δομημένο τραπεζικό περιβάλλον (ασφάλεια, επεκτασιμότητα, υποστήριξη πολυαπλών πλατφορμών, διασυνδεσιμότητα).

nw: **Με βάση τις διεθνείς εξελίξεις, ποιες θεωρείτε ότι είναι οι νέες τάσεις στην αγορά του CRM;**

Π. Γιαθελής: Η αγορά παγκοσμίως κινείται γύρω από αυτό που ονομάζεται σήμερα "mass-customization" ή, αν μπορούσαμε να το αποδώσουμε περιφραστικά, γύρω από την τάση να απευθυνόμαστε σε ένα μαζικό αγοραστικό κοινό αλλή με στοχευόμενες και απόλυτα προσωποποιημένες υπηρεσίες. Σήμερα, λόγω του έντονου ανταγωνισμού και των υψηλών απαιτήσεων που έχει δημιουργήσει ο καταναλωτής για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προτιμά, καθώς και τη σημασία του παράγοντα της εξυπηρέτησης κατά τη διάρκεια της επαφής με τον πελάτη, ανεξάρτητα καναλιού επικοινωνίας, διάρκειας και αιτίας, η τάση αυτή αποτελεί ουσιαστικά μονόδρομο. Ο σύγχρονος καταναλωτής έχει διαμορφώσει μια εμπεριστατωμένη άποψη για την ποιοτική εξυπηρέτηση και το συναίσθημα ότι είναι μοναδικός. Κι είναι έτοιμος να πληρώσει παραπάνω για να "βιώσει" την εμπειρία αυτή. Η εξυπηρέτηση που αποζητούμε από την τράπεζά μας έχει σαφώς επηρεαστεί από την ποιοτική εξυπηρέτηση που ήδη απολαμβάνουμε από τον πάροχο κινητής τηλεφωνίας που χρησιμοποιούμε, και ανάποδα. Οι εταιρείες που θα κινηθούν γρήγορα προς αυτή την κατεύθυνση θα έχουν και το πλεονέκτημα του πρωτοπόρου, έχοντας αποκτήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που δύσκολα θα αντιγραφεί από τον ανταγωνιστή τους: Θα έχουν μιλήσει στην "καρδιά" του πελάτη τους και θα έχουν συνδέσει το brand τους με συναισθήματα, αξίες, θετικές εμπειρίες. Ήδη, οι πιο πετυχημένες εταιρείες και εμπορικά ονόματα ανεξάρτητα χώρου δραστηριότητας ενεργοποιούνται προς αυτή την κατεύθυνση.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και τις λύσεις της IntelliSolutions, μπορείτε να καλέσετε στο 210-95 70 983.

