

PÉNZÜGYI CIO-K KIHÍVÁSAI

## Már az ügyfeleket digitalizálják

A pénzügyi szektor élen jár a digitalizációban, ám ez nem jelenti azt, hogy könnyű dolguk lenne. Más szinten, de hasonló gondokkal küzdenek, mint azok, akik most vágtak bele ebbe a folyamatba. Nagyné Agárdi Györgyi, az Allianz Hungária CIO-ja szerint számukra az ügyfelek digitalizálása most az egyik legnagyobb kihívás.



NAGYNÉ AGÁRDI GYÖRGYI, ALLIANZ HUNGÁRIA

FORRÁS: ALLIANZ HUNGÁRIA

– Mennyiben mások a pénzügyi szektorban dolgozó CIO-k előtt álló kihívások, mint a más ágazatokban tevékenykedő kollégáké?

– Bizonyos tekintetben mások, és ez abból ered, hogy nem egy időben indultunk el a digitalizáció útján. A biztosítók például már egy jó évtizede elkezdték ezt: akkor az egyik legfontosabb feladat a papímentesség megvalósítása volt. Most már eljutottunk odáig, hogy a belső folyamatok digitalizálása helyett az ügyfeleink teljes digitalizálása van napirenden. Eddig is ügyfeleink számára szolgáltatásainkat online is biztosítottuk, de ez annyiban más és több, hogy minden ügyfelünket arra ösztönözzük, hogy bátran használják a digitális teret. Ehhez kell olyan technológiai platformot teremtenünk, amely számukra egyszerű, átlátható és gyors ügyintézészt tesz lehetővé.

– Előny vagy inkább hátrány a korábbi indulás? Az alacsonyabban lógó gyümölcsöket már leszedték, most már magasabbra kell kapaszkodni...

– Annyiban hátrány, hogy egy korábbi technológiai platformról kell váltanunk, míg aki most kezdi, annak „csak” a mostani technológiára kell koncentrálnia. Nem a folyamatok digitalizálása a kihívás, hanem az alapfolyamataink tervezett „felhősítése”. Viszont pont az előző időszaknak köszönhetően óriási tapasztalatra tettünk szert az automatizálás terén. Nem úgy vágunk bele, hogy akkor most mindent digitalizálunk, mert már rájöttünk, hogy bizonyos belső folyamatokat nem érdemes, akár mert ritkán van rájuk szükség, akár mert rendkívül költséges lenne.

– A banki-biztosítási szektorban jelenleg melyik a legnehezebb feladat?

– Az ügyfelek, illetve az ügyfélkapcsolatok minél szélesebb körű, már említett digitális platformra helyezése. Azt szeretnénk elérni, hogy ügyfeleink a nem életbiztosítási termékeinket online vásárolják meg, és a kapcsolattartás is minél nagyobb arányban az online térben történjen. Le kell egyszerűsíteni a szolgáltatásokat, a folyamatokat és az online felületeket az ügyfelek számára, mert úgy nem fogjuk rávenni őket az elektronikus csatornák használatára, ha sok adatot kell bevinniük, ha bonyolultak a rendszerek. Ehhez persze új automatizmusokat kell kialakítani, a technológiánkat tovább fejleszteni, s felhasználni a mesterséges intelligencia és az IoT adta lehetőségeket.

– A pénzügyi világban mennyire kell még értenie a technológiához a CIO-nak?

– A jó CIO-nak nem az a feladata, hogy ő legyen a legjobb mérnök, és szerintem nemcsak ebben az ágazatban, hanem máshol sem. Annyit kell értenie a technológiához, hogy fel tudja mérni, mit érdemes beépíteni a vállalati üzleti architektúrába a hihetetlen mennyiségű új lehetőségből. Én közgazdászból lettem informatikus, előnyt tudtam kovácsolni abból, hogy megpróbáltam az üzlet fejével gondolkodni. Az informatika mindig is üzleti igényeket elégített ki,

de ezt csak az utóbbi 5-8 évben kezdik felismerni, egyre több informatikai vezető beszél az üzleti igényekről, nem a technológiáról. Egy mérnöki háttérrel rendelkező CIO-nak nehéz ebbe belehelyezkednie.

– **Az csak az érem egyik fele, hogy a CIO segíteni akarja az üzletet, de mennyire lesz ebben partner az üzleti oldal?**

– Annyira lesz partner, amennyire a CIO azzá teszi. Az üzlet is szeretné jobban kiszolgálni az ügyfeleket, de esetleg nem tudják olyan jól megfogalmazni az igényeiket. Az informatikának, a CIO-nak ebben is partnernek kell már lennie: motiválnia kell az üzletet, be kell neki mutatnia azokat a technológiai újdonságokat, lehetőségeket, amelyek előnyére válhatnak. Együtt gondolkodásra, közös munkára van szükség, de még így is hosszú folyamat a megvalósítás.

– **Egy hazai biztosító vagy bank nagy valószínűséggel egy nemzetközi csoport tagja. Mekkora mozgásteret enged ez az informatikai vezetőnek?**

– Be kell látni már, hogy a világ globalizálódik, a nemzetközi cégek pedig arra törekuszenek, hogy a világon mindenütt egységesen magas színvonalú szolgáltatásokat kínáljanak. Ehhez viszont globálisan egységes platformok, rendszerek is szükségesek. El tudom képzelni, hogy vannak CIO-k, akik ezt nehezen emésztik meg, és

meg is értem őket. Mindenki ragaszkodik azokhoz a megoldásokhoz, amelyeket ő fejlesztett és már megszokott, de ezeket el kell engedni, különösen, ha az új jobb. CIO-ként nem gondolkodhatok csak technológiai fejjelem. Azért fizetnek, hogy az ügyfélkiszolgálást minél magasabb színvonalúvá tegyem, és ha ehhez globális rendszereket kell használni, akkor olyat fogok. Arról nem beszélve, hogy a nemzetközi háttérrel, beágyazottságot előnyre is lehet fordítani. A globalizált rendszerek és folyamatok ugyanis sokszor egyszerűbbek és átláthatóbbak, mint a helyben fejlesztettek.

– **Minden CIO-felmérésben felmerül a nehézségek között a munkaerő kérdése. Ön ezt mennyire érzi súlyos problémának?**

– Természetesen óriási kihívás jó informatikust találni. A kiszervezés viszont szerintem jó módja annak, hogy kezeljem ezt a problémát. Minden informatikai tevékenységet ki lehet szervezni, amely nem tartozik közvetlenül az üzleti igények támogatásához. Ha pedig kiszervezem mondjuk a kódolási feladatokat, akkor már nem az én problémám lesz, hogy jó programozót találjak, hanem a partneré; az én dolgom az, hogy megbízható partnert találjak.

Sok CIO ráadásul azt a hibát is elköveti, hogy csak tapasztalt szakembereket akar felvenni. Én kifejezetten szeretek kezdőkkel dolgozni. Nincsenek még beidegződéseik, könnyen a magukévá teszik a nálunk elvárt munkastilust. A fiatal kollégák kreativitása és fogékonysága az újdonságok iránt ráadásul jót tesz az egész csapat teljesítményének. Persze, a fiatalok egy része elmegy, ami nem is baj, mert az egészséges fluktuáció gondoskodik arról, hogy mindig új szemlélet jöjjön a szervezetbe. De akik itt maradnak, azokból hosszabb távon igazán elkötelezett kollégák és vezetők válhatnak.

Schopp Attila

## AZ ÉV HONLAPJA 2020



Magyarország legnagyobb online marketingkommunikációs pályázata

# Közönségsvavazás!

## Szavazz kedvencedre, hogy elnyerje a Közönségdíjat!

Határidő: 2020. november 26.

[www.azevhonlapja.hu](http://www.azevhonlapja.hu)

Kiemelt partnerek:

**Ferling**

**IT**

**Haszon**

**MÉDIAPIