

BankingTech

EDIȚIA A IV-A 2015

SOLUȚII IT&C PENTRU INDUSTRIA FINANCIARĂ

www.piatafinanciara.ro

CE NISIP
MAI FRIGE
PE PLAJA
TEHNOLOGIILOR
PENTRU BĂNCI?

4

LIBRA
ONLINE - PRIMA
BANCĂ VIRTUALĂ
DIN ROMÂNIA

10

BCR TV,
UN PROIECT
DE SUCCES,
UNIC PE
PLAN LOCAL

20

Cardul de salariu duce
concurența
la nivelul următor



SUPLIMENT

PIATA
FINANCIARĂ

www.piatafinanciara.ro



CARDURI

Cardul
de salariu

Descoperă adevărata valoare a lucrurilor cu Cardul de salariu de la Piraeus Bank!

Acum e atât de simplu. Vino cu salariul la Piraeus Bank și ai:

- ZERO comision de retragere de la orice bancomat din România*
- ZERO comision de administrare lunară
- ZERO comision pentru plăți facturi și la comercianți
- Acces GRATUIT la winbank, serviciul de Mobile & Internet Banking

*pentru venituri de minim 2000 de lei pe lună sau descoperit de cont activ, la bancomatele altor bănci; indiferent de venitul lunar, la bancomatele Piraeus Bank.

Adevărata valoare ești tu

T. 0800 801 802, www.piraeusbank.ro

📍/PiraeusBank.Ro, www.adevaratavaloareestitu.ro

PIRAEUS BANK





A face banking astăzi e misie grea — mai grea ca niciodată. Bătălia din retail se dă pentru a intra în grațiile unei mase volatile de clienți, tot mai emancipați, mai grăbiți și mai familiari cu noile tehnologii. Revoluția declanșată de internet acum vreo 20 de ani își proclamă astăzi victoria fără echivoc în tot universul digital care ne înconjoară. Comunicarea cu banca de la distanță în biți și baiți — facilă, instantanee și cvasigratuită — a schimbat paradigma și a impus băncilor noi abordări și investiții.

BANKINGUL DIGITAL, PE FAST FORWARD

Dar triumful digitalului s-a produs abia în ultimii ani, desăvârșindu-se prin penetrarea fără precedent în istorie a telefoanelor inteligente, devenite de curând o „telecomandă” a existenței noastre.

Astăzi, un smartphone de clasă medie e mai performant decât un ordinator al NASA folosit în misiunea de aselenizare a primului om, în 1969. Astăzi, numărul terminalelor mobile, inteligente sau nu, l-a depășit pe cel al populației globului, iar rata de creștere a acestuia este de cinci ori mai mare decât sporul demografic global!

Pare neverosimil, dar statisticile indică, de exemplu,

faptul că jumătate dintre internații continentului african au acum cont pe Facebook. Cu un număr de 4,6 miliarde de conexiuni mobile la internet la final de 2014, bankingul tradițional se vede pus la colț, speriat de moarte.

Serviciile bancare la distanță au răvășit profund sistemul financiar mondial. Potrivit Băncii Centrale Europene, în Europa doar, datorită noilor oportunități deschise de interacțiunea remote a clienților cu instituțiile de credit, în perioada 2009-2013 au fost închise 35.000 de unități bancare și au plecat acasă sute de mii de angajați. Platformele de internet-banking au trecut de la „nice to

have” la „must have”. Serviciile mobile-banking au țâșnit, mușcând din cașcaval. Portofelele electronice au evadat din marochinării.

Acum, generațiile X, Y, Z rod din telefoane, visează social media și, în puținele ore de somn, taie valurile zilei pe placa internetului mobil. Ei gestionează prezentul și viitorul. Băncile și furnizorii au demonstrat, în paginile acestui supliment, că au înțeles, măcar în parte, ce îi așteaptă într-un așa context chiar și într-o Românie săracă, fudulă, cu români care caută intrarea de urgență în Europa.

Cristian Pavel ■



4 UN SEMESTRU PLIN DE INOVAȚIE
CE NISIP MAI FRIGE PE PLAJA TEHNOLOGIILOR PENTRU BĂNCI?



8 UN DECENIU SENT ÎN ERA TRANZACȚIILOR INTERBANCARE DIN ROMÂNIA
TRANSFOND ANIVERSEAZĂ 10 ANI DE COMPENSARE ELECTRONICĂ A PLĂȚILOR DE MICĂ VALOARE



10 O „POVESTE” CU BANI, ISTORISITĂ PRIN VOCEA ONLINE-ULUI
LIBRA ONLINE - PRIMA BANCĂ VIRTUALĂ DIN ROMÂNIA

12 CUM SE VĂD AFACERILE LOCALE DE LA FEREASTRA SEDIULUI CENTRAL
ÎN ROMÂNIA, AM AJUNS LA O STABILITATE MULT DORITĂ ȘI PERSPECTIVE ÎNCURAJATOARE
INTERVIU CU PIOTR JELENSKI, CEO ASSECO SOUTH EASTERN EUROPE



14 MODA MIGRĂRII ÎN ALTĂ REȚEA TELECOM E DEPĂȘITĂ:
ACUM, SALARIUL SE PORTEAZĂ PE CARDUL ING!

16 O ABORDARE PROASPĂTĂ ÎN SPAȚIUL BANCAR LOCAL
ESTE ESENȚIAL SĂ DEVENIM „BANCA DE CASĂ” A CLIENȚILOR NOȘTRI!
INTERVIU CU MĂDĂLINA TEODORESCU, DIRECTOR GENERAL (DCEO) PIRAEUS BANK ROMÂNIA



18 UN FURNIZOR TRADIȚIONAL CARE SE REPOZIȚIONEAZĂ DIN MERS
PRINTEC ÎȘI CONTINUĂ DEZVOLTAREA ORGANICĂ PE PIAȚA DE PROFIL
INTERVIU CU BOGDAN CONSTANTINESCU, CEO PRINTEC ROMÂNIA



20 EUTRON DĂ MAI DEPARTE MÂNĂ LIBERĂ VALORII
BCR TV - UN PROIECT DE SUCCES, UNIC ÎN ROMÂNIA

22 SOLUȚIILE DE SECURITATE PRIVESC ȘI MEDIUL BANCAR
ZIDURI NOI DE PROTECȚIE SE RIDICĂ ÎN CALEA ATACATORILOR CIBERNETICI

24 TERMINALELE INGENICO CONVING ȘI ÎN ROMÂNIA
ROPECO ÎNLOCUIEȘTE FLOTA DE POS-URI A BĂNCII TRANSILVANIA

BankingTech

Supliment al revistei PIAȚA FINANCIARĂ

P.O. Box 63-166, 71200, București
Str. Nicolae G. Caramfil nr. 77, sector 1
Tel.: 021.315.79.26
021.315.79.13

e-mail: piataf@piatafinanciara.ro
www.piatafinanciara.ro
www.finmedia.ro

ISSN 1224-4368
Tiparul: ARTPRINT

Editor supliment:
Cristian Pavel cpavel@piatafinanciara.ro

Corectură:
Irina Frățilă ifratila@piatafinanciara.ro

Redactor-șef Piața Financiară:
Norel Moise nmoise@piatafinanciara.ro

Director publicitate:
Marius Ștefan mstefan@finmedia.ro

Graphic Designer:
Marius Filipoiu filipoiu@piatafinanciara.ro

Departament comercial:
021.310.09.83
Abonamente
(abonamente@finmedia.ro): 021.317.08.66

Difuzare: 021.317.08.66
Publicitate: 021.310.09.83
021.315.79.26

finmedia


Director general: Mihai Sândoiu

Șef departament: Georgeta Clinca

Director evenimente: Alexandru Adrian


Nota redacției

Niciuna dintre analizele revistei nu constituie o sugestie de investiție. Conform legii, investițiile efectuate în urma lecturării revistei implică responsabilitatea exclusivă a investitorilor. Este interzisă, conform legii, reproducerea integrală sau parțială, pe orice cale și prin orice mijloace, a conținutului revistei fără acordul scris al conducerii redacției și al autorilor, care dețin dreptul de copiere. Aparține, în exclusivitate, colaboratorilor responsabilitatea privind datele și considerațiile din textele pe care le semnează. Opiniile colaboratorilor nu reprezintă instituțiile și/sau firmele cu care aceștia au relații contractuale de orice fel.



Facturile tipărite pleacă în vacanță

Scapă de grija proceselor de facturare tradiționale folosind serviciul de facturare electronică e-Factor@ oferit de TRANSFOND. Astfel, economisești timp și bani și eficientizezi procesele financiare interne.



TRANSFOND

www.transfond.ro

 **e-Factor@**
TFD



UN SEMESTRU PLIN DE INOVAȚIE

CE NISIP MAI FRIGE PE PLAJA TEHNOLOGIILOR PENTRU BĂNCI?

Primele cinci luni ale anului 2015 au demonstrat că instituțiile de credit și furnizorii lor continuă să caute și să găsească soluții noi pentru a fi mai repede și mai aproape de clienți — adică de „stăpânii” care învârt morișca business-ului.



OTP BANK A LANSAT MYMENTOR, UN INSTRUMENT DE PLANIFICARE EFICIENTĂ A CHELTUIELILOR ȘI A VENITURILOR PERSONALE

OTP Bank România susține planificarea eficientă a cheltuielilor și a veniturilor personale prin noul instrument MyMentor, accesibil atât din platforma OTPdirekt — Internet Banking, cât și din aplicația de mobile banking, OTPdirekt — SmartBank. MyMentor a fost conceput ca fiind un prim pas către un program de planificare financiară. Acest instrument furnizează o imagine completă a veniturilor și a cheltuielilor, oferind facilitățile necesare pentru o bugetare personală eficientă.

Prin serviciul MyMentor, clienții OTP Bank beneficiază de avantaje precum:

- Posibilitatea efectuării unei analize detaliate a istoricului tranzacțiilor într-o formă de



Conform datelor furnizate de studiul de piață recente și confirmate de sondajul online realizat recent de către OTP Bank, majoritatea românilor nu au un plan de gestionare a finanțelor personale, în ciuda contextului economic actual. De aceea, le propunem clienților noștri un nou instrument foarte util de gestionare a veniturilor și a cheltuielilor, MyMentor, disponibil atât prin intermediul platformei OTPdirekt — Internet Banking, cât și prin aplicația de mobile banking, OTPdirekt — SmartBank

**DRAGOȘ MÎNDRICI,
Director Digital Banking,
OTP Bank România**

prezentare modernă;

- Formă grafică intuitivă pentru reprezentarea cheltuielilor și a veniturilor personale, astfel încât utilizatorul poate identifica rapid necesitățile sale financiare și quantumul lor pe fiecare categorie;
- Segmentarea veniturilor și a cheltuielilor;
- Clasificarea automată a cheltuielilor efectuate prin intermediul cardurilor.

„Conform datelor furnizate de studiul de piață recente și confirmate de sondajul online realizat recent de către OTP Bank, majoritatea românilor nu au un plan de gestionare a finanțelor personale, în ciuda contextului economic actual. De aceea, le propunem clienților noștri un nou instrument foarte util de gestionare a veniturilor și a cheltuielilor, MyMentor, disponibil atât prin intermediul platformei OTPdirekt — Internet Banking, cât și prin aplicația de mobile banking, OTPdirekt — SmartBank”,

declară Dragoș Mîndreci, Director Digital Banking, OTP Bank România.

OTP Bank România, subsidiară a OTP Bank, cel mai mare grup bancar independent din Europa Centrală și de Est, este un furnizor integrat și auto-finanțat de servicii financiare. Cu o abordare definită prin responsabilitate, angajament și profesionalism, OTP Bank România înțelege nevoile clienților și contextul actual al pieței și este un partener de încredere în furnizarea de servicii financiare. OTP Bank oferă servicii financiare universale în Ungaria, România, Muntenegru, Croația, Bulgaria, Rusia, Ucraina, Slovacia și Serbia, pentru mai mult de 13 milioane de clienți, prin intermediul unei rețele teritoriale de peste 1.500 de unități, ATM-uri și canale electronice.

VISA SUSȚINE ANDROID PAY PENTRU PLĂȚI MOBILE SIGURE

Visa anunță că a încheiat un parteneriat cu Google pentru



Lansarea Android Pay confirmă faptul că 2015 este anul în care plățile mobile vor fi realizate de consumatori la scară largă. Visa Europe este încântată de perspectiva de a colabora cu Google pentru a pune la dispoziția deținătorilor de carduri Visa din Europa platforma Android Pay, care le va da posibilitatea de a plăti în siguranță cu cardul prin intermediul tehnologiei Visa payWave și Visa Token Service

**JEREMY NICHOLDS,
Executive Director of Mobile,
Visa Europe**

lansarea platformei Android Pay, prin care oferă noi soluții sigure de plată instituțiilor financiare și comercianților care utilizează sistemul de operare Android la nivel internațional. API-urile securizate ale Android Pay completează funcționalitatea Google — Host Card Emulation (HCE), pentru a permite deținătorilor de carduri Visa să realizeze plăți mobile contactless la comercianți, în magazine, și să plătească în aplicațiile Android.

„Lansarea Android Pay confirmă faptul că 2015 este anul în care plățile mobile vor fi realizate de consumatori la scară largă. Visa Europe este încântată de perspectiva de a colabora cu Google pentru a pune la dispoziția deținătorilor

de carduri Visa din Europa platforma Android Pay, care le va da posibilitatea de a plăti în siguranță cu cardul prin intermediul tehnologiei Visa payWave și Visa Token Service”, a declarat Jeremy Nicholds, Executive Director of Mobile, Visa Europe.

Visa Europe este o companie de tehnologii de plată deținută și operată de băncile membre și alți furnizori de servicii de plăți din 37 de țări din Europa. Visa Europe este în centrul ecosistemului de plăți, furnizând servicii și infrastructură care permit milioane de consumatori, companii și guverne din Europa să facă plăți electronice. Membrii săi sunt responsabili de emiterea cardurilor, înscrierea comercianților și stabilirea comisioanelor pentru posesorii de carduri și comercianți. Totodată, Visa Europe este cel mai mare procesator de tranzacții din Europa, responsabil de procesarea a peste 16 miliarde de tranzacții anual — 1.622 de tranzacții pe secundă în perioadele de vârf.

În Europa, există peste 500 de milioane de carduri Visa și 1 euro din fiecare 6 euro cheltuiți este pe un card Visa. Cheltuielile totale realizate pe cardurile Visa depășesc 2.000 miliarde de euro, în timp ce cheltuielile efectuate la POS reprezintă 1.500 miliarde de euro.

Începând cu anul 2004, Visa Europe a devenit independentă de Visa Inc. și este înregistrată în Marea Britanie, cu licență exclusivă, irevocabilă și perpetuă în Europa. Ambele companii acționează în parteneriat pentru a facilita plățile cu Visa la nivel global, în peste 200 de țări.

BANCA COMERCIALĂ FERROVIARĂ LANSEAZĂ APLICAȚIA DE VIZUALIZARE A CONȚURILOR PE MOBIL ȘI CHATUL ONLINE

Banca Comercială Feroviară (BCF) anunță continuarea seriei sale de inovații, lansând aplicația de verificare a conținuturilor de pe telefonul mobil și facilitarea de chat online. „Banca Comercială Feroviară este în continuă

dezvoltare, în demersul de a proiecta cele mai performante instrumente pentru banking-ul de zi cu zi”, se arată în comunicatul remis presei. Consultarea disponibilului din conturi este una dintre principalele activități ale unui utilizator de produse bancare. Începând cu luna mai 2015, este disponibilă pentru dispozitivele Android aplicația ce permite vizualizarea conținuturilor, direct de pe telefonul mobil.

Această nouă aplicație înseamnă acces rapid la contul bancar, direct de pe telefonul mobil. Aplicația „BCF Mobile” poate fi descărcată gratuit din magazinul Google Play și le oferă clienților Băncii Comerciale Feroviare posibilitatea de a-și utiliza dispozitivul Android pentru verificarea conținuturilor bancare. Pentru a facilita comunicarea cu echipa BCF, a fost introdus pe site-ul oficial — www.bancaferoviara.ro — butonul de chat online. Echipa BCF este disponibilă pe chat pentru a răspunde la întrebările tuturor celor interesați de produsele și serviciile Băncii Comerciale Feroviare.

Banca Comercială Feroviară S.A. s-a lansat în anul 2009, oferind o gamă completă de servicii financiar-bancare, în lei și valută. BCF este prezentă cu 15 unități, în 11 orașe importante ale țării, iar conform protocolului semnat cu CEC Bank, clienții BCF pot retrage bani din ATM-urile CEC, peste 1.100 în toată țara, la aceleași costuri ca pentru ATM-urile BCF.





“
Vodafone este primul operator telecom care a lansat, anul trecut, serviciul M-Pesa prin intermediul căruia clienții pot trimite și primi bani sau pot face plăți cu ajutorul telefonului mobil. Acum, lansăm o nouă funcționalitate pentru clienții noștri: toți cei care doresc să trimită bani în țară și au un cont bancar pot face acest transfer online, către orice utilizator M-Pesa, de oriunde din lume.
”

VALENTIN ȘTEFAN,
Director de Strategie în cadrul Vodafone România

VODAFONE ROMÂNIA EXTINDE SERVICIUL DE PLĂȚI MOBILE M-PESA ȘI CĂTRE DEȚINĂTORII DE CARD BANCAR

Vodafone România lansează o nouă soluție pentru utilizatorii serviciului M-Pesa, care pot primi acum bani de oriunde din lume, direct pe telefonul mobil, în contul lor M-Pesa. Noua funcționalitate se adresează oricărei persoane care deține un card bancar și dorește să transfere bani unui utilizator M-Pesa din România.
„Vodafone este primul operator telecom care a lansat, anul trecut, serviciul M-Pesa prin intermediul căruia clienții pot trimite și primi bani sau pot face plăți cu ajutorul telefonului mobil. Acum, lansăm o nouă funcționalitate pentru clienții noștri: toți cei care doresc să trimită bani în

țară și au un cont bancar pot face acest transfer online, către orice utilizator M-Pesa, de oriunde din lume. Facilităm, în felul acesta, tranzacții între două tipuri de utilizatori: cei care au acces la internet și utilizează servicii financiar-bancare și cei care nu au acces la internet, nu dețin un cont bancar, dar au un telefon mobil” a spus Valentin Ștefan, director de Strategie în cadrul Vodafone România.
Practic, oricine este plecat din țară, se află în alt oraș sau își dorește o metodă rapidă de transfer de bani către un utilizator M-Pesa poate folosi serviciul de alimentare online a unui cont M-Pesa, trimițând bani direct de pe site-ul www.m-pesa.ro, secțiunea „Alimentează online”. Se acceptă plățile online operate de pe cardurile bancare emise de VISA, Mastercard și Maestro, iar transferul se efectuează într-o zi lucrătoare. Totodată, Vodafone lansează acum și aplicația mobilă M-Pesa pentru telefoanele smartphone, prin care utilizatorii pot trimite și mai ușor bani către alți utilizatori M-Pesa, pot face diverse plăți, inclusiv plata facturilor de utilități, pot afla informații despre contul lor de M-Pesa și pot să reîncarce Cartela Vodafone.
Aplicația este disponibilă, pentru moment, pe sistemele de operare Android. În plus față de ghidul interactiv *789#, aplicația mobilă M-Pesa oferă posibilitatea de selectare a destinatarilor din lista de contacte, stabilirea unor plăți

recurente și a unor notificări periodice pentru plata acestora precum și identificarea celor mai apropiate locații M-Pesa. Aplicația mobilă și traficul mobil în aplicație sunt gratuite, cu excepția utilizării funcției de căutare a locațiilor M-Pesa pe harta disponibilă.
România a fost prima țară europeană în care serviciul M-Pesa a devenit disponibil, în martie 2014, pentru orice client Vodafone, abonat sau utilizator de cartelă, indiferent de tipul de telefon folosit. M-Pesa funcționează prin intermediul unei platforme tehnologice inovatoare, cu un nivel ridicat de securitate. Serviciul poate fi activat, gratuit, de către orice client Vodafone cu vârsta de peste 14 ani, la orice magazin afiliat M-Pesa.
În acest moment, serviciul M-Pesa poate fi activat într-o rețea de peste 1.400 locații, magazinele Vodafone și ale partenerilor săi, plus în cele peste 1.000 de locații self-service. Lista completă a locațiilor M-Pesa este disponibilă la www.m-pesa.ro, la *789 sau în aplicația mobilă.
MASTERCARD, BANCA TRANSILVANIA ȘI ROMCARD EXTIND REȚEAUA DE ACCEPTARE A PORTOFELULUI DIGITAL MASTERPASS
MasterCard anunță că a încheiat acorduri cu Banca Transilvania și cu procesatorul Romcard pentru implementarea butonului de plată „Cumpără cu MasterPass” la comercianții online cu care banca conlucrează. Astfel, deținătorii

“
Acordurile încheiate cu Banca Transilvania și Romcard sunt o dovadă în plus a angajamentului MasterCard și al partenerilor noștri de a aduce posesorilor de carduri din România cele mai moderne și sigure metode de plată. România se află printre primele țări din lume care au lansat serviciul MasterPass, lucru care reconfirmă potențialul în materie de inovație al pieței.
”

GABRIEL GHIȚĂ,
Head of New Business Romania & Israel, MasterCard Europe

de carduri vor putea face plăți din portofelul lor digital MasterPass la sute de comercianți online care colaborează cu Banca Transilvania pentru acceptarea de carduri la plată, dând click pe butonul „Cumpără cu MasterPass” de pe site-urile acestor comercianți.
Teatre precum cel de Comedie sau Metropolis, expertul în încălțăminte Ecco Shoes, renumitul producător de lenjerie intimă și costume de baie Jolidon sau agenția de turism Kartago Tours au implementat deja soluția MasterPass pe magazinele lor online, oferind clienților o experiență de plată superioară. O contribuție esențială a avut și Romcard, care a asigurat implementarea tehnică. Aceste acorduri vor extinde

rețeaua globală MasterCard de acceptare a MasterPass, din care fac parte aproape un sfert de milion de comercianți.

„Acordurile încheiate cu Banca Transilvania și Romcard sunt o dovadă în plus a angajamentului MasterCard și al partenerilor noștri de a aduce posesorilor de carduri din România cele mai moderne și sigure metode de plată. România se află printre primele țări din lume care au lansat serviciul MasterPass, lucru care reconfirmă potențialul în materie de inovație al pieței”, spune Gabriel Ghiță, Head of New Business Romania & Israel, MasterCard Europe.

„Ne bucurăm să fim primii pe piața românească în ceea ce privește lansarea soluției de plată MasterPass. Noua opțiune de plată existentă la nivelul comercianților online cu care colaborează Banca Transilvania este un pas înainte în ceea ce privește plățile electronice. Practic, prin acest serviciu este redus considerabil timpul alocat plății online cu cardul, fără să mai fi nevoie de introducerea datelor cardului la fiecare plată”, a completat Marius Flore, Director Canale Electronice în cadrul Băncii Transilvania. MasterPass este soluția digitală de plată a MasterCard care simplifică întreaga experiență de plată pentru consumatori, permițându-le să plătească cu portofelul digital preferat, de pe orice dispozitiv, oriunde MasterPass este acceptat.

Serviciul de checkout MasterPass oferă comercianților creșterea ratei de conversie și a vitezei de tranzacționare printr-o modalitate simplă de a accepta plăți prin portofele digitale emise oriunde în lume, asigurând clienților o experiență de cumpărare mai rapidă, ușoară și sigură. MasterPass oferă băncilor, comercianților și partenerilor o gamă largă de soluții pentru portofele digitale — de la cele „la cheie” la cele complet personalizate.

**NETOPIA MOBILPAY:
PLĂȚILE ONLINE AU CRESCUT CU 20%
ÎN PRIMUL TRIMESTRU**

NETOPIA mobilPay, un lider al pieței de plăți mobile din România și unul dintre cei mai importanți procesatori de tranzacții online cu cardul, anunță că a intermediat în primul trimestru al anului circa 850.000 de plăți online cu cardul, cu 20% mai multe față de aceeași perioadă a anului trecut.

Potrivit reprezentanților NETOPIA, tranzacția medie procesată s-a ridicat, în primele luni ale lui 2015, la 50 de euro, în creștere cu circa 25% față de media plăților online de anul trecut. Tot în primele luni ale acestui an a crescut și numărul tranzacțiilor online care depășesc ordinul sutelor de euro. În primele luni ale anului, compania a procesat circa 1.000 de plăți mai mari de 1.000 euro. Creșterile înregistrate în primul trimestru vin, pe de o parte, pe fondul încrederii și al



Am început anul cu creșteri pe toate zonele, iar asta arată că plata online cu cardul, inclusiv cea de pe dispozitive mobile, prinde din ce în ce mai bine în România. Am reușit să creștem chiar și raportat la ultimul trimestru al anului trecut, perioada de boom a plăților online, pe fondul Black Friday și al sărbătorilor, iar asta denotă încredere și stabilitate în actul de cumpărare online.

**ANTONIO ERAM,
CEO și Fondator NETOPIA mobilPay**

adopției tot mai ridicate a plății online cu cardul în România, dar și datorită celor peste 150 de comercianți noi atrași de platforma mobilPay. „Am început anul cu creșteri pe toate zonele, iar asta arată că plata online cu cardul, inclusiv cea de pe dispozitive mobile, prinde din ce în ce mai bine în România. Am reușit să creștem chiar și raportat la ultimul trimestru al anului trecut, perioada de boom a plăților online, pe fondul Black Friday și al sărbătorilor, iar asta denotă încredere și stabilitate în actul de cumpărare online”, declară Antonio Eram, CEO și Fondator NETOPIA mobilPay. Cea mai mare tranzacție online cu cardul raportată de companie în primul trimestru al lui 2015 s-a ridicat la circa 9.000 euro, pentru servicii, iar

alte două tranzacții procesate de NETOPIA mobilPay tot pentru servicii, din partea aceluiași comerciant, au totalizat aproximativ 17.000 euro.

Și plățile realizate de pe smartphone, prin intermediul portofelului digital mobilPay Wallet, au raportat un avans important la începutul acestui an. Numărul tranzacțiilor procesate prin mobilPay Wallet a crescut de zece ori față de primul trimestru al lui 2014, în timp ce valoarea lor a crescut de trei ori față de perioada similară a lui 2014. Numărul tranzacțiilor mobilPay Wallet a fost impulsivat și de introducerea opțiunii de plată online a mijloacelor de transport în comun din Alba Iulia, Turda și Cluj-Napoca.

În iunie 2010, NETOPIA mobilPay a devenit primul produs românesc premiat în cadrul unei competiții din Silicon Valley. Aplicația românească s-a situat în top 3 cele mai votate tehnologii în cadrul primei expoziții dedicate start-up-urilor prezente în centrul mondial al gigantilor din domeniul IT. mobilPay Wallet se numără și printre cele mai premiate soluții de plată din România, numită, printre altele, premiera anului la categoria „Soluții de plată nebancare” în cadrul Galei Nocash 2014. Tot anul trecut, aplicația a obținut primul loc la Mobile Awards România, la categoria Payment.

Georgeta Clinca ■



13 mai 2005 „a reprezentat pentru România alinierea la standardele europene în domeniul plăților. La acea dată a intrat în funcțiune sistemul electronic de plăți sub 50.000 lei (SENT), sistem ce reprezintă peste 95% dintre plățile efectuate într-o zi între băncile din România, cu ordine de plată, debite directe și instrumente de debit” — a declarat **Sabin Carantină (foto)**, directorul general al Transfond.

Pe parcursul celor 10 ani de funcționare, principalele preocupări ale societății au fost operarea la parametri maximali de calitate, viteza și siguranța tuturor componentelor Sistemului Electronic de Plăți, dublate de preocuparea pentru modernizarea și alinierea sistemului SENT la cerințele europene în domeniu.

Astfel, în anul 2008 a fost finalizată componenta de procesare a instrumentelor de debit, urmată mai apoi de migrarea la standardele Zonei Unice de Plăți în Euro (SEPA), prin lansarea componentei de procesare și decontare a plăților SEPA retail în lei (noiembrie 2012) și a celor cu ordine de plată în EURO, la nivel național și transfrontalier (decembrie 2013). Ultima componentă, ce presupune procesarea SDD (SEPA Direct Debit), urmează a fi implementată și lansată în 31 martie 2016, împreună cu un serviciu adițional — Registrul de gestionare centralizată a mandatelor de debitare directă — RUM. Prin acesta din urmă se va schimba esențial modul de emi-

UN DECENIU SENT ÎN ERA TRANZACȚIILOR INTERBANCARE DIN ROMÂNIA

TRANSFOND ANIVERSEAZĂ 10 ANI DE COMPENSARE ELECTRONICĂ A PLĂȚILOR DE MICĂ VALOARE

Pe 13 mai 2015, SENT — sistemul de procesare a plăților interbancare de mică valoare (sub 50.000 lei) din România, administrat de către Transfond, a împlinit 10 ani de la operaționalizare. Intrarea în funcțiune a sistemului SENT a generat o serie de avantaje majore comparativ cu procesarea manuală a plăților interbancare cu ordin de plată și debit direct. Avantajele s-au resimțit la nivelul instituțiilor financiare și se pot rezuma scurt: viteză mai mare, siguranță sporită și tarife substanțial reduse.



tere și gestionare a mandatelor de debitare directă interbancară, cu beneficii atât pentru bănci, cât mai ales pentru clienții acestora. În ceea ce privește interoperabilitatea componentei EURO a sistemului SENT cu alte case de compensare europene, în prezent Transfond este activ implicat în procesul de creare a unei infrastructuri pan-europene (European Clearing Cooperative) care să asigure interoperabilitatea care să asigure interoperabilitatea centralizată pentru plăți în euro. „În 10 ani de funcționare, SENT

a asigurat băncilor comerciale din România infrastructura necesară pentru procesarea tuturor solicitărilor din partea clienților proprii, de procesare a plăților interbancare de mică valoare fără card, cu menținerea unui grad ridicat de disponibilitate (de aproximativ 100%). Calitatea serviciilor a fost însoțită de o campanie susținută de reducere a comisiunilor percepute instituțiilor financiar-bancare, acestea ajungând la un nivel de 24% față de perioada procesării în format hârtie, în scopul facilitării atragerii de către bănci a unui volum cât mai mare de plăți din zona numerarului către mediul electronic. Ne manifestăm convingerea că, odată cu trecerea următorilor 10 ani de operare SENT, vom fi în continuare principalul partener de încredere al comunității financiar-bancare din România, atât pentru serviciile de plăți, cât și pentru servicii adiacente” — a mai declarat Sabin Carantină. Transfond este operator al Sistemului Electronic de Plăți: administrator și operator al

sistemului SENT (casa automată de compensare), administrator tehnic și operator al sistemului ReGIS (sistemul de decontare pe bază brută în timp real), operator tehnic al sistemului SaFIR (sistemul de depozitare și decontare a operațiunilor cu titluri de stat), conform mandatului acordat de către Banca Națională a României. Începând cu luna iulie 2009, Transfond este furnizor autorizat de Servicii de Arhivare Electronică în conformitate cu prevederile Legii nr. 135/2007 privind arhivarea documentelor în formă electronică. În 2010, Transfond și-a completat gama de servicii oferite, prin adăugarea la acestea a serviciului de Facturare Electronică, destinat emitenților de facturi. În anul 2011, Transfond a devenit membru al Asociației Europene a Furnizorilor de Servicii de Facturare Electronică (EESPA — European e-Invoicing Service Providers Association) înființată la 2 septembrie 2011, cu sediul în Belgia.

Georgeta Clinca ■



BPS C1F - Echipament de Procesat Bancnote

cu 2 buzunare - acreditat conform Regulamentului BNR nr. 4/2013

SPECIFICAȚII TEHNICE & AVANTAJE:

- ▶ Viteză mare de numărare (până la 1300 bn/min)
- ▶ Capabilitatea de a procesa până la 10 valute diferite
- ▶ Posibilitatea de a transmite datele procesate direct în sistemul software de cash management
- ▶ Posibilitate de remote access service
- ▶ Display color ușor de citit/simplitate în utilizare
- ▶ Moduri de numărare variate: Mixed/Single/Face/Orient/Count/Fitness
- ▶ Gama completă de senzori pentru autentificare și sortare fitness a bancnotelor



SALISTERRA
S E R V I C E S

INFORMAȚII ȘI COMENZI

Tel: 021 210 31 74, 0756 130 001; Fax: 021 210 31 84

E-mail: office@salisterra.ro; Web: www.salisterra.ro



Ideea lansării Libra Online a apărut de câțiva ani, odată cu rebrandingul băncii, care a constat în schimbarea denumirii din Libra Bank în Libra Internet Bank. A fost o decizie temerară, dar luată la timp. O astfel de abordare a presupus deschiderea la maximum a relației cu clientul, furnizarea serviciilor bancare fără a fi necesară deplasarea la bancă, prin utilizarea exclusivă a aplicațiilor online.

În țările din Uniunea Europeană, conceptul de bănci online (sau digital banking) s-a dezvoltat accelerat în ultima perioadă de timp. Practic, avantajele unui astfel de sistem sunt împărțite între bancă (reducerea costurilor de operare) și client (condiții comerciale mult mai profitabile, incluzând de obicei un pachet de cont curent cu operațiuni gratuite și dobânzi mai atractive pentru economisire).

Principiul de bază pe care banca l-a folosit a fost, potrivit reprezentanților săi, experiența clientului. Astfel, toate fluxurile au fost gândite din perspectiva unei persoane active, cu un nivel mediu de cunoaștere a noilor tehnologii, respectiv a termenilor și produselor bancare. Scopul a fost de a-i oferi informații clare, ușor și rapid de înțeles, precum și fluxuri foarte simple, care pot funcționa automat, fără intervenția unui angajat al băncii.

Etapele pe care le parcurge un client pentru deschiderea contului Libra Online sunt în număr de trei: completarea unui



O „POVESTE” CU BANI, ISTORISITĂ PRIN VOCEA ONLINE-ULUI LIBRA ONLINE - PRIMA BANCĂ VIRTUALĂ DIN ROMÂNIA

Libra a adevărit o veche înțelepciune: banca mică răstoarnă birocracia mare! O bancă în eter, la distanță, mai prietenă decât prietenii, tot timpul alături de client, era o experiență încă neconsumată în România. De la modelul ideal la transpunerea în realitate a durat puțin. Dezvoltarea Libra Online a presupus un efort intens, în cursul anului 2014, în care au lucrat cot la cot aproape toate diviziunile din bancă. Au rezultat o alternativă seducătoare de banking la distanță și o mulțime de clienți mulțumiți.

formular online (operațiune ce durează 3-4 minute), acceptarea ofertei și a contractului-cadru, trimis prin poșta electronică, precum și activarea contului în termen de 20 de zile printr-un simplu transfer bancar de minimum 1 leu dintr-un alt cont bancar deschis pe numele său la orice altă bancă din România. Lansarea efectivă a avut loc la începutul lunii noiembrie 2014, iar timp de două luni serviciul a fost promovat într-un cerc mai restrâns, pe principiul recomandărilor. Pe parcursul acestei etape, cu ajutorul feedback-ului primit de la noii clienți, banca a putut să înțeleagă clar ce fluxuri funcționează în parametrii dorțiți și care anume mai trebuie îmbunătățite pentru a oferi clienților o experiență nouă, chiar entuziasmantă.

Campania de promovare a fost gândită pe un principiu similar păpușilor Matrioska — banca a pornit de la promovarea intensă a avantajul unic în România pe care Libra Online îl aduce (posibilitatea deschiderii unui cont bancar 100% online, de

acasă) și apoi a adăugat treptat celelalte mari avantaje, pe măsură ce adopția Libra Online a crescut și pe măsură ce au fost dezvoltate noi funcționalități. În prezent, campania de promovare insistă pe cele trei mari avantaje:

- deschiderea online, de la distanță, a contului bancar, care beneficiază de zero comisioane pentru orice operațiune;
- dobânzile foarte bune pentru produsele de economisire, în special depozitul Blitz, pe 7 luni, cu dobândă 3,25% pe an;
- posibilitatea de a comanda un card bancar, tot 100% online, care este livrat prin curier la orice adresă din România și care beneficiază de gratuitate la administrare, emitere și la retragere de la peste 400 de ATM-uri din România.

În prezent, pe Libra Online se înregistrează în fiecare zi clienți noi, care își deschid contul exclusiv de la distanță și care, până în prezent, au cumulat un sold total de 15 milioane de lei. Potrivit băncii, principalele produse la care clienții online

recurg sunt cele de economisire (în special depozite în lei, dar mai recent și contul de economii) și cele necesare derulării operațiunilor de zi cu zi aferente încasării salariului sau altor venituri recurente (card de debit gratuit, plăți facturi sau alte transferuri).

„Avem convingerea că acest model de banking va deveni popular în următoarea perioadă și în România, cu toate nu va înlocui încă modelul tradițional. Totuși, un important segment de clienți din zonele active — salariați din companii de IT, servicii financiare sau multinaționale, antreprenori sau liber profesioniști — va alege acest tip de interacțiune ca o alternativă la bankingul clasic din prezent, fără a renunța în mod obligatoriu la acesta. Acești clienți au capacitatea să sesizeze imediat avantajele pe care le pot obține și vor profita de comoditatea și accesibilitatea serviciului”, au declarat pentru BankingTech oficialii băncii.

Cristian Pavel ■

BOOST

Banking On Open Source
Technologies

financial interoperability worldwide

Join the BOOST journey!

Adopt the open source mind-set!



Asseco SEE a încheiat anul 2014 cu rezultate pozitive în toate segmentele-cheie ale activității sale, raportând creșteri de 7% ale veniturilor în euro, de 10% ale profitului operațional și de 9% ale profitului net. Cum se explică evoluția pozitivă a companiei într-un an cu probleme în regiune, în care unele țări au înregistrat contracții ale sistemului bancar, de exemplu?

Este foarte adevărat că anul 2014 a fost cu mult mai bun decât cel precedent, iar pentru 2015 avem așteptări similare. Cred că aceste rezultate bune sunt cu atât mai valoroase cu cât, așa cum spuneți, situația din regiune nu este una roz de ani buni și cu cât creșterea a fost mai degrabă una organică. Dar „familia” noastră, formată azi din 1.450 de „membri”, a ajuns la o nouă etapă a evoluției sale.

Consider că au existat doi factori care ne-au ajutat să creștem în 2014. Primul ține de strategia grupului, de ceea ce facem la nivel intern. Am investit considerabil pentru a dobândi o anumită structură mai profesională, de tip corporate, care aduce cu sine performanțe superioare. Nu suntem încă o entitate corporată în sensul unanim recunoscut la nivel global, dar investițiile și pașii făcuți pe această cale au început să-și arate roadele.

În ceea ce privește circumstanțele externe favorabile nouă, pot aminti, pe de o parte, intrarea pe piețele din regiune a unor noi



CUM SE VĂD AFACERILE LOCALE DE LA FEREASTRA SEDIULUI CENTRAL

ÎN ROMÂNIA, AM AJUNS LA O STABILITATE MULT DORITĂ ȘI PERSPECTIVE ÎNCURAJATOARE

Interviu cu Piotr Jelenski, CEO Asseco South Eastern Europe

Prezent la București, șeful Asseco South Eastern Europe a stat de vorbă în exclusivitate cu „Piața Financiară” despre rezultatele notabile din ultima perioadă ale grupului, dar și despre viitorul operațiunilor firmei în regiune și în România.

instituții financiare (bănci din Orientul Mijlociu, din Turcia etc.), dar și reluarea timidă a investițiilor în tehnologii noi de către băncile existente. Este clar că băncile au realizat că tăierile de costuri nu pot fi prelungite peste o perioadă de 3-4 ani și că restricțiile bugetare nu mai pot fi la fel de drastice la nesfârșit.

Care au fost cele mai relevante proiecte finalizate anul trecut în zona financiar-bancară de către entitățile grupului?

Este destul de dificil să știi precis când și despre ce proiect

anume să vorbești, de vreme ce acestea sunt în diverse stadii — de negociere, de semnare, de testare, implementare, sau stadiu go live! Cred că merită să amintesc câteva de care suntem mândri.

Pot să enumăr, de pildă, înlocuirea sistemului vechi de core banking al Ziraat Bank, din Turcia, cu soluția ASEBA, înlocuire ce s-a soldat și cu extinderea ulterioară a colaborării și pentru subsidiarele acestora din Bosnia, Herțegovina și Kosovo. Vorbim despre una dintre cele mai mari bănci de retail din Turcia, cu prezență regională.

Un alt proiect consistent a fost cel dus la bun sfârșit împreună cu Telenor banka, parte a grupului Telenor, unul dintre cei mai mari operatori de telefonie mobilă la nivel mondial, care oferă servicii pentru 179 de milioane de clienți în 13 piețe. Asseco a furnizat soluția IT care a stat la baza transformării Telenor banka într-o bancă online complet automatizată și personalizată, care asigură furnizarea în timp real a creditelor de achiziții pentru dispozitive inteligente, personalizate pentru nevoile clienților. Această inovație a fost o actualizare a ofertei existente

de împrumuturi fără dobândă pentru achiziționarea dispozitivelor din oferta Telenor pe care banca a introdus-o în 2014.

Aș mai amintit alte două proiecte interesante în Bulgaria, desfășurate împreună cu Raiffeisen Bank, în zona de Collateral Management, și altul, pe Business Process Management, pentru Société Générale.

Nu pot să nu adaug și soluția pentru serviciile mobile banking furnizată de noi pentru Intesa Sanpaolo Bank din Serbia!

Este Asseco SEE preocupată mai mult de dezvoltarea de software specializat sau de asigurarea de servicii IT?

Vedeți, Asseco SEE a fost creat pe seama unui șir întreg de achiziții. Toate aceste companii au avut propria lor „moștenire”, tradiție, istorie, experiență. Nu a fost și nu este simplu să le integrăm, căci unele sunt integratori get-beget, legați indisolubil de infrastructură, alții — dezvoltatori de software. Dar fenomenul se produce și, iată, avem propriile soluții software în grup, dar și propriile servicii. În zona de software ne interesează să ne limităm portofoliul la soluții de nișă, foarte specializate și atent selectate.

Cât privește serviciile, ne completăm cunoștințele și capacitățile pentru a deservi și a asista clienții noștri nu doar pentru soluțiile noastre, ci și pentru cele ale unor terți. Cred că o combinație echilibrată a celor două oferte este una dintre premisele succesului nostru viitor.

Care ar fi țările din regiune cu cel mai bun potențial de business pentru Asseco SEE?

Noi suntem convinși că putem face afaceri bune în toate țările din zonă, Desigur, țările care au de cheltuit bugete foarte limitate pentru IT sunt mai dificile. În general, țările fără creștere economică sunt problematice când te gândești la extindere, la creștere. Cu cât creșterea este mai mică, cu atât sporește competiția, fiindcă „porția” foarte mică trebuie să se împartă între mai mulți competitori. Așadar, noi privim piețele din două perspective. Una se referă la dimensiunea pieței și la creșterea de PIB — aici vorbim despre Turcia și România, cu cele mai luminoase șanse.

Cel de-al doilea unghi din care privim viitorul este cel al cotei de piață pe care o avem pe aceste piețe. Paradoxal, dacă deții o cotă mare pe o piață mică, întâmpini mari probleme în gestionarea acestei supremații. Poate părea ciudat, dar șansele sunt mai bune pentru noi pe piețele unde avem de luptat serios cu concurenții!

Asseco SEE și UniCredit CEE au implementat recent, cu succes, soluția dezvoltată de Asseco SEE, New Generation Tablet Banking în șase țări din zona în care UniCredit CEE deține operațiuni. Cum s-a născut această colaborare și ce aduce aceasta clienților UniCredit?

Avem cu UniCredit CEE o colaborare de succes care a început acum 5 ani și care a generat un parteneriat pe termen lung în ceea ce privește serviciile

de mobile innovation și securitate. Asseco SEE este un partener de încredere, responsabil de livrarea aplicațiilor de mobile banking și a celor destinate tabletelor, pentru 11 bănci UniCredit din regiunea Europei Centrale și de Est, majoritatea fiind deservite prin UniCredit Business Integrated Solutions în Viena, Austria.

Asseco SEE și UniCredit CEE au implementat cu succes, într-adevăr, soluția New Generation Tablet Banking, în șase țări din zona în care UniCredit CEE deține operațiuni (Bulgaria, Republica Cehă, România, Serbia, Slovacia și Slovenia). Aplicațiile pentru iPad-uri și tabletele Android sunt acum disponibile în magazinele iTunes și Google Play. Aceste aplicații oferă o experiență nouă clienților care au nevoie de o aplicație de mobile banking optimizată pentru dispozitive smart cu ecrane mai mari.

Întrucât clienții din Europa Centrală și de Est utilizează acasă din ce în ce mai mult tabletele în locul PC-urilor tradiționale, UniCredit a decis să ofere acestora o aplicație modernă, dedicată celor care preferă să efectueze operațiunile bancare de pe tabletă. Similar aplicațiilor iOS și Android pentru smartphone-uri, noua aplicație pentru tabletă se va îmbogăți în curând cu noi servicii și funcționalități specifice contextului de utilizare și capacităților tehnice ale fiecărui tip de dispozitiv mobil. Aceste funcționalități noi vor include servicii de money management, servicii de geo-

localizare și plăți prin intermediul codurilor de bare.

