

هدف بانک «کناب»؛ «از این رو به آن رو کردن بانکداری»

«کناب» (Knab)، بانک تازه تاسیس «صرفاً آنلاین» (مبتنی بر بانکداری خرد)، تهدیدی برای صنعت مالی و ایجاد یک دگرگونی کلی در آن می‌باشد. به طور یقین، این بانک هلندی از ابزارها و ساز و کارهای بی‌نظیر، ارتباطات رایانه‌ای و نرم‌افزارهای میانجی (interface) حرف‌های و یک برند تجاری جذاب بهره می‌برد. با این همه آیا این بانک نوعی از بانکداری نسل فردا محسوب می‌شود یا تنها رنگ و لعاب جدیدی از خدمات بانکداری فعلی می‌باشد؟ وقتی سخن از بانک اینترنتی نوپای «کناب» در میان است، اولین سوالی که به ذهن می‌رسد، علت نامگذاری و معنای نام این بانک است؟ اگر به ترتیب حروف نام این بانک دقت کنید، در می‌یابید که برعکس کلمه «بانک» می‌باشد و نام این بانک سعی در القای علت نامگذاری آن دارد؛ «زیر و رو کردن و دگرگون نمودن (بانکداری)».

شاید در نگاه اول، قضیه شوخی به نظر آید ولی در واقع رنه فریجترز، موسس «کناب» اصلاً اهل شوخی و مزاح نمی‌باشد، بلکه برعکس موضع و دیدگاهی جدی نسبت به بانکداری دارد و برآن است تا بانک جدید وی مسیر اخلاقی و درست را طی نماید. در این راستا، بانک کناب کاملاً شفاف در زمینه هزینه‌ها و کارمزدها بوده و در عین حال که به ابعاد و لایه‌های مختلف جامعه توجه داشته است، حتی مشتریان را ترغیب به اختصاص بخشی از پس اندازهای خود به امور خیریه نیز می‌نماید.

رنه فریجترز با افتخار از استراتژی متفاوت و به نوعی معکوس «کناب» سخن می‌گوید و معتقد است که برای ایجاد تغییر و تحولات اساسی، باید از صفر شروع کرد. نوع بانکداری «کناب» همه معادلات خدمات مالی فعلی را برهم می‌زند و انقلابی در این صنعت ایجاد می‌کند. «کناب» با آغوش باز به سوی مشکلات و خواسته‌های مشتریان می‌رود و با ارائه راه حل‌های مبتکرانه، بانکداری آسان‌تر و جذاب‌تر را نوید می‌دهد.

فریجترز در ادامه می‌افزاید که نام عجیب «کناب» به نوعی منعکس کننده مشتری محور بودن آن نیز هست چرا که حرف «ک» (k) در ابتدای واژه «کناب» (Knab) تداعی کننده واژه Klant (به معنای «مشتری» در زبان هلندی) می‌باشد. هرچند مساله فوق جالب به نظر می‌رسد، ولی بعد از نامگذاری این بانک، دلیل و منطق فوق‌الاشاره تقریباً برعکس پیاده و اجرا گردید.

وداع با شعب یا نماینده‌های فروش، شروع استفاده از داشبورد PFM

PFM همان مدیریت مالی شخصی می‌باشد که ابزار آن در بطن مفهوم «کناب» نهفته است. به هریک از مشتریان «کناب» یک داشبورد دیجیتالی اعطا می‌شود که قابلیت نمایش جامعی از کلیه پرداخت‌ها، چک‌ها، پس‌اندازها، وام‌ها و حساب‌های بانزشتگی و حتی حساب‌های نزد سایر بانک‌ها را دارد که این مساله مرکز ثقل و نقطه قوت «کناب» محسوب می‌گردد. مشتریان این بانک تنوعی از گزینه‌ها را در پیش‌رو دارند؛ از طراحی و مدیریت حساب‌های شخصی گرفته تا برنامه‌ریزی‌های مالی جامع برای کل زندگی.

جذابیت‌های بصری رایانه‌ای و اینترنتی PFM از نکات بارز «کناب» می‌باشد. پلت‌فرم Figlo ستون اصلی برنامه‌ریزی مالی و PFM مربوط به کناب می‌باشد.

