Taroltak az európai bankok tavaly

Öt lakossági bank közül négynek sikerült a magasabb jövedelmezőség és a versenyképesebb pozicionálás felé elmozdulnia, mutat rá a PwC elemzése. A kiszabott díjak és jutalékok, valamint a kamatemelések lendítették előre bevételeiket és láthatóvá váltak a költségátalakítási és digitalizációs programok eredményei is. A lakossági bankok nagyobb része már elkezdte átalakítani az üzleti és működési modelljük kulcsfontosságú elemeit. Erre szükség is van az átalakuló ügyféligények közepette: alapvető elvárás a felületek egyszerűsége, kényelmes használata, illetve ezek zökkenőmentes működése.

2022 eredményes év volt az európai bankoknak

Az európai lakossági bankokat több mint egy évtizednyi kihívásokkal teli, alacsony kamatozású környezet után három tényező támogatja: a kamatemelések (és a marzsok növekedése), a költségátalakítási programok eredményei és a digitális szolgáltatási modellek fejlődése. 2022 összességében jó év volt az európai lakossági bankok számára: a bevételek 8%-kal emelkedtek, míg a költségek csak kismértékben, 2%-kal nőttek. A fiókhálózatok átalakítása is felgyorsult, Európában az elmúlt két évben átlagosan 15%-os hálózatcsökkentés jellemző, bár az egyes országok között jelentős különbségek tapasztalhatók.

„A pozitív trend a magyar piac esetében is megfigyelhető, az országban működő bankok közül többen is rekordszintű nyereséget értek el, ami nagymértékben köszönhető a megugró kamatbevételeknek. A háború, az energiaválság és a magas infláció ellenére sem növekedett számottevően a nemteljesítő hitelek és követelések aránya. A speciális kormányzati intézkedések okoztak eltéréseket, az extraprofitadó és kamatstop több szereplő nyereségét tompította” – vázolja a magyarországi helyzetet Nagy Ádám Gusztáv, a PwC Magyarország Technológiai tanácsadási üzletágának igazgatója.

„A fiókhálózatok méretét tekintve szintén megfigyelhető az európai trend, az elmúlt évtizedben nagyjából felére csökkent a magyarországi bankfiókok száma. Nem utolsósorban pedig a technológiai fejlesztések és digitalizációs törekvések is megsokszorozódtak, a következő időszakban kulcskérdés lesz, hogyan tudják a bankok ezt a lendületet továbbvinni és a stratégiai prioritások középpontjába helyezni.” – tette hozzá a szakember.

A kiszabott díjak és jutalékok, valamint a kamatemelések lendítették előre a bevételeketMélyebben elemezve a vizsgált lakossági bankok által az elmúlt években bejárt utat, két irány rajzolódott ki a tanulmány során. A mintánkban szereplő lakossági bankok közül körülbelül ötből négynek sikerült – különböző mértékben – elmozdulni a magasabb jövedelmezőség és a versenyképesebb pozíció felé. A kiszabott díjak és jutalékok, valamint a kamatemelések lendítették előre bevételeiket és láthatóvá váltak a költségátalakítási és digitalizációs programok kezdeti sikerei is. Ezzel szemben a bankok kisebb része – a mintánkban szereplő lakossági bankok közül nagyjából minden ötödik – rosszabb helyzetbe került, mint hat évvel ezelőtt volt. Voltak, akik nem tudták megfékezni a költségnövekedést, és voltak, akiknek az elmúlt években gyengült a versenyképességük, elvesztették versenyelőnyüket piacaikon.

A PwC szakértői szerint azoknak, akik a múltban bátrak voltak, a jövőben is ambiciózusnak kell maradniuk ahhoz, hogy a megerősödött big tech és fintech szereplők növekvő versenye közepette megőrizzék és megerősítsék pozíciójukat. Ehhez pedig tisztában kell lenniük stratégiai prioritásaikkal.

Stratégiai prioritás a megújulás – az értékesítésben és a termékek terén egyaránt

A lakossági bankok nagyobb része már elkezdte átalakítani az üzleti és működési modelljük kulcsfontosságú elemeit. A további transzformációs és digitalizációs projektekre irányuló folyamatos erőfeszítéseken túl a lakossági bankoknak két azonnali stratégiai prioritásra kell összpontosítaniuk: az értékesítésben, illetve a termékekben való megújulásra.