Este Asseco SEE România în pas cu așteptările acționariatului de la Varșovia? Unde se mai simte nevoia de „fine tuning”?

Nimeni nu e perfect, eu însumi aș putea fi mai bun, mai eficient sau mai ingenios. Căutăm un așa-zis „fine-tuning” în tot ceea ce facem în grup, dar și în fiecare țară, unde mai sunt totdeauna lucruri de îmbunătățit.

În privința României, pot spune cu satisfacție că am ajuns la o stabilitate pe care ne-am dorit-o, la o echipă de specialiști bine coordonată de top managementul local. După ani de transformări, avem rezultate încurajatoare și premise de creșteri pe măsură.

Care sunt obiectivele prioritare ale Asseco SEE pentru anul în curs?

Avem, practic, două obiective clare. Primul se referă la creșterea de venituri pe care le generează produsele și serviciile noastre proprii. Mai puțin important este venitul nostru total, agregat. Mult mai importantă este structura acestor venituri. Așteptăm rulaje recurente și de pe seama mentenanței pe care o asigurăm, dar ni se pare esențial să vedem cum se impun pe piață ofertele noastre proprii. Cel de-al doilea obiectiv major este legat de calitatea pachetelor pe care le livrăm — produse, servicii, consultanță și suport. Vrem să fim considerați niște... ultraprofioniști!

Cristian Pavel ■



ING Bank este un pionier al noilor tehnologii introduse pe piața locală, surprinzând constant clientela cu premiere notabile: primele terminale neasistate pentru self banking din România, primele ATM-uri cu depunere de numerar, primele tranzacții internet banking, primele plăți NFC, primul serviciu de tip voice recognition etc.

ING Bank a fost și anul trecut „banca anului” pentru sectorul de retail, pe seama faptului că a reușit să-și formeze în timp o clientelă educată, familiarizată cu autoservirea și/sau serviciile online banking, care folosește intensiv cardul ca instrument de plată, dar și serviciile bancare la distanță.

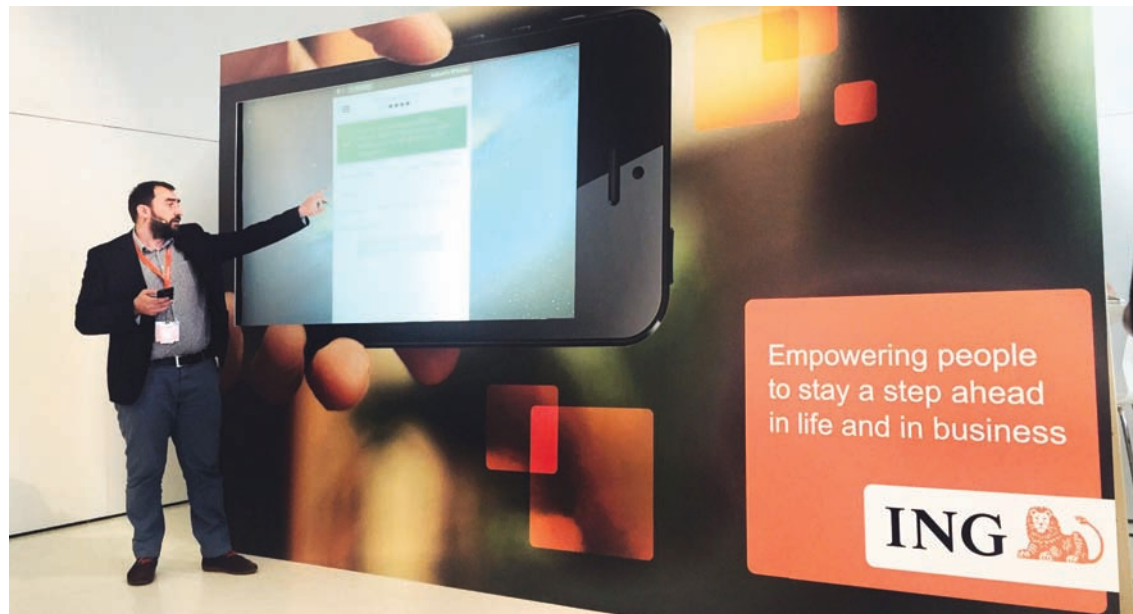
Recent, ING a încins lupta pentru salariile puse pe card prin noua vedetă a pieței, ING Card Complet. Istoria acestui produs a început în 2012, când banca a început să gândească cum să „aștearnă” cu istețime noul card pe piață. Clienții au început să fie tentați cu câteva facilități noi (2% din sumele plătite la facturi, comisioane reduse sau nule etc). Lucrurile s-au „copt” cu adevărat în 2014, iar în primăvara lui 2015 ING Card Complet a fost relansat în noile sale coordonate.

Relansarea a avut două viteze: prima, în aprilie, când cardul a fost „împodobit” cu toate beneficiile la care cu ani în urmă clienții nici nu ar fi visat: zero costuri pentru deschiderea și administrarea contului și

MODA MIGRĂRII ÎN ALTĂ REȚEA TELECOM E DEPĂȘITĂ:

ACUM, SALARIUL SE PORTEAZĂ PE CARDUL ING!

ING Bank nu se dezmente și pune din nou „piciorul în prag” în chip spectaculos, adăugând o facilitate seducătoare pentru orice salariat care își primește salariul pe card. Acești salariați își pot „porta” leafa de la banca unde o virează regulat angajatorul în contul ING, prin grija și pe cheltuiala băncii, instantaneu, simplu, fără nici un fel de complicații, așa cum ar face o tranzacție cu cardul pe internet.



cardului, comision zero pentru plăți în lei către orice bancă prin internet banking sau prin ING SelfBank, comision zero pentru încasări de la alte bănci, comision zero pentru retragerile de la ATM-urile ING și comision zero pentru tranzacțiile prin internet și mobile banking!

A doua viteză a fost resimțită în mai. Practic, banca a desăvârșit atunci oferta ING Card

Complet, făcându-l un produs inovator, construit, așa cum spun oficialii instituției de credit, „prin implicarea clienților bancari activi”. Concret, noul ING Card Complet a fost îmbogățit cu două servicii-surpriză: „Portează-ți banii” și „ING Bazar”, servicii care aduc clienților mai multă flexibilitate și oferte relevante. „Portează-ți banii” înseamnă o șansă pentru

angajat de a-și vira rapid banii din contul actual de salariu într-un cont ING, pe cheltuiala băncii. ING Bank a pus capăt, în sfârșit, statutului de client captiv, devenit peste noapte, în firme, posesor al unui card emis de o bancă decisă arbitrar de angajatori. Acum, angajații pot alege cardul ING Card Complet, care are asociate beneficiile enumerate.

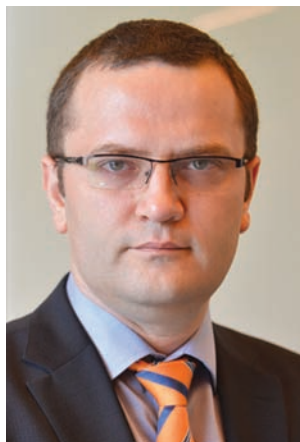
Singura condiție este ca deținătorul cardului respectiv — unul Visa Electron, emis instant în unitățile ING Self Bank — să alimenteze acel cont, în mod recurent, cu minimum 700 de lei lunar.

„Ideea acestui produs mai mult sau mai puțin revoluționar este rodul unui mix de idei și sugestii survenite pe plan local, dar și al unor recomandări provenite din partea unor manageri din diverse țări, cu care am interacționat aici și care au trecut prin experiențe diferite, dar interesante. A trebuit să analizăm atent raportul costuri/beneficii pentru un astfel de produs și am făcut-o, venind pe piață cu cardul... complet!”, spune pentru BankingTech Directorul de Dezvoltare Produse de Retail al ING Bank, Ștefan Radu.

Au fost voci care au încercat să explice interesul aparte al ING Bank pentru acest produs, avansând ideea că banca a intrat târziu în zona de retail, în 2004, când bătălia pentru convențiile între angajatori și bănci privind plata salariilor pe carduri se încheiase și banca trebuia oricum să găsească soluții de a prinde o felie din piața respectivă.

„E adevărat că am intrat pe piața de retail mai târziu, dar ofertele noastre la carduri au fost întotdeauna atractive, aducând din start beneficii suplimentare deținătorilor. Să ne amintim doar de dobânda oferită soldului din contul de card, aproape de nivelul celei de depozit. Cu ING Card Complet am deschis, pur și simplu, un alt front, alte perspective pentru clienți și pentru bancă!”, precizează Directorul ING Bank.

Cu rezultate fără concurență în domeniul experienței și satisfacției clienților, ING Bank a mizat și în cazul Cardului Complet pe acest lucru. E adevărat, admit reprezentanții băncii, că nu se face o evaluare simplistă a profitabilității per client doar din perspectiva cardului bancar, ci și printr-un risc de creditare mult diminuat, prin rularea banilor din contul de card pentru mai mult timp sau prin oferirea de noi produse. Dar cel mai important lucru — adaugă aceștia — este faptul că



E adevărat că am intrat pe piața de retail mai târziu, dar ofertele noastre la carduri au fost întotdeauna atractive, aducând din start beneficii suplimentare deținătorilor. Să ne amintim doar de dobânda oferită soldului din contul de card, aproape de nivelul celei de depozit. Cu ING Card Complet am deschis, pur și simplu, un alt front, alte perspective pentru clienți și pentru bancă!

**ȘTEFAN RADU,
Director de Dezvoltare Produse
de Retail, ING Bank**

„La doar o lună după lansare, ING Card Complet raportează rezultate extraordinare, care demonstrează preferința clienților pentru produse construite prin participarea lor directă. Astfel, noul ING Card Complet a determinat o creștere de 25% a numărului de clienți noi, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut”, completează Robert Anghel, Head of Digital Banking în cadrul ING Bank.

Potrivit acestuia, de la momentul lansării și până la finele primei decade din mai, peste 600 de clienți au ales să-și mute salariul la ING Bank utilizând noul serviciu și beneficiind astfel de oferta ING Card Complet cu zero taxe și comisioane.

Experiența clienților este acum îmbunătățită și prin ING Bazar, platforma digitală de cumpărături care oferă reduceri speciale la comercianți relevanți, posibilitatea de a înrola orice card de fidelitate emis în piață și, în curând, plăți cu telefonul mobil.

Oferind reduceri la o listă de comercianți în continuă creștere (de la supermarket-uri și benzinării, la farmacii și magazine), platforma are ca scop livrarea unor oferte personalizate și cât mai relevante pentru clienți. Astfel, serviciul se bazează pe un mecanism de selecție demografică, tranzacțională și

localizare geografică ce permite personalizarea ofertelor și identificarea celor mai potrivite reduceri pentru fiecare client.

În doar trei săptămâni de la momentul lansării, peste 900 de discounturi zilnice și peste 5.500 de carduri de loialitate au fost înrolate în ING Bazar, iar numărul furnizorilor parteneri este în continuă creștere.

„Suntem foarte optimiști și gata să pariem că beneficiile ING Card Complet cu opțiunea de portare a banilor vor aduce în portofoliul băncii încă 70.000 de conturi de salariu în acest an!” - conchide Robert Anghel.