یکی از نقاط برجسته ابزار PFM در بانک کناب وجود یک برنامه کاربردی به نام «خط قرمز» می‌باشد که به مشتریان در مدیریت حدود یا سقف‌های برداشت از حساب خود کمک می‌کند. مثلاً وقتی میزان خریدها و قبض‌های بدهی از قبل تعریف شده از میزان موجودی حساب مشتری فراتر روند، برنامه کاربردی «خط قرمز» میزان کسر موجودی را هشدار می‌دهد و در صورت وجود مانده در حساب پس‌انداز پشتیبان و یا در حیطه میزان اعتبار مشتری، کسر موجودی را تامین می‌کند.

یکی از خصوصیات مفید «کناب» این است که کلیه سوابق عملیات بانکی مشتری نظیر ایمیل‌ها، صورتحساب‌ها، تماس‌ها و ... در یک «بایگانی شخصی» آنلاین نگهداری می‌گردد.

برای مشتریانی که در جستجوی یک استراتژی سرمایه‌گذاری خوب هستند، پلت‌فرم PFM بانک کناب، این تضمین را می‌دهد که به طور کاملاً بی‌طرف و مستقل مشاوره مالی دهد و گزینه‌هایی را پیش روی مشتری می‌گذارد تا خود مشتری هرآنچه را که می‌پسندد، برگزیند. این مشاوره نباید حمایت‌ظاهری تلقی گردد و بانک کناب واقعاً هیچ شعبه یا نماینده فروش (خدمات و محصولات) ندارد.

رنه فریجترز در خصوص قضیه فوق چنین می‌گوید: «ما آگاهانه تصمیم گرفتیم که هیچ نوع نماینده فروش نداشته باشیم و در عوض از ۵ تیم کارشناس مستقل بهره می‌گیریم. ما از یک طرف به ارزشیابی کارشناسان می‌پردازیم و از طرف دیگر مشتریان در خصوص درجه بندی (rating) آن‌ها نظر می‌دهند. بدین ترتیب مشتریان همواره بهترین مشاوره‌ای را که به نفع خود آن‌هاست (و نه به نفع بانک)، از کارشناسان ما دریافت می‌دارند». مشاوران بانکی همگی از قبل توسط کناب برگزیده و تایید شده‌اند و اگر میزان عملکرد آنها ضعیف ارزیابی گردد یا در درجه‌بندی آنها توسط مشتریان در رتبه پایین‌تری قرار گیرند، کنار گذاشته می‌شوند.

بانک کتاب اصل بی طرفی و رعایت انصاف را سرلوحه مشاوره‌های مالی خود قرار داده و بر این باور است که ضمن در نظر گرفتن کلیه علایق و خواسته های مشتریان، تا آنجا که در توان دارد به نفع مشتریان مشاوره دهد و مسئولیت آن را نیز برعهده گیرد.

آیا نرخ هزینه ها و کارمزدهای کتاب بالاست؟

«کتاب» از مشتریان خود مبلغی معادل ۱۵ یورو (در حدود ۲۰ دلار) در ماه (۱۸۰ یورو یا ۲۴۰ دلار در سال) اخذ می‌کند. کارشناسان در دیدگاهشان نسبت به این قضیه و چشم‌انداز بانکداری هلند ابراز نگرانی کرده‌اند که علیرغم هر نوع کیفیت خوب، متمایز و نوین درخصوص بانک کتاب، این مبالغ برای مشتریان گزاف می‌باشد. «پیتر ورهوف»، استاد بازاریابی دانشگاه «گرونیگان»، معتقد است که مردم کشور هلند زیاد عادت به پرداخت هزینه‌ها و کارمزد های سنگین خدمات بانکی ندارند و حداکثر ۲۰ یورو در سال را عادی می‌پندارند. با این وجود، آیا بالا بودن نرخ کارمزدها مشتریان را حفظ یا جذب خواهد نمود؟

