

Maszyny i ludzie

Z **Saverio Cacopardo**, wiceprezesem zarządu Fiat Bank Polska, rozmawia Arkadiusz Braumberger

W ubiegłym roku Państwa bank pierwszorzędnie poradził sobie ze spowolnieniem. To dość niezwykle, z jednej strony finanse, z drugiej motoryzacja – dwie branże, które najbardziej odczuły skutki kryzysu...

– Nasz bank jest częścią dużej międzynarodowej spółki, której udziałowcami są Credit Agricole i Fiat Group Automobiles. Produkty dostarczamy klientom, wykorzystując sieć dealerów Fiat Auto. Każdy z tych trzech elementów miał swój zasadniczy wkład w naszą niepodatność na trudną sytuację na rynku.

Dzięki grupie Credit Agricole jesteśmy w stanie zapewnić swobodny dostęp do konkurencyjnych pożyczek w atrakcyjnych cenach. Dodatkowo dzięki naszemu partnerowi bankowemu mamy możliwość prowadzenia bardzo zdeterminowanej polityki zarządzania ryzykiem. Pozwoliło to bankowi utrzymać wysoką jakość akcji kredytowej w najtrudniejszych momentach.

Jakie znaczenie miał sukces rynkowy odniesiony przez Fiat Group Automobiles w czasie światowej recesji?

– To kolejny element, na który chciałem zwrócić uwagę. Współpracując z Fiat Group Automobiles (FGA – przyp. red.), oczywiście skorzystaliśmy na tym, że koncern okazał się tak odporny na niekorzystne konsekwencje kryzysu, który – przypomnijmy – dotkliwie dotknął przemysł motoryzacyjny. Z grupą jesteśmy bardzo mocno zintegrowani w zakresie oferowania naszym wspólnym klientom szerokiego i atrakcyjnego wachlarza produktów. Z naszym najważniejszym partnerem handlowym – siecią dealerów Fiat Auto stworzyliśmy bardzo silne więzy partnerstwa. Ścisła współpraca była w stanie zapewnić nam zarówno olbrzymi zasięg, jak i skuteczność handlową. I to niezależnie od rosnącej w siłę konkurencji w tej branży.

Czy można określić, który z tych trzech elementów – ścisła współpraca z Credit Agricole, Fiat Group Automobiles i siecią dealerską Fiata Auto – odegrał najważniejszą rolę?

– Bardzo trudno. Na pewnym poziomie udało się nam uzyskać wsparcie i niskiego ryzyka finansowego, i stabilności, i synergii handlowych, i współpracy z rozległą siecią deale-

rów. To wszystko pozwoliło naszemu bankowi utrzymać wysoką wydajność w tym trudnym czasie.

Sama sieć powiązań biznesowych to chyba jednak za mało?

– Oczywiście, że tak. Bez oddanego, kompetentnego i skutecznego zespołu odniesienie sukcesu nie byłoby możliwe, zwłaszcza w warunkach światowego kryzysu, który poważnie wstrząsnął i branżą motoryzacyjną, i sektorem bankowym.

Czy kluczem do sukcesu byli ludzie?

– Bez ich kompetencji i zaangażowania trudno byłoby go osiągnąć. W szybko powiększającym się i rozwijającym środowisku zespół ten aktywnie poszukuje możliwości poprawy jakości i dostępności świadczonych usług przy jednocześnie mocnym zwracaniu uwagi na profil ryzyka oraz rentowności naszej działalności.

To nieustanne zaangażowanie pracowników i ich dbałość o podwyższanie jakości naszych usług pozwoliło bankowi prosperować nawet w okresie wyzwań – i to zarówno tych dla przemysłu motoryzacyjnego, jak i sektora usług finansowych.

Miało i ma to ogromne znaczenie również w kontekście współpracy z siecią dealerów Fiat Auto. W momencie gdy presja ze strony konkurencji i wymagający rynek mogłyby przyczynić się do osłabiania pozycji firmy na rynku, byliśmy w stanie stworzyć silne poczucie wspólnoty w dążeniu do realizacji określonego celu.

Co zatem było najważniejszym wyzwaniem dla Fiat Banku Polska?

– Było i jest, bo ten cel nadal jest aktualny. To utrzymanie skuteczności



Saverio Cacopardo: Bez oddanego, kompetentnego i skutecznego zespołu odniesienie sukcesu nie byłoby możliwe.



Fot. Archiwum

Prezes Fiat Banku Polska odbiera nagrodę dla zwycięzcy w kategorii banki samochodowe w rankingu MF BANK – „50 największych banków w Polsce”.

w wykorzystywaniu szans, jakie daje obecnie polski rynek. Wasza gospodarka wykazała się wyjątkową odpornością, będąc jedyną w Europie, która wykazała dodatni PKB. Wierzmy, iż jest to wskaźnik świadczący o tym, że Polska będzie startowała z bardzo dobrej pozycji w chwili nieuniknionego odbicia. Dla naszej firmy to bardzo ważne – zarówno w kontekście utrzymania wzrostu w branży motoryzacyjnej, jak i usług finansowych.

W jaki sposób chcecie to uzyskać?

– W przeciągu mniej niż pięciu lat bank prawie trzykrotnie zwiększył swoje aktywa. Obecnie znajduje się w punkcie zwrotnym, związanym z angażowaniem znacznych środków finansowych w rozwój. Ale zawsze będzie chodziło o to, żeby naszym klientom i partnerom zaoferować jak najwyższy poziom usług i produktów. Intensywnie inwestujemy więc zarówno w kapitał ludzki, jak i w nowoczesne systemy IT. W obliczu coraz bardziej wyrafinowanych potrzeb konsumentów i skomplikowanego otoczenia prawnego musimy być pewni, że jesteśmy w czołówce.

Na barkach naszych pracowników spocznie olbrzymia odpowiedzialność, zwłaszcza że oprócz sieci dealerów Fiat Auto będziemy też obsługiwać grupę Chrysler Jeep oraz Dodge. Mamy świadomość, że jest to olbrzymia szansa, ale również nie lada wyzwanie. W każ-

dym razie będziemy chcieli dostarczać usługi i produkty na najwyższym poziomie nowym i bardzo wymagającym klientom.

Co Fiat Bank Polska zechce poprawić w nadchodzącym roku?

– Według mnie istnieją dwie sfery naszej działalności, na których powinniśmy się skupić, myśląc o przyszłości i rozwoju banku. Z jednej strony musimy usprawnić nasze procedury i skuteczność, po to by zaoferować naszym klientom szybszą i bardziej efektywną obsługę. Mówiąc konkretniej, chcielibyśmy wdrożyć w czasie rzeczywistym procesy ubezpieczeniowe, które pozwoliłyby uniknąć beczynnego czekania na etapie dystrybucji.

Druga sfera naszych działań, którą chcielibyśmy poprawić, dotyczy potrzeby zaspokajania wymagań szybko rosnącej i zróżnicowanej grupy konsumentów. Obsługujemy przecież klientów indywidualnych, firmy ubezpieczeniowe, doceniamy kupujących i zamożnych klientów, a także dużych operatorów floty samochodowej.

Uważam, że utrzymywanie działań na wysokim poziomie skuteczności, przy jednoczesnym oferowaniu dla każdej grupy klientów wyspecjalizowanych produktów i usług, jest najistotniejszym wyzwaniem, z którym nasz bank będzie musiał sobie w najbliższej przyszłości poradzić.

System BANKOWY REJESTR

Kredyty zagrożone i niespłacalne to duży problem w działalności bankowej!

Można zabezpieczyć się przed takimi sytuacjami i zmniejszać ryzyko. Wystarczy sprawdzać wiarygodność płatniczą Klienta.

Liczba informacji w Systemie BANKOWY REJESTR

W ostatnim roku radykalnie wzrosła liczba klientów podwyższonego ryzyka. Obrazuje to wzrost zagrożenia, na jaki narażone są banki.

System BANKOWY REJESTR, jest niezastąpionym narzędziem wykorzystywanym w pierwszej fazie oceny ryzyka związanego z potencjalnym Klientem Banku. W istotny sposób ogranicza liczbę osób oraz czas potrzebny na wykonanie wstępnej oceny Klienta.

ADMINISTRATOR SYSTEMÓW:

Centrum
Prawa
Bankowego
i Informacji
www.cpb.pl

REKLAMA