

Mobilní banka už tady není jen pro to, aby bylo vidět její logo ve storu

Vývojářská společnost Zentivity patří mezi nejúspěšnější dodavatele mobilních aplikací u nás. Své klienty má ale i v zahraničí, a to jak z řad finančních institucí, tak i jiných segmentů. Na to, jaké jsou trendy právě v tomto směru, jsme se zeptali generálního ředitele společnosti Abhisheka Balarii a také provozního ředitele Romana Mackovčáka.

Jaké jsou rozdíly mezi přístupem českých a zahraničních bank? O jaké aplikace jeví banky největší zájem? A jaké digitální trendy hýbou aktuálně oblastí pojišťovnictví? Právě na tyto otázky a mnoho jiných naleznete odpovědi v následujících řádcích.

Vzpomínáte si, jaká byla situace v době vašich začátků?

Balaria: Rozhodně. Abych pravdu řekl, v té době vysvětlit přístup „mobile first“ byl docela oříšek. Klienty jsme museli přesvědčit, že to má smysl, a není to jen nová móda. A taky že zákazník to brzy bude vyžadovat, a když to nedostane, odejde. Dnes vidíme, že tento trend je silnější a silnější. Především pak v bankovníctví, kde stále více uživatelů využívá mobilní banku.

V čem je vlastně Zentivity jako společnost jedinečná a v jakých oblastech se odlišujete od svých technologických konkurentů?

Balaria: Za úspěchem společnosti stojí mnoho faktorů. Nejedná se o jednu konkrétní věc. V první řadě jsme jedna z nejstarších firem, které se věnují mobilním technologiím. Na trhu jsme už více než 10 let a po celou tu dobu se soustředujeme jen na jednu věc, ve které chceme být na špičce. Sledujeme nejnovější trendy v rámci digitálního kanálu, ať už co se týče procesů, technologií či projektů. To je náš core byznys. S tím jsou spojeny i další věci. Například převážná část našeho týmu se za ta léta nezměnila. A to jsou i ve světovém měřítku špičkoví experti právě na oblast mobilních technologií. Dále pak, od samého začátku jsme globální firma. To znamená, že zkušenosti nečerpáme jen z lokálního nebo evropského trhu, ale také z dalších zemí. Díky těmto aspektům máme zkušenosti, které skoro nikdo dnes nemá.

Zmínili jste, že jste mezinárodní společnost. Inspirujete se na jiných trzích novými aplikacemi? Je možné například z Alipay

získat to nejlepší a následně to aplikovat třeba u nás?

Balaria: Obecně co se technologických trendů týče, je třeba říct, že český trh patří mezi světové špičky. Máme silné technické zázemí a držíme krok se zbytkem světa. Samozřejmě jsou země typu Švédsko, Finsko, Norsko, Austrálie a pár dalších, které například v mobile bankingu měly lehký náskok, ale nemyslím si, že ten náskok je až tak značný. Co se týče byznysové stránky, je nesporný fakt, že i když se vše přesuává do mobilních zařízení, je třeba aplikace přizpůsobit lokálním podmínkám. Proto si myslím, že zkopírovat zahraniční aplikaci není řešením a nad jednotlivými projekty je třeba se zamyslet a věnovat jim patřičnou energii. Například nyní připravujeme velký projekt instantních plateb skrze PSD 2, kdy v praxi zaplatíte obchodníkovi přímo skrze bankovní účet. Věříme, že díky našemu know-how a technologickému zázemí, zvládneme právě toto velmi efektivně.

Co se týče vašich pracovních týmů – jedná se díky tomu, že jste globální firma, o internacionální týmy, nebo jsou vaši lidé z Česka a Slovenska?