بانک کتاب در پاسخ به شبهه فوق کماکان مصرانه از نرخ بالای کارمزدهای خود دفاع می‌کند و معتقد است که مشتریان سایر بانک‌های هلند (که به اصطلاح ارزان‌ترند)، در مقایسه با کتاب به طور متوسط هزینه‌هایی پنهان بالغ بر ۲۶۰ یورو در سال پرداخت می‌نمایند. آیا طرح و برنامه بانک کتاب جواب خواهد داد؟ فریچترز معتقد است که این بانک حتی اگر ظرف ۵ سال ۱۰۰.۰۰۰ مشتری جذب کند ورشکسته محسوب خواهد شد چرا که به جذب بیش از ۲۵۰.۰۰۰ مشتری تا آن زمان چشم دوخته است. کارت‌های جدید کتاب در بسته‌بندی‌های زیبا همراه یک ماشین حساب ارائه می‌گردد که در مقایسه با نحوه ارائه کارت‌های سایر بانک‌ها که در بسته‌بندی‌های ساده و بی کیفیت عرضه می‌گردند، بسیار شکیل تر و جذاب‌تر است.

بازخوردهای مجازی و CRM (مدیریت روابط مشتریان) به جای شعب

برای بانک‌های مجازی نظیر کتاب، دوام فعالیت بدون وجود هیچ شعبه‌ای، بسی دشوار بوده و کانال‌های ارائه خدمات آنلاین، بار ترافیکی زیادی را متحمل می‌شوند. بانک کتاب در فضای مجازی خود یک «دفتر دیجیتالی» با عنوان «محیط من» طراحی و ایجاد نموده که محیطی امن برای مشتریان جهت چت کردن و ارتباط با کارشناسان و مشاوران مالی و ارائه خدمات بانک کتاب محسوب می‌گردد. مشتریان حتی از طریق وب کم قادر به انجام کنفرانس‌های ویدیویی با کارمندان کتاب می‌باشند. بانک کتاب همواره بازخوردها، پیشنهادات و انتقادات مشتریان را جویا می‌شود و این امر را از طریق ارتباطات آنلاین و پلت‌فرمی به نام Live (زنده) انجام می‌دهد. در همین راستا جلسات منظمی را با کارشناسان خود برگزار می‌نماید و به بررسی راهکارها و پیشنهادات ارائه شده توسط مشتریان درخصوص «ترسیم آینده‌ای بهتر برای بانک» می‌پردازد. بانک کتاب از روش‌های متنوعی در برقراری ارتباط و تعامل با مشتریان بهره می‌برد که می‌توان به «آزمایشگاه ابتکار»، فیس بوک، توئیتر، blog، یوتیوب و LinkedIn اشاره نمود. کتاب از آغاز به کار تاکنون ۵۲۵ Like در فیس بوک و ۸۴۶ طرفدار در توئیتر (با ارسال ۴۹۱ توییت) برخوردار است. این بانک تیمی از ۵ نماینده خدمات را جهت کنترل و مدیریت اکانت‌های (account) رسانه‌های اجتماعی اینترنتی به کار گرفته است.

«کتاب»، بانکی برای فرداها یا بانکی مثل بقیه بانک‌ها؟

بانک «کتاب» خود را «بانک فردا» قلمداد می‌کند و این در حالیست که تعدادی از مشتریان از مدل پیش‌نهادی این بانک استقبال نکرده‌اند. برخی معتقدند این بانک در مقایسه با سایر بانک‌های آنلاین اروپایی نظیر Fidor (که از نظر خیلی‌ها بهترین است) چندان خوب و موفق عمل نکرده است. رونالدو مولدر، مشاور مدیریتی از کشور هلند ضمن انتقاد به نوع بانکداری «کتاب» معتقد است که این بانک به هیچ وجه «متفاوت» و یا دارای تغییرات اساسی نمی‌باشد و کاملاً شبیه سایر بانک‌های آنلاین می‌باشد و تنها فرق کتاب با سایر بانک‌ها در شعار آن است: «کتاب شبیه هیچ بانکی نیست». بانک «کتاب» ابزارهای کاوش اینترنتی و آنلاین را در اختیار مشتریان قرار می‌دهد که هزینه استفاده از آن‌ها ماهانه ۱۵ یورو می‌باشد و برای یک بانک «صرفاً آنلاین» هزینه گزافی به شمار می‌آید. مولدر معتقد است که برنامه‌های ارائه شده توسط این بانک فقط رنگ و لعاب ظاهری متفاوتی از نظر استانداردهای محصولات بانکداری دارند و در عین حال هزینه‌ها و کارمزدهای دریافتی از مشتریان بابت ابزارهای PFM و نرم‌افزارهای کاربردی و خدمات ارائه شده بسیار بالا می‌باشند.