„La doar o lună după lansare, ING Card Complet raportează rezultate extraordinare, care demonstrează preferința clienților pentru produse construite prin participarea lor directă. Astfel, noul ING Card Complet a determinat o creștere de 25% a numărului de clienți noi, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut”, completează Robert Anghel, Head of Digital Banking în cadrul ING Bank.

Potrivit acestuia, de la momentul lansării și până la finele primei decade din mai, peste 600 de clienți au ales să-și mute salariul la ING Bank utilizând noul serviciu și beneficiind astfel de oferta ING Card Complet cu zero taxe și comisioane.

Experiența clienților este acum îmbunătățită și prin ING Bazar, platforma digitală de cumpărături care oferă reduceri speciale la comercianți relevanți, posibilitatea de a înrola orice card de fidelitate emis în piață și, în curând, plăți cu telefonul mobil.

Oferind reduceri la o listă de comercianți în continuă creștere (de la supermarket-uri și benzinării, la farmacii și magazine), platforma are ca scop livrarea unor oferte personalizate și cât mai relevante pentru clienți. Astfel, serviciul se bazează pe un mecanism de selecție demografică, tranzacțională și



La doar o lună după lansare, ING Card Complet raportează rezultate extraordinare, care demonstrează preferința clienților pentru produse construite prin participarea lor directă. Astfel, noul ING Card Complet a determinat o creștere de 25% a numărului de clienți noi, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut.

**ROBERT ANGHEL,
Head of Digital Banking, ING Bank**

„Suntem foarte optimiști și gata să pariem că beneficiile ING Card Complet cu opțiunea de portare a banilor vor aduce în portofoliul băncii încă 70.000 de conturi de salariu în acest an!” - conchide Robert Anghel.

Cristian Pavel ■



Piraeus Bank România are o istorie interesantă. În cei 15 ani de activitate locală a cumpărat două bănci (Pater și ATE Bank), a vândut parte din surplus, a ajuns cu numărul sucursalelor la 180 de unități și apoi la 120, în timp ce numărul clienților s-a stabilizat în jurul valorii de 300.000. La final de an 2014 ați raportat profit, în condițiile în care jumătate din sistem era pe pierdere. Puteți spera că ați ieșit din „furtună”?

Aș putea spune că în cadrul Piraeus există profesioniști cu experiență de foarte mulți ani în domeniul bancar, completați de experți din multe alte domenii de activitate și care au reușit să formeze o echipă care să cunoască practicile financiare moderne. Există un mix de competențe și de specializări din diverse domenii (audit, consultanță, business), ce s-a constituit într-o rețetă câștigătoare. Astfel, am putut să punem bazele unei bănci sănătoase, cu o abordare justă de business, adaptată noului context.

Da, cred că am depășit criza, iar grupul și-a găsit o strategie adecvată, care, evident, s-a propagat și în țările în care este prezent. Ne dorim cu toții să fim dinamici, în pas cu schimbările de pe piață: cele care vizează așteptările și comportamentul clienților, dar și majoritatea transformărilor induse de boom-ul tehnologic.

O ABORDARE PROASPĂTĂ ÎN SPAȚIUL BANCAR LOCAL ESTE ESENȚIAL SĂ DEVENIM „BANCA DE CASĂ” A CLIENȚILOR NOȘTRI!

Interviu cu Mădălina Teodorescu, Director General (DCEO) Piraeus Bank România

Ați început anul trecut o discretă, dar temeinică operațiune de rebranding — nu doar în siglă/logo, cât mai ales în abordarea pieței, a clienților — una vizibil mai proaspătă, mai convingătoare, mai „seducătoare”: produse noi, aducătoare de inovație și beneficii, canale

electronice alternative foarte moderne, campanii de loializare etc. Vorbim despre o decizie strict locală, despre o viziune proprie managementului român al Piraeus Bank?

Este important că și schimbările petrecute în surdină, cele care

țin de „reglajul fin”, se observă totuși pe piață. Se întâmplă acest lucru și datorită faptului că noi funcționăm și într-un spațiu foarte reglementat și delimitat, unde noutățile nu sunt dese și unde inventivitatea se observă mai ușor, cu ochiul liber.

Noutățile care țin de rebrandingul Piraeus Bank poartă deopotrivă „semnătura” colegilor din headquarter, dar și a celor de aici. În Grecia, în ultimii doi ani au avut loc numeroase alte achiziții făcute de grup și la un moment dat a fost nevoie de o nouă sinergie pentru toate entitățile. S-a pus, pur și simplu, problema unui alt tempo. Nu ne-am limitat să adăugăm liniute în logo-ul băncii și să ne revizuim cumva identitatea vizuală, ci am ținut niște schimbări de fond. Probabil că asta se vede și în modul în care, mai nou, abordăm piața. Am trecut în campaniile de marketing toate produsele noastre speciale, noi, care au substanță și care merită descoperite. Vrem să fim transparentți, convingători, să trecem de prejudecățile care mai persistă și să demonstrăm clienților că lângă noi au, cu adevărat, beneficii.



În realitate, trebuie să admit că ne orientăm spre un alt tip de client — cel care este relativ familiar cu tehnologiile, care își dorește rapiditate, simplitate, care înțelege și prețuiește ceea ce i se oferă.

În 2014, când în general activitatea băncilor pe partea de emiterie a stagnat, numărul de carduri emise de Piraeus Bank a crescut cu 3% față de anul 2013. Cum ați reușit această creștere și ce așteptări aveți pentru 2015 din această perspectivă?

Adaptându-ne comportamentului societății, care începe să combine canalele tradiționale cu cele virtuale, considerăm că în acest moment cardul este liantul dintre un model clasic, ajuns la o anumită maturitate, și un mediu al serviciilor bancare virtuale, care este abia la început. Practic, noi socotim cardul ca fiind singurul instrument de plată care asigură tranziția de la vechi la nou, de la clasic, la modern. De aceea am acordat o atenție specială cardurilor și investim foarte mult în această direcție. Pot să vă asigur că și în 2015 vom crește frumos la acest capitol, contrar tendinței generale de stagnare a emiterii.

Anul trecut ați lansat și serviciul de mobile banking al Piraeus Bank România, iar rezultatele au ajuns să fie chiar premiate. Cum vedeți creșterile viitoare ale volumului și valorilor tranzacționate prin acest serviciu?

Tot în acest sens, am implementat local platforma grupului



pentru winbank — serviciul internet banking & mobile banking, platformă premiată și recunoscută pe plan internațional pentru performanțele ei. Faptul că această platformă este prietenoasă și simplă de utilizat de către clienți ne-a adus rezultate notabile în rândul volumelor tranzacționate și generate, atât din partea clienților noi, cât și din partea celor existenți, care au găsit un instrument practic pentru derularea operațiunilor bancare. Avem toate motivele să fim încrezători în creșterea vizibilă, substanțială a acestor volume tranzacționate în perioada care urmează.

Piraeus Bank România oferă în premieră, nu de multă vreme, pe seama unei investiții de 200.000 euro, un serviciu inovator, care reduce timpul de emiterie a cardului de debit Visa Shop & Cash la front-desk de la 3 zile la 10 minute. Cu ce furnizori ați dus soluția la capăt (certificări, producție și personalizare card contactless, înrolare 3D Secure etc.)?

Soluția a fost dezvoltată de către Piraeus Bank Grecia și implementată în România anul acesta cu sprijinul colabora-

torilor noștri, Austria Card România, ce asigură personalizarea cardurilor Piraeus Bank. Achiziția imprimantelor speciale pentru acest proces s-a efectuat prin intermediul unei licitații al cărei câștigător a fost compania Printec.

„Vârful de lance” din portofoliul ofertelor dumneavoastră recente este cardul de salariu, oferit celor dornici să-și primească lunar drepturile bănești pe acest card emis instant de Piraeus Bank, cu beneficii speciale: comisioane zero, pe o perioadă nedeterminată (inclusiv la retragerea de numerar de la alte bancomate!), overdraft și linie de credit de până la 6 salarii cu dobândă rezonabilă etc. Cum veți contrabalansa toate aceste costuri asumate dacă veți ajunge la o masă critică de clienți?

Cred cu tărie în relația win-win dintre bancă și clienți. Pentru noi este esențial să devenim „banca de casă” a clienților noștri, având o abordare orientată spre client și acoperind nevoile sale în sfera financiară, mizând pe un parteneriat în care costurile sunt corecte, beneficiile regăsindu-se de ambele părți. Oferim

clienților retrageri gratuite de numerar în limita a două tranzacții la toate bancomatele din țară, asumându-ne însă și o migrare simțitoare a tranzacțiilor din zona de cash spre POS-urile comercianților. Fiecare produs lansat trece printr-un amplu proces de analiză și calcule, astfel încât am ajuns la concluzia că acest efort se justifică.

Yellowday este un nou program de loialitate și atragere de noi clienți propriu grupului Piraeus. Ce înseamnă concret acest recurs la... yellow — o inițiativă la fel de galbenă ca și culoarea din logo-ul băncii?

Despre Yellowday, un program ambițios de loializare care funcționează cu succes în Grecia, am vorbit colegilor din branșă cu ceva vreme în urmă și știu sigur că voi mai vorbi și în viitor. Yellowday reprezintă o tendință foarte modernă de a face business, o tendință care evidențiază politica grupului nostru de a ne recompensa clienții.

Acest serviciu particular are la bază metode moderne și inovatoare de angajare și motivare a clientelei, precum ceea ce se numește gamification, care asigură o experiență unică în utilizarea tuturor canalelor digitale ale băncii. Yellowday, pe care înclinăm să-l aducem în viitor și în România, are o notă de maximă personalizare, propunându-și să asigure fiecăruia dintre clienți oferte irezistibile, care întăresc legătura lor cu banca.

Cristian Pavel ■



Nu sunt mulți cei care cunosc amănunte despre grupul de companii Printec, fondat acum 27 de ani în Grecia și devenit astăzi un lider recunoscut în domeniul tranzacțiilor automate, cu 850 de specialiști și 90 de centre de service în 15 țări din Europa Centrală și de Est. Cum se poate rezuma „istoria” Printec în România?

Într-adevăr, Printec are deja o istorie în România: vorbim despre vechime, tradiție, multă experiență. Am dezvoltat, în timp, o relație adâncă și consistentă cu instituțiile de credit de pe plan local și am devenit un reper inconfundabil pe piața de profil.

Deși nu suntem un brand notoriu decât în industria de profil, trebuie să spun că nu există tranzacție făcută în România printr-un bancomat NCR sau un POS Verifone care să nu treacă prin „inima” Printec. Deținem azi o cotă de piață de 50%-60% din piața ATM-urilor, ceea ce ne onorează, dar ne și obligă și, probabil, circa 35% din piața locală de POS-uri. Sunt piețe care evoluează cu viteze diferite, dar care fac parte din aceeași imagine de ansamblu, ce demonstrează că tranzacțiile bancare din România devin din ce în ce mai automatizate.