Mackovčák: Většina našich expertů je z Česka a Slovenska. Je to dáno jak historií naší společnosti, jelikož jsme začínali právě v Česku a na Slovensku, tak i situací na trhu. Lidé chtějí pracovat ve zkušeném týmu a my jim to můžeme nabídnout. Tudiž vlastně ani nepocitujeme nedostatečnou nabídku na trhu práce. V každé fázi vývoje naší firmy to ale bylo jiné. Například když jsme začínali, téměř neexistovala pozice mobilního vývojáře. My jsme si lidi museli vytrenovat. Základem byli dobří programátoři, které jsme naučili platformy, a to děláme i dnes. Vzpomínám si taky, že první roky jsme sbírali lidi jen na bázi referencí od stávajících členů týmu, což mělo ten efekt, že spolupráce mezi nimi byla a je daleko efektivnější. Jen pro informaci, během minulých dvou let jsme

” V afrických zemích a v Číně je tendence agregovat vše do jedné platformy. Máte tady mobilní platbu a na tu se nabalují další služby e-commerce, jako jsou půjčky, reklamy atd.

vyrostli o sedmdesát procent, co se týče personální kapacity.

Jak velkou část vašeho byznysu tvoří Česko a Slovensko?

Balaria: Česko dnes tvoří něco mezi třiceti pěti až čtyřiceti procenty našeho byznysu. Náš podíl na tuzemském trhu je značný. Například co se mobilních operátorů týče, je to sto procent. My děláme v podstatě všechny jejich self-care mobilní aplikace. Významný podíl máme i mezi bankami a přibývají nové segmenty, jako je pojišťovnictví, zdravotnictví atd. Podobně je tomu i na Slovensku, kde se tamní byznys podílí na našem celkovém byznysu asi patnácti procenty. Na druhou stranu jen v Česku a na Slovensku by bylo velmi náročné vybudovat velkou společnost orientovanou jen na mobilní aplikace, tudíž od samého začátku jsme byli nuceni expandovat do zahraničí. Dalšími zeměmi jsou Rakousko, Maďarsko, máme projekty na Balkáně, v Anglii, Irsku, Bulharsku, Švýcarsku, kde máme dokonce i pobočku, a rozjíždíme se v Africe, Americe nebo nově i v Asii.

Když už jste zmínil ty pobočky, v jakých zemích je máte?

Balaria: V Česku je naše centrála, přičemž jedna dcera je na Slovensku, další v Maďarsku, Švýcarsku a Americe, kde máme dlouhodobě svou dceřinou společnost.

Jak se dostáváte k novým projektům?

Mackovčák: V podstatě se jedná o více kanálů. Tím prvním jsou velké korporátní skupiny, jako je KBC, Raiffeisen, Vodafone atd., kdy oni nasadí náš projekt na jedno místo a následně to řešení mají tendenci šířit. Což je mimo jiné i poměrně zajímavé, jelikož většinou to tímto způsobem u jiných projektů nefunguje. Standardní je, že s něčím přijde centrála a pak se to rozšiřuje. V našem případě je to opačně. Dalším kanálem jsou lidé, kteří si na naše služby zvyknou a potřebují je. V neposlední řadě se jedná o prezentaci v reportech, například Gartneru nebo i z internetu, kde si nás nedávno našla jedna vietnamská banka.

Jak už jste zmínil, Zentivity působí také v Africe. Jak se liší tamní prostředí, kde se vlastně dnes všichni snaží uspět, jelikož ten trh se začíná vyvíjet se zpožděním teprve v posledních letech?

Balaria: Z našeho pohledu to vůbec nevypadá extra odlišně. Je to dáno tím, že dodáváme stále stejný typ řešení – mobile banking, které připravujeme pro jednu tamní banku. Korporátní prostředí je v podstatě unifikované, tudíž se až tolik od toho evropského neliší. Co se tamních platforem týče, tak by se dalo říci, že trhu vládne převážně Android a lowendové mobilní telefony. Zajímavé také je, že v afrických zemích, podobně tomu je i v Číně, je tendence agregovat vše do jedné platformy. Máte tady mobilní platbu a na tu se nabalují další služby e-commerce, jako jsou půjčky,

objednávky jídel atd. Pokud se v těchto zemích podaří někomu vybudovat nějakou klientskou bázi, může to být i oblast zdravotnictví, tak mají tendence do toho napojit další služby a dodat to jako celek. Je dost možné, že se to dostane i sem.