Új értékesítési modell van kialakulóban

Az ügyfelek viselkedése az elmúlt években jelentős változásokon ment keresztül, amit a világjárvány felerősített. A mobile-first ügyfelek számának jelentős növekedését tapasztaljuk a készpénz-, illetve fiókalapú használathoz képest. A bankok eddig nem tudtak könnyen reagálni erre, leginkább a hagyományos fióki csatornák köré épített többcsatornás silók voltak a jellemzőek. Egy új modell van kialakulóban: a fiókközpontú, többcsatornás modellről a digitális értékesítési, omnichannel modellre térnek át a lakossági bankok, amelynek fő építőkockái: az ügyfélélmény; a csatorna megközelítés és integráció; a szervezeti struktúra és folyamattervezés; az adatelemzés és technológiai infrastruktúra, valamint az irányítási rendszerek és a compliance.

Az ügyfélfelületeknek egyszerűnek, az ezeket támogató háttérrendszereknek pedig extra stabilnak kell lenniük

A technológiai és fintech-szektor innovációi radikális átalakulást eredményeznek a kulcsfontosságú banki termékekben. Míg az olyan termékek alapvető funkciói, mint a folyószámlák, betétek, megtakarítások, befektetések és hitelek többé-kevésbé változatlanok maradtak, egyre jobb, egyszerűbb, gyorsabb és elérhetőbb termékek felé haladnak. Ennek részeként az ügyfélviselkedés és -elvárások szintén átalakulnak. A termékekben való megújulás a lakossági bankok számára kettős: egyrészt az ügyfélfelületeknek egyszerűnek és kényelmesnek kell lenniük, másrészt a háttérrendszereknek képesnek kell lenniük támogatni az emeltebb szintű termékélményt.

Ennek érdekében a lakossági bankoknak a következő területekre kell összpontosítaniuk figyelmüket: felhasználói élmény javítása; azonnali döntések és jóváhagyások biztosítása, megfelelő kockázatkezelés mellett; alacsonyabb belépési korlátok biztosítása az ügyfelek számára; a megfelelő támogató folyamatok kialakítása, valamint partnerségek megfontolása hiányos kompetenciák kezelésére.

Az elmúlt időszak hátszeléből építkezhetnek a lakossági bankok

Nagy Ádám Gusztáv szerint a lakossági bankoknak rövid távon fel kell használniuk az elmúlt időszak hátszelét, hogy megújítsák értékesítési modelljüket és termékeiket, valamint gördülékennyé tegyék értékesítési folyamataikat. Mindemellett fontos figyelemmel kísérni a big tech és fintech játékosok stratégiai lépéseit; a fintech startupok nyomott értékelései miatt egyben vonzó M&A lehetőségeket is jelenthetnek.

„A platform stratégiák és jövőálló képességek kiépítése kulcsfontosságú az értékesítés és a termékekben való megújulás szempontjából, mert hosszú távon ezek biztosítják a kiéleződő verseny és a változó ügyfélviselkedés közepette a sikeres működést. Nem szabad a megújulástól tartani, inkább stratégiai prioritássá kell tenni” – összegezte az elemzés üzenetét a PwC szakértője.

Módszertan: Az átfogó elemzés európai, valamint észak-amerikai és ausztrál lakossági bankok kulcs teljesítmény dimenziói mentén, pénzügyi kimutatások elemzésével történt. A minta kiterjedt:15 országban ~50 lakossági bankra/bankcsoportra;országonkénti 50-90%-os piaci részesedésre;~720 millió ügyfélre és több, mint 21 milliárd euró üzleti volumenre;mind hagyományos, fiókhálózattal rendelkező bankokra, mind pedig releváns méretű direkt bankokra.

Sajtókapcsolat:

* Simon Katalin, PR Vezető Menedzser
* +36 1 461 9100

Eredeti tartalom: PwC Magyarország

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:https://hellosajto.hu/4779/taroltak-az-europai-bankok-tavaly/