Mai mult, zona de self-service bancar este tot mai încurajată, dorită și acceptată de clienți, fapt care ne face să ne simțim confortabili și stăpâni pe situație. Istoria noastră mai înseamnă, desigur, și echipele care au lucrat cu determinare pentru a ajunge de

UN FURNIZOR TRADIȚIONAL CARE SE REPOZIȚIONEAZĂ DIN MERS

PRINTEC ÎȘI CONTINUĂ DEZVOLTAREA ORGANICĂ PE PIAȚA DE PROFIL

Interviu cu Bogdan Constantinescu, CEO Printec România

Bogdan Constantinescu este de puțină vreme la cârma Printec România, venind în această poziție după o experiență impresionantă din zona de infrastructură, rețelistică, software și servicii IT. Am vorbit cu acesta pe îndelete, în cele ce urmează, despre prioritățile mandatului său, dar mai ales despre drumul de viitor al Printec la vârsta majoratului.



la o idee, de la o viziune, la rezultate practice, la proiecte finalizate cu succes. În acest moment, Printec România numără o echipă de 160 de specialiști, 28 de puncte de asistență în țară, numeroase certificări și competențe de nișă și un filon robust de optimism care ne ajută să „navigăm” mai departe.

Printec a fost unul dintre pionierii activităților de promovare a tehnologiilor moderne în spațiul bancar din România, specializându-se în nișe precum rețelele de ATM-uri, chioșcurile self-service, terminalele POS, plățile electronice, soluțiile de prevenire a spălării banilor, securitate informatică, servicii IT aferente etc. Care au fost noutățile și premierele „semnate” de Printec în România în cei 18 ani de activitate?

Printec a fost, cu fiecare val de inovație care a „lovit” în malurile industriei, unul dintre primii jucători care au făcut diferența. Mi-e greu să adun acum toate „mostrele”

de pionierat care ne reprezintă. Pot aminti doar, ca exemple, câteva premii absolute generate local: primul ATM cu funcționalități cash-in instalat în România (2002), primul proiect de plăți mobile bazat pe tehnologia NFC (2007), prima soluție de plată cu cardul a facturilor la un terminal neasistat (2007) sau prima soluție de plată la terminal a taxelor și impozitelor locale (2010).

Cum se articulează proiectele Printec în sistemul bancar? Primiți cereri și solicitări expres din partea instituțiilor de credit, sau veniți cu propuneri, cu nou-tăți relevante în întâmpinarea nevoilor acestor organizații?

Ne întâlnim, de regulă, cu băncile, undeva la mijloc. Este încurajator faptul că aceste instituții se arată în ultima vreme extrem de preocupate să deschidă canale noi, să găsească oferte noi, să-și atragă și să-și păstreze clienții. În ultimele luni constat o anume efervescență de reabordare a acestora într-un mod proactiv. Puteți observa cum a reînceput să „plouă” cu noi și noi oferte de instrumente de plată, soluții de plată, de economisire etc. Să nu uităm că oricare dintre aceste inițiative se bazează pe un set de soluții tehnologice. Aici intrăm noi în rol! Suntem extrem de atenți și de preocupați de noutățile avansate de partenerii noștri tradiționali. Astfel de idei sunt, din fericire, foarte bine primite. Pot da chiar și câteva exemple. NCR, un brand global cu totală recunoaștere, nu se mai limitează la ATM-uri, de pildă. Compania este tot mai preocupată și de zona

de dezvoltare de software — soluții antifraudă, de cash management, de management al flotelor de terminale, dar și oferirea de servicii conexe. Pe zona de cash management avem la această oră în implementare un proiect complex pentru una dintre băncile mari din România. Ideea de a optimiza fluxul de numerar din întreaga rețea (ATM-uri, unități, seifuri, automate de schimb valutar etc.) spre punctele de lucru, în funcție de trafic, de nevoi, de tipurile de cupiuri din bancomate, devine interesantă pentru bănci, care pot economisi astfel până la 30% din costurile actuale de management al numerarului. După știința mea, ne aflăm și în acest caz la o primă implementare în România! Un alt exemplu relevant ar fi inițiativele noastre de promovare a chioșcurilor de unde se pot obține informații specifice, dar se pot și plăti unele facturi sau dări. Avem unele soluții în care autentificarea se face pe baza cărții de identitate și care permit identificarea plătitorului și a debitelor sale la stat. Avem astfel de terminale care funcționează în sectoarele 2 și 6 din capitală, dar și în provincie. Există chiar și bănci care au apelat la o asemenea variantă.

În mod tradițional, sunteți recunoscuți ca firmă dedicată logisticii, infrastructurii din domeniul bancar (terminale neasistate, mașini pentru self-banking, monitorizare rețele de bancomate etc.), dar cu „zvâcniri” salutare pe zona de soluții software foarte particulare sau servicii de aceeași natură. Rămâne pentru Printec, pe termen

scurt și mediu, activitatea de vendor una de bază sau veți deveni un integrator și/sau un furnizor de servicii de nișă?

Eu cred că specializarea este benefică. Dar noi ne aflăm cumva permanent în zona de integrare! De fiecare dată când implementăm soluțiile unui partener, în spate avem servicii proprii și o serie lungă de competențe și certificări ce garantează că proiectul produce rezultate. Mai mult, trebuie să fim mereu capabili să localizăm, să adaptăm și să personalizăm fiecare soluție în conformitate cu nevoile clientului. În spatele fiecărei implementări stă un departament de dezvoltare de software care creează, până la urmă, proprietate intelectuală! La acest moment, ne străduim să ne sporim competențele pe partea de business și pe serviciile care sunt asociate cu competența de business. Am inițiat un parteneriat interesant cu firma americană FICO, un lider în zona de software analytics, de scoring și rutine pentru achiziția de clienți, ale cărui soluții vor aduce beneficii neașteptate băncilor. Este o zonă nouă pentru noi, cu provocările ei. Vom lucra cot la cot cu echipele băncilor pentru a le sprijini să obțină rezultatele scontate. Noi, Printec, venim din zona bancară și e natural să creștem în această zonă. Dar nu credem că vom putea crește doar pe nișa consacrată, aceea a tranzacțiilor automatizate, ci și în spațiul de fine tuning ce poate ajuta băncile. O altă verticală pe care o privim cu interes este și piața de retail,

unde vom putea avea un cuvânt important de spus (case de marcat digitale, cu EFT-POS, soluții de self-check, de loialitate, de bonus etc.).

Așadar, ne așteaptă un drum interesant, pe care vom combina produse, servicii, consultanță și suport în direcții tot mai multe. Trebuie să creștem și pe verticală, dar și pe orizontală!

V-ați extins activitatea din România având ca parteneri vendori de renume, precum NCR, VeriFone, Talaris, TONBELLER, Welcome Real Time, Oracle, Flash Networks, PCCW sau FICO. Cât de importante au fost aceste colaborări? Ce parteneri vor rămâne în zona de prioritate maximă în perioada următoare?

Fără îndoială, primele poziții rămân unor parteneri precum NCR, VeriFone și TONBELLER, dar „topul” se poate îmbogăți. Apariția FICO pe tapet este un astfel de exemplu.

Rămâne România un „punct nevralgic” pe harta regională a Grupului Printec?

Printec România a fost mereu, ca rezultate, pe primele poziții între subsidiarele-surori. E limpede că centrul are mari așteptări din România, dorind să capete aici cât mai multe referințe care să poată fi replicate în grup. Noi avem acest „pedigree” al inițiativelor și inovațiilor, care poate fi transferat și celorlalte entități. Așadar, Atena vrea să descopere în România un exemplu de urmat!

Cristian Pavel ■



Un prim obiectiv atins în cadrul acestui proiect a fost creșterea fiabilității și calității sistemului de comunicare „BCR TV” prin utilizarea unor display-uri profesionale Philips 42” și a unor media playere HP, de înaltă performanță, care să permită afișarea în rezoluție FullHD a tuturor materialelor informative și de marketing adresate clienților din locațiile BCR. Automatizarea proceselor, posibilitatea afișării materialelor în regim „full offline”, creșterea gradului de control centralizat al echipamentelor aferente din locații și implementarea unei aplicații de administrare extrem de flexibilă și prietenoasă au permis minimizarea procentului de downtime până la eliminare și au determinat atingerea celui mai înalt standard de comunicare și interacțiune cu clienții. Componenta cu adevărat revoluționară a proiectului este reprezentată de sistemul de afișare a cursurilor valutare — pe display-uri profesionale Philips 32” controlate de media playere specializate. Soluția permite afișarea cursurilor într-un layout complet editabil, care întrunește cele mai stricte exigențe de marketing și comunicare vizuală, rezultatul final fiind o imagine de cea mai înaltă calitate (FullHD). Flexibilitatea layoutului oferă, de asemenea, avantajul modificării acestuia fără a fi necesară înlocuirea echipamentelor (precum în cazul tabelor clasice).



EUTRON DĂ MAI DEPARTE MÂNĂ LIBERĂ VALORII

BCR TV - UN PROIECT DE SUCCES, UNIC ÎN ROMÂNIA

Considerat cel mai inovativ proiect de comunicare vizual-digitală din industria bancară românească în anul 2014 și premiat în cadrul galei e-Finance 2015, proiectul BCR TV a presupus implementarea, în mai puțin de 3 luni, în fiecare din cele peste 500 locații BCR, a unui sistem integrat de comunicare vizuală digitală. Soluția a vizat afișarea cursurilor valutare, comunicarea și promovarea către clienți a conținutului informativ și a materialelor de marketing în regim de televiziune internă.

GESTIUNEA INFORMAȚIEI, FĂCUTĂ AUTOMAT, DE LA DISTANȚĂ

Cel mai important avantaj creat cu acest sistem constă în preluarea și actualizarea cursurilor valutare în mod complet automat, nefiind necesară intervenția factorului uman la nivel central sau local. În acest fel, durata de actualizare a cursurilor scade de la câteva zeci

de minute la câteva secunde, clienții fiind imediat informați de orice modificare a cursului, iar sistemul operațional de schimb valutar este sincronizat cu cel de afișare în timp real. Mai mult, sistemul permite definirea unui program de funcționare (la nivel de unitate) și comandă, în mod automat, pornirea și oprirea display-urilor la începutul și

respectiv sfârșitul programului. Sistemul deține o soluție de alertare centralizată în cazul apariției unei funcționări anormale și include multiple măsuri de redundanță care asigură că întotdeauna cursul afișat este cel corect. Un alt avantaj al acestei soluții de afișare a cursurilor valutare este administrarea extrem de facilă, printr-o interfață web prietenoasă ce poate fi gestionată de o singură persoană. Practic, prin implementarea acestui proiect de către Eutron, BCR a obținut un sistem elegant, fiabil și ergonomic, care a determinat îmbunătățirea substanțială a calității procesului de comunicare cu clienții, oferind băncii posibilitatea eliminării riscului operațional de afișare a unui curs eronat, o reducere substanțială a costurilor operaționale și, nu în ultimul rând, un plus de imagine în fața clienților săi.



Marian Ignat, Director Executiv al Direcției Managementul Canalelor Retail în cadrul BCR (stânga) și Dan Ţone, Director General, Eutron Invest România (dreapta)

Cristian Pavel ■

SOLUȚII DE COMUNICARE VIZUALĂ ȘI EVALUARE A SATISFACTIEI CLIENȚILOR

Digital Signage



Curs Valutar

- ✓ Eliminare Risc Operațional
- ✓ Layout Complet Editabil
- ✓ Actualizare Automată și Instantanee a Cursurilor
- ✓ Nu Permite Afișarea de Cursuri Eronate
- ✓ Nu Necesită Intervenție Umană
- ✓ Imagine de Înaltă Calitate (Full HD)
- ✓ Fiabilitate - Soluție Profesională
- ✓ Permite Adăugarea/Eliminarea de Valute

Marketing și Informare

- ✓ Interacțiune de Înaltă Calitate cu Clienții
- ✓ Conformitate cu Prevederile ANPC
- ✓ Fidelitate și Fluiditate a Imaginii
- ✓ Administrare Centralizată și Facilă
- ✓ Funcționare în Regim Full Offline
- ✓ Raportare Avansată a Conținutului Afișat
- ✓ Alertare pe Email în Caz de Probleme

Evaluarea Satisfacției Clienților

- + Motivează Personalul în Atingerea Obiectivelor
- + Oferă Clienților Confortul Exprimării Opiniei
- + Generează un Suport Solid pentru Luarea Deciziilor
- = **CREȘTEREA CALITĂȚII SERVICIILOR CĂTRE CLIENȚI**
- ✓ Serviciu "All Inclusive"
- ✓ Raportare Automată Zilnic, Saptamănal și Lunar
- ✓ Comparații Istorice și Determinare de Trenduri
- ✓ Comparații între mai multe Locații



Serviciu premiat
internacional pentru
inovatie si abordare!

DailyFinance **RETAIL**
Award





G DATA OFERĂ CLIENȚILOR O BUNĂ PROTECȚIE PENTRU ONLINE BANKING

Computer Bild (ediția 04/2015), cea mai mare revistă de IT din Germania, a analizat opt pachete de securitate în cel mai recent test comparativ. Pentru aceasta a colaborat cu laboratoarele de testare independente AV-Test și AV-Comparatives și au fost testate peste 180.000 de programe malware. Rezultatul: G Data Internet Security este un lider în materie de protecție pentru online banking. Datorită tehnologiei unice

BankGuard, spune publicația citată, suita de securitate este eficientă, în timp real, chiar și în fața amenințărilor necunoscute.

Organizatorii au premiat detecția cuprinzătoare, care a detectat și oprit 99,9% din toate programele malware — chiar și atunci când nu a existat o conexiune directă la internet.

„În timpul tranzacțiilor de online banking, suita G Data oferă protecție chiar și atunci când malware-ul nu poate fi detectat în totalitate. Aceasta monitorizează RAM-ul și previne orice manipulare a datelor de plată. Drept urmare, G Data este singura companie care a reușit obținerea unui procentaj de top.“

„Soluția este ideală pentru perioadele în care sunteți în mișcare sau când acoperirea rețelei wireless este slabă. Chiar și fără o conexiune la internet, software-ul de securitate detectează aproape toate programele malware și furnizează o protecție exemplară“ — a fost concluzia Computer Bild în cel



SOLUȚIILE DE SECURITATE PRIVESC ȘI MEDIUL BANCAR ZIDURI NOI DE PROTECȚIE SE RIDICĂ ÎN CALEA ATACATORILOR CIBERNETICI

O soluție de securitate performantă, pentru protecție împotriva programelor digitale malware, fraudelor online și infractorilor cibernetici, face parte din pachetul de bază al oricărei stații de lucru, fixă sau mobilă. Un lucru la fel de important pentru utilizatori este protecția generală antimalware, dar mai ales a tranzacțiilor de online banking.

mai recent test comparativ în care au fost verificate opt soluții de securitate.

G Data Internet Security oferă protecție împotriva virusilor și troienilor, pentru computere și date cu caracter personal, și include un firewall eficient.

AV Security Software este noul distribuitor oficial al produselor de securitate antivirus G Data Software în România. Compania, cu capital românesc 100%, asigură suportul necesar pentru instalarea, configurarea și gestionarea soluțiilor G Data cu management centralizat și soluții multiuser, pentru companii medii și mici, companii mari sau instituții de stat.

ESET. ARMĂ FORTE PENTRU CORPORAȚII

În martie, Axel Soft, distribuitorul unic pentru România al produselor ESET, a organizat lansarea oficială pe plan național a noii generații de soluții antimalware

pentru clientela corporată. Cu acest prilej, ESET, un pionier la nivel mondial în protecția proactivă oferită de peste două decenii, a anunțat disponibilitatea la nivel mondial a gamei sale de produse business, o gamă complet reproiectată și refăcută.

În esență, gama nou lansată oferă un grad crescut de uzabilitate, performanță și flexibilitate în administrare la nivelul celor mai mari exigențe din piața de profil. Produsele de securitate business IT ESET oferă o protecție proactivă maximă, cu un impact redus asupra infrastructurii companiei, oferind totodată o multitudine de caracteristici noi, cum ar fi: Botnet Protection, Exploit Blocker, Anti-Phishing și Anti-Theft.

La baza produselor de securitate IT ESET destinate mediului de afaceri se află noul ESET Remote Administrator. Această consolă de management de la distanță, independentă față de platforma sistemului de operare, a fost

complet reconstruită pentru a spori nivelul satisfacției în exploatare, pentru a îmbunătăți securitatea și pentru a reduce costul total de implementare și de gestionare. Soluția dispune de un sistem încorporat de management de activitate pentru a minimiza downtime-ul, în timp ce permite facil automatizarea acțiunilor pe baza apartenenței la grupurile dinamice.

Noua interfață de utilizator pentru produsele business de securitate ESET simplifică sarcinile de monitorizare, de configurare și de control al activităților de rețea, pentru a se asigura că organizația este avertizată din timp și protejată eficient împotriva acțiunilor nedorite și periculoase. În România, distribuitorul exclusiv al soluțiilor de securitate ESET este compania Axel Soft IT Group, a cărei rețea de parteneri distribuie soluțiile ESET la nivel național.

Georgeta Clinca ■



The Cloud is **Working under close supervision**

SECURIZAREA oricărui **BUSINESS** Utilizând rețeaua regională a GTS, serviciul Cloud nu este lăsat nesecurizat nicio secundă. Centre de date protejate, back-up de date și infrastructură redundantă, specialiști în securitate, monitorizare 24/7/365 și alte măsuri de securitate oferă siguranța și protecția operațiunilor critice de business. Siguranța este doar una dintre modalitățile prin care serviciul Cloud poate ajuta un business.

Află mai multe despre GTS Virtual Hosting pe GTSworkingworld.com

Cere o ofertă la 0312 200 200 sau pe sales@gts.ro



for the **WORKING WORLD**



Banca Transilvania este una dintre cele mai active și „sănătoase” instituții de credit din România. Istoria sa a început acum mai bine de 20 de ani, în 1994, când un grup de investitori privați au pus bazele organizației în municipiul Cluj-Napoca. Ideea de la care s-a pornit a fost aceea de a construi un blazon, un brand reprezentativ pentru Cluj și Ardeal, totodată. Spiritul antreprenorial al acționarilor a făcut ca banca să-și consolideze poziția pe plan local și apoi național.

La acest moment, Banca Transilvania este a treia bancă din sistem pe criteriul activelor, are o rețea de 550 de unități, în România și Italia, și o echipă de peste 6.000 de angajați.

ROPECO, UN PARTENER CU FILIAȚE ELEVEȚIANĂ

ROPECO București este o societate mixtă româno-elvețiană, unul dintre cei mai mari distribuitori din România de echipamente bancare — mașini de numărât, de verificat și împachetat bani, precum și echipamente de birotică — copiatoare și multifuncționale. În 22 de ani de funcționare, ROPECO a devenit un furnizor lider de soluții și echipamente hi-tech proprii, dar și distribuitor al unor mărci de prim rang în piața globală a tehnologiilor. ROPECO a inițiat colaborarea sa cu Banca Transilvania în 2007, instituție care a devenit în scurtă vreme unul dintre cei mai

TERMINALELE INGENICO CONVINȚI ÎN ROMÂNIA ROPECO ÎNLOCUIEȘTE FLOTA DE POS-URI A BĂNCII TRANSILVANIA

La un deceniu de la lansarea celebrului mesaj „Banca nr. 1 pentru IMM-uri”, transformat mai apoi în „Banca oamenilor întreprinzători”, și de la asumarea focusului activității pe segmentul IMM-urilor, Banca Transilvania își reafirmă dorința de a acorda o atenție specială afacerilor mici și mijlocii, comercianților în special. Cel mai recent proiect, derulat împreună cu firma ROPECO, vorbește de la sine despre preocuparea băncii de a furniza acestora terminale noi, performante, accesibile și mai ales fiabile.



relevanți clienți ai furnizorului româno-elvețian. Au existat proiecte de succes derulate împreună în domeniul terminalelor de plată neasistate, plasate între timp în rețeaua națională a băncii. Ținta acestor terminale produse de ROPECO au fost clienții de retail sosiți în unitățile BT pentru a-și plăti facturile la utilități și/sau ratele la credit. Colaborarea poate fi rezumată în câțiva pași semnificativi:

■ în mai 2010, ROPECO a oferit

băncii consultanță și soluții privind cheile de criptare a POS-urilor Verifone/Hypercom în conformanță cu cerințele VISA PIN

■ în august 2010 a avut loc prezentarea conceptului de terminal neasistat de plată - Automatic Payment Terminals (APT), a tendințelor în self banking, organizându-se și sesiune demonstrativă

■ în decembrie 2010 a început instalarea pilotului ATP

■ în martie 2011 s-a demarat livrarea APT-urilor

■ în mai 2013, ROPECO a demarat proiectul de integrare a EFT-POS-urilor în terminalele din rețeaua băncii

■ în martie 2015, ambele părți au convenit să-și asume înlocuirea flotei de EFT-POS-uri a băncii cu terminale Ingenico

NOUĂ LUNI DE „INVAZIE” INGENICO

Banca Transilvania, numărul 2 din România ca bancă acceptatoare de carduri, deține 20.000 de terminale EFT POS, preponderent ale furnizorilor Verifone și Hypercom. Recent,

banca a decis să înlocuiască 65% din aceste aparate depășite tehnologic, neconforme normelor PCI DSS sau PCI DSS v. 1, cu modele POS Ingenico, certificate PCI DSS v. 3.

Cele 13.000 de noi EFT POS-uri Ingenico, modelele ICT 220 dial-up/ethernet/GPRS/contactless, oferă băncilor și comercianților înrolați garanția unei calități surprinzătoare, precum și o soluție cu multiple avantaje: cele mai avansate tehnologii pentru plăți, inclusiv NFC și contactless, securitate sporită, uniformitate de brand și model POS în întreaga rețea, costuri operaționale minime de mentenanță pentru întreaga flotă gestionată de un furnizor unic etc.

„Nu va fi simplu, dar e o provocare la care vom face față cu brio. Până la finalul anului, procesul de înlocuire se va încheia și abia așteptăm să vedem reacția beneficiarilor direcți — clienții din magazine care plătesc prin terminalele BT!”, ne-au declarat reprezentanții ROPECO.

Cristian Pavel ■



Descoperă avantajele
primei bănci online
din România!

1

Cont bancar 100% GRATUIT, fără condiții

Exact: **ZERO COMISIOANE** de administrare, plăți sau încasări

2

Dobândă ONLINE - 3,25%

Îți pui banii la lucru, cu **3,25% dobândă la depozitul pe 7 luni**

3

Card Libra Free GRATUIT

Emitere, administrare și retrageri gratuite de la peste 400 ATM-uri

Un produs

LIBRA  **INTERNET
BANK**

www.libraonline.ro/Free

sau



Scanează și aplică

- soluții pentru plăți electronice, aplicabile în toate industriile
- terminale inteligente contact și contactless de ultimă generație, de la INGENICO GROUP
- furnizarea unor aplicații personalizate de plată, dezvoltate cu respectarea tuturor standardelor impuse de VISA și MASTERCARD
- soluții pentru plăți asistate și plăți neasistate (Self-Service)
- echipamente hi-tech proprii și distribuitor al unor mărci de prim rang în piața globală a tehnologiilor