Jak se díváte na velké hráče typu Facebook a Google, kteří by do toho platebního světa mohli vstoupit?

Balaria: Věřím, že oni do toho jistě i vstoupí a už vlastně v něm i jsou. Zajímavé ale je, že ačkoliv mají silnou klientskou bázi a možnost budovat vztahy na nadnárodní úrovni, tak se to nerozjelo tak moc, jak jsem čekal.

Čím to může být?

Balaria: Já si myslím, že to prostě nenašlo silný use case. Věřím ale, že cestu nám ukáží Skandinávci. Tam mobilní platby už dnes skutečně fungují. Přičemž právě v tomto směru jsou tam proaktivní právě banky.

Myslíte si, že co se plateb týče, jsou banky napřed právě díky důvěře, kterou v banky klienti vkládají?

Mackovčák: Rozhodně, ale nejde jen o to. Je to také o timingu a klíčová je i penetrace. Musíte vědět, že tím mobilem můžete zaplatit skutečně všude, jak je tomu právě ve Skandinávii. Pak to teprve může fungovat.

Už jste to nakouli – proč když ve Skandinávii mobilní platby tolik fungují, jsou u nás stále jen neuskutečným projektem?

Mackovčák: K tomu, aby byly mobilní platby skutečně rozšířeny, je předpoklad, aby byla společnost zvyklá fungovat bez hotovosti, což Češi ještě dnes nejsou. Například já musím vybírat každý týden peníze z bankomatu. Co se přímo mobilních plateb týče, tak nemám na mysli to, že mobil simuluje kartu, ale platbu z účtu na účet skrze aplikaci. To má pro obchodníka velký byznys case, jelikož šetří na poplatcích. A proto je dost možné, že ta cesta k uživateli vede právě přes obchodníky, kteří to začnou požadovat. Zejména pak, když pro koncového zákazníka je daleko pohodlnější dnes vytáhnout kartu a přiložit ji k terminálu. Svou roli v tomto směru by měl hrát ale i stát, který by sám měl jít příkladem a měl by být bezhotovostní. Bohužel, to se dnes neděje.

Když se bavíme o instantních platbách – spolupracujete s ČBA, která také pracuje na podobném projektu?

Mackovčák: V tomto směru máme vlastní projekt, který si sami vyvíjíme a pro který budeme mít vlastní licenci ČNB.

Kdy plánujete spuštění tohoto projektu?

Mackovčák: Již dnes se bavíme s bankami, přičemž první projekty bychom chtěli spustit do konce října. Nicméně, kdy se dočkáme skutečně plné penetrace, to vám teď přesně neřeknu. Nejspíš to bude otázka několika let.

Už nějakou dobu tady máme PSD 2. Vidíte v kontextu s touto novou evropskou směrnicí změnu?



Mackovčák: Zatím změny ještě tolik vidět nejsou, nicméně myslím si, že se hodně změní komunikace s klientem a mohou do toho skočit i technologie multibankingu, kdy se z jednoho účtu dostanu na více účtů jiných bank. Ta logika je taková, že když to bude dobře udělané, tak klient nebude muset jít do banky, a tudíž banka s ním nebude moci komunikovat. Velkou výhodou bude mít tedy ten, kdo bude mít kvalitní multibanking. A to bude to bitevní pole, kde budou muset banky opravdu hodně zapracovat.

Dnes všichni tlačí na banky, aby spolupracovaly s fintechy. Nicméně ačkoliv fintech projektů znám opravdu hodně, vím jen o minimu těch, které se do banky úspěšně integrují.



Spousta lidí má dnes ale jen jeden účet. Jaká je tedy přidaná hodnota pro tyto klienty?

Mackovčák: Jak už jsem říkal na začátku. My očekáváme daleko vyšší propojení bankovních služeb s jinými službami. Zároveň je třeba uvědomit si, že ta multibankovací aplikace může být daleko lepší než základní aplikace banky, a tím pádem může přetáhnout klienta.

Proč se ale stále o nových trendech mluví a ještě se toho tolik nevidí?

Mackovčák: Nemám pocit, že by se nic nedělo. Každopádně je třeba si uvědomit, že vymyslet nové řešení je pro banky nesmírně náročné a nákladné, zejména pak proto, že zastaralé a robustní bankovní systémy na to nejsou stavěné. Ale ta vůle tady je. A ten, kdo bude první, bude mít rozhodně velký náskok.

Jaké jsou rozdíly mezi aplikacemi, které jste budovali na začátku před rokem 2010 a dnes, kdy jsou banky poměrně podrtivým regulačním tlakem?

Balaria: Regulace tady byla vždy. PSD 2, GDPR atd. nejsou tím, co ovlivnilo vnímání banky. To se podle mě změnilo důsledkem technologického pokroku, kdy banky dnes vidí mobilní aplikace jako svůj core produkt. Mobilní banka už tady není jen pro to, aby bylo její logo vidět ve storu. Díky tomu jsou projekty dnes desetkrát až dvacetkrát větší, než tomu bylo dříve. Zatímco tehdy jsme počítali třeba s deseti tisíci uživateli, dnes musíme brát v potaz velkou klientskou bázi. Tehdy to mělo trochu i paralelu se SIM bankingem, kdy byly bankovní aplikace na mobilních kartách. Ty totiž nikdy nedosáhly velkého úspěchu a banky si myslely, že to bude podobné také s mobilním bankovníctvím. Samozřejmě kvůli novým hrozbám se postupem času změnila i bezpečnost. V neposlední řadě, co se nově rozvíjí a i my to připravujeme, jsou platformy, které umožňují integraci třetích stran. Bohužel plnohodnotné integraci brání právě již zmínované robustní systémy.

V čem se toto vaše řešení liší od klasických open API?

Balaria: Je to end to end. Například, když Barclays chce, aby si člověk dokázal objednat z KFC přímo v bankovní aplikaci, tak máte dvě možnosti. Budto klasickou integraci skrze open API, kdy KFC a banka udělají nějaké propojení. Nebo Barclays bude mít webovou platformu, kde KFC přijde, zaregistruje se a dál bude vyvíjet na své straně celé řešení až do finále. To potom jen Barclays schválí a systém automaticky funkcionalitu nasadí. Pro banku je to daleko jednodušší a zároveň touto cestou může paralelně pracovat na více projektech. Nehledě na fakt, že v případě, kdy by si vše řídila sama, bylo by to pro ni nesmírně náročné a ve finále i nákladné.

Nebude pro banku ale obtížné hlídat všechny potenciální partnery?

Balaria: Nějaká práce to sice bude, ale rozhodně to bude daleko jednodušší než si řídit vše sami. Můj názor je takový, že dnes všichni na banky tlačí, aby spolupracovaly s fintechy, aby je integrovaly atd. Nicméně ačkoliv fintech projektů znám opravdu hodně, vím jen o minimu těch, které se do banky úspěšně integrovaly. Je to dáno tím, že propojení banky a fintechu je ve své podstatě střetem kultur.

Jaká je poptávka právě po propojování s třetími stranami?

Balaria: Podle mého názoru docela velká, jinak bychom to nedělali. Spoustu našich produktů vyvíjíme právě tak, že když nám o tom řeknou dva až tři klienti, tak o tom začneme uvažovat.

Co podle vás může zlepšit penetraci mobilního bankovníctví a vůbec mobilních plateb?

Mackovčák: Řekl bych, že to pořád málo propagujeme. Je to o intenzivní práci se zákazníkem. Například jeden náš klient má v mobilu devadesát šest procent klientské báze, která má stovky tisíc klientů. To znamená, že se tam skutečně přihlásí. Nicméně, je třeba říct, že on vytváří neustálé akce, nabídky a jednoduše se svými zákazníky komunikuje. Zároveň je nutné, aby ta aplikace byla uživatelsky příjemná a plnohodnotná. Další otázkou je, jak oslovit lidi, kteří nejsou technologicky zdatní. Přibližně patnáct procent lidí má pak i obavu z bezpečnosti, i když je nereálná. V neposlední řadě je třeba brát v potaz, že front-end aplikace se dělá jen pro určité procento lidí. Ale když se podívám třeba na své rodiče, tak oni na to nevidí a ani nepotřebují tolik funkcí jako třeba mladší generace. Pro ně by byla praktičtější daleko jednodušší aplikace s velkými čísly a pár funkcemi, tedy s jiným front-endem. Na druhou stranu musím uznat, že se to zlepšuje a stále více firem u nás se snaží mobilní řešení proaktivně nabízet. Už i u našich zákazníků začíná být běžné nastavení cílů podle toho, jak aktivně jejich klienti aplikaci používají.

Zmínili jste, že začínáte pracovat i s pojišťovnami, o jaké produkty mají pojišťovny zájem? Jaké aplikace pro ně vyvíjíte?

Balaria: V podstatě se jedná o základní samoobslužné věci. Ale máme i jednoho zahraničního klienta, který na svých datech vymyslel funkcionalitu, které jsou pro jejich klienty tak zajímavé, že do té aplikace chodí každý den. A není to o jejich core byznysu, ale o tom, že z těch dat, která mají, vytvořili přidanou hodnotu. A to může být způsob, jak pojišťovny mohou přitáhnout člověka k mobilu. Pak tady máme taky možnosti využití, jako je například „pay as you go“ nebo různé insurtechy atd. V Anglii jsem třeba viděl, že existuje aplikace, kterou si můžete pojistit tři produkty jen za deset liber měsíčně. A vše plně digitální cestou. V neposlední řadě se jedná o platformy pro makléře, kteří jsou pro pojišťovny zásadní.



Abhishek Balaria

Je zakladatelem a generálním ředitelem společnosti Zentity. V oblasti IT má více než 20 let zkušeností. V současnosti se zaměřuje především na mobilitu, cloudová řešení a technologii umělé inteligence. Působí také jako mentor mnoha start-upů a akceleračních, jakými je například pražský StartupYard nebo Startup Wise Guy v Rize.

Otázka na závěr. Jaké jsou aktuální technologické trendy a na co mimo mobilní bankovníctví se v Zentity zaměřujete?

Balaria: Těch projektů je hned několik. Například v současné chvíli připravujeme pro Nedbanku v Jižní Africe Siri platby. Dále pak chystáme službu mobilního bankovníctví v podobě chatbota, a to jak v češtině, tak i ve slovenštině. Další věcí je digitální onboarding, který se podařilo spustit už v první evropské zemi, nicméně u nás jsou v tomto směru ještě stále legislativní překážky. Zajímavou vychy-



Roman Mackovčák

Je zakladatelem a provozním ředitelem společnosti Zentity. V oblasti IT se pohybuje více než 22 let. Mimo mobilní technologie a internet je odborníkem na data management a oblast business inteligence. Soustřeďuje se zejména na inovace ve finančních službách a odvětvích s nimi souvisejících.

távkou, kterou nabízíme, je třeba i navigace k bankomatu, kde pomocí kamery zobrazíte okolí a aplikace vás navede k nejbližšímu bankomatu, nebo TV banking, který jsme zkoušeli už tak před čtyřmi roky. Nicméně zde je třeba si přiznat, že konkurovat mobilu je opravdu těžké, jelikož je daleko jednodušší a uživatelsky pohodlnější.

B Rozhovor vedla Martina Sobková
www.bankovnictvionline.cz

”

Regulace tady byla vždy. PSD 2, GDPR atd. nejsou tím, co změnilo vnímání banky.