

INFORMACJA PRASOWA | 10.10.2018 r.

## Jak FinTechy zdobywają zaufanie klientów?

**Dziś już nie tylko Millenialsi chcą mieć wszystkie usługi i produkty dostępne online. Starsze pokolenia też mają podobne oczekiwania. Nie zawsze jednak sztuczna inteligencja, chatboty i roboty budują zaufanie. Wiele jest jeszcze obszarów, w których tylko kontakt z człowiekiem zapewni klientom poczucie spokoju i pewności słusznie podjętej decyzji, np. zakupowej.**

Millenialsi to ważna grupa demograficzna, obecnie stanowiąca ponad 1/3 całej populacji na świecie. Dlatego ich zachowania i oczekiwania wpływają na procesy transformacji cyfrowej w wielu firmach.

*– Okazuje się jednak, że nie tylko młodzi chcą być online. W Kredytmarkecie cała usługa ogranicza się do 3 minut poświęconych na wypełnienie wniosku kredytowego w sieci, a mamy klientów, których pesele zaczynają się od „czwórki” – mówi Aleksander Widera, pomysłodawca i prezes FinTechu Kredytmarket.com.*

Od dostawców usług finansowych wszyscy wymagają teraz prostoty, wygody i szybkości. Ogromne znaczenie ma też bezpieczeństwo. W dobie powszechnego dostępu do Internetu, przede wszystkim w urządzeniach mobilnych, porównywanie ofert stało się łatwe jak nigdy, zawsze można też dopytać w gronie znajomych lub w społecznościach o tę czy inną usługę.

*– Dostawców usług finansowych można zmieniać jak rękawiczki – komentuje Aleksander Widera – Dlatego zaistnienie na tak wysoce konkurencyjnym rynku wymaga przemyślanej i konsekwentnie realizowanej strategii. FinTechy mogą zyskać przewagę dzięki specjalizacji: skupienie się na jednej dziedzinie pozwala małym firmom osiągnąć w niej szczególną biegłość, na jaką nie mogą pozwolić sobie duże instytucje dysponujące wieloma różnymi produktami i usługami. Wymaga to jednak stworzenia ekosystemu z innymi partnerami biznesowymi, aby uniknąć błędów spowodowanych brakiem wiedzy w obszarach spoza głównego biznesu.*

Kredytmarket.com ogłosił niedawno poszerzenie budowanego ekosystemu o firmę Nethone, specjalizującą się w wykorzystaniu sztucznej inteligencji na potrzeby przeciwdziałania wyłudzeniom kredytów. To kolejny – po Kontomatiku – partner, dzięki któremu Kredytmarket.com może skupić się na rozwoju oferty finansowania dla mikroprzedsiębiorców.

Jak zatem zdobyć zaufanie klientów z różnych grup wiekowych? Zdaniem prezesa Kredytmarketu receptą jest zachowanie odpowiedniego balansu pomiędzy nowoczesnymi technologiami a pracą ludzi. – *To co odróżnia Kredytmarket od innych rozwiązań finansowych to kontakt z drugim człowiekiem. Maszyny zajmują się u nas procesami i papierami, a ludzie ludźmi* – wyjaśnia Widera.

W przypadku kredytów ważna jest również przejrzystość oferty, czy – mówiąc inaczej – prostota produktu. Klienci nauczyli się już, że kredyty z zerowym oprocentowaniem mają koszty ukryte w prowizjach przygotowawczych, opłatach za rozpatrzenie wniosku, dodatkowych ubezpieczeniach, itp. Natomiast kredyty reklamowane prowizją 0 zł z pewnością mają wysokie oprocentowanie, o czym klient dowie się dopiero po złożeniu wniosku, gdyż często stosowaną praktyką jest podawanie całkowitych kosztów dopiero po zbadaniu zdolności kredytowej przedsiębiorcy. Tego typu zabiegi znacznie utrudniają porównywanie oferowanych na rynku kredytów. Nawet znane porównywarki internetowe wymagają pozostawienia kontaktu, sam użytkownik nic nie zdoła. Dlatego przedsiębiorcy, którym zależy na czasie i wygodzie, wolą skorzystać z oferty FinTechu, niż składać wnioski w kilku bankach. – *Naszą przewagą jest technologia, zaawansowane modele statystyczne i algorytmy uczące, zaś ryzyko kredytowe szacujemy analizując historię rachunków bankowych* – dodaje Aleksander Widera. – *Dzięki temu, że nie mamy rozbudowanych struktur, możemy działać elastycznie i koncentrować się na jednym segmencie rynku.*

**Aleksander Widera, twórca Kredytmarketu, 18 października weźmie udział w dyskusji panelowej podczas konferencji Inside trends organizowanej w warszawskim Centrum Koneser przez BusinessInsider.**

## KONTAKT

**MARKETING:** Justyna Skorupska | [justyna@kredytmarket.com](mailto:justyna@kredytmarket.com)

**PR:** Magdalena Szymańska | [magdalena.szymanska@futura.com.pl](mailto:magdalena.szymanska@futura.com.pl)