

← Wstecz

Banki:

■ Rozwój przez franczyzę

Małgorzata Alicja Dudek - Gazeta Bankowa nr 30 (978) 23 - 29 lipca 2007 r.

Już ubiegły rok pokazał, że sieci franczyzowe stają się dla instytucji finansowych szczególnie ważne. Na rozwój placówek partnerskich stawiają kolejne banki, które dotąd hołdowały wyłącznie własnym oddziałom. Należą do takich właśnie m.in. ING Bank Śląski (pierwsze placówki partnerskie uruchomione w ubiegłym roku), Bank Zachodni WBK, który od maja tego roku buduje sieć franczyzową w oparciu o nowy brand „minibanku” oraz mBank. Ten ostatni obsługuje już ponad 1,3 mln klientów i choć zgodnie z założeniami miał prowadzić wyłącznie zdalną obsługę (przez internet, telefon), to jednak nie broni się przed uruchamianiem małych punktów, gdzie klient będzie miał możliwość kontaktu z pracownikiem banku. Ale mBank, detaliczna noga BRE Banku, który uruchamia miniplacówki – kioski – wyłącznie w dużych galeriach handlowych, postanowił również rozwijać się przez sieć partnerską. Od tego roku kioski mBanku będą również prowadzili agenci, którzy jednak będą musieli znaleźć sobie lokalizację poza galeriami. W galeriach bowiem bank będzie stawiał wyłącznie własne kioski.

Planowane otwarcia nowych placówek partnerskich do końca 2008 roku

	Liczba placówek partnerskich	Planowane nowe placówki	Wkład własny franczyzobiorcy (w tys. zł)
AIG Bank	15	ok. 30	brak danych
BZ WBK	3	100	40
BPH	ok. 340	0	10-40
Dominet Bank	115	brak danych	150-200
eurobank	5	30	60
Getin Bank	0	50	brak danych
ING Bank Śląski	34	75	ok. 100
Monetia (BISE)	154	1300 do końca 2009 r.	
MultiBank	40	brak danych	110-125
PKO BP	ponad 2200	0	45 (multisejf i boks kasowy)
Polbank	96	brak danych	90-150

Źródło: Banki, Akademia Rozwoju Systemów Finansowych

ING Bank Śląski poszukuje lokalizacji głównie w dużych aglomeracjach i ich okolicach oraz w miastach, gdzie nie jest jeszcze obecny. Placówki partnerskie są uzupełnieniem istniejącej sieci sprzedaży i otwierane są przede wszystkim w Polsce zachodniej, północnej i centralnej, w miastach powyżej 40 tys. mieszkańców. Bank oferuje agentom kompletnie wyposażoną placówkę, remont i wyposażenie są w całości finansowane przez bank. Wspiera partnera marketingowo i w bieżącej działalności, a także szkoli.

Nie tylko bank

Branża finansowa to jednak nie tylko banki. Rozwój poprzez franczyzę doceniają także pośrednicy kredytowi, czy firmy realizujące płatności. Należą do nich m.in. Okienko Kasowe z Łodzi, Intax Logistic z Krakowa czy Unilink Warszawa. Pierwsze dwie spółki prowadzą punkty, w których realizują płatności. Unilink natomiast prowadzi sprzedaż produktów i usług finansowych, a także obsługuje transakcje kredytowe. Okienko Kasowe, które wydało już ponad 400 licencji, zapewnia agentowi pakiet startowy, w skład którego wchodzi m.in. komputer, drukarka, czytnik kodów, wizualizacja, materiały reklamowe i szkolenia. Za to wszystko agent płaci tylko raz i oczywiście później ponosi koszty prowadzenia działalności. Podobnie Intax Logistic (ponad 130 wydanych licencji), działający pod brandem Microbank dba o agentów zapewniając im wizualizację i dostęp do serwera bankowego. Firma nie ogranicza się tylko do przyjmowania płatności od klientów. Do zadań placówek należy również pośrednictwo w udzielaniu kredytów gotówkowych, hipotecznych i samochodowych, sprzedaż kart kredytowych, obsługa rachunków bankowych i sprzedaż doładowań do telefonów komórkowych. Reklamuje się hasłem „Bank i Poczta w jednym” i rzeczywiście umożliwia korzystanie z najprostszych usług pocztowych, takich jak wysyłka listu czy paczki. Microbank ma w ofercie produkty i usługi kilku banków, przez co staje się brokerem finansowym i kto wie, czy takie placówki franczyzowe nie będą wkrótce najpopularniejszymi na rynku.

Do budowy sieci franczyzowej pod nazwą Dom Hipoteczno-Zastawny przymierza się także Śląskie Centrum Pożyczek (Tarnowskie Góry). Przymierza się to dobre słowo, ponieważ spółka nie uruchomiła jeszcze ani jednej licencji. Partnerem biznesowym spółki jest PKO BP, a jej podstawowa działalność polega na pośrednictwie w sprzedaży kredytów hipotecznych oraz pośrednictwie i obrocie nieruchomościami.

Z klientem pod rękę

Budowa sieci partnerskich nie jest tylko modnym sposobem na rozwój. Badania preferencji konsumentów pokazują, że klienci wybierają bank głównie z powodu bliskości oddziału. Nie ma zatem nic prostszego, jak udostępnić własne logo przedsiębiorcom, którzy znają lokalne potrzeby mieszkańców. Budowa własnego oddziału kosztuje bank zazwyczaj kilkaset tysięcy złotych, a okres w jakim taka inwestycja się zwróci to zwykle ok. 3 lat.

– Partnerzy banku nie tylko biorą na siebie część ryzyka biznesowego budowy sieci i angażują własne nakłady finansowe, ale, co dla banku bardzo cenne, mają dokładne rozeznanie w terenie. To znacznie ułatwia ekspansję – mówi Kamiński.

Banki, które zdecydowały się na franczyzę w ubiegłym roku i w latach poprzednich będą rozwijały się znacznie dynamiczniej niż pozostałe. Poza absolutnymi liderami na rynku franczyzy bankowej: PKO BP, bankiem BPH i Dominet Bankiem (przejętym kilka miesięcy temu przez Fortis), początek roku 2007 to intensywne zwiększanie liczby placówek partnerskich Polbanku EFG, ING Banku Śląskiego, MultiBanku, eurobanku, AIG Banku, BZ WBK. Na przejściu 154 placówek Monetki należącej do banku BISE, przejętego przez DnB Nord również się nie skończy. DnB Nord zamierza w dalszym ciągu inwestować w rozwój sieci. Do końca 2009 roku sieć ma liczyć aż 1300 placówek i osiągnąć nawet 15-proc. udział w rynku.

← Wstecz



Redakcja: Archiwum : Strona główna

Kategorie: Finanse : Banki : Ubezpieczenia : Gospodarka : Technologie

Tematycznie: Bieżący numer : Wydarzenia : Rankingi : Raporty : Niezbędnik : Kalendarium : Ludzie/firmy : Gość bankowej/felietony : Nasi partnerzy :

Prenumerata : Reklama : O tytule : Zespół : Kontakt

Polityka prywatności Zastrzeżenia prawne

Projekt i wykonanie Excelo. Powered by excelo true CMS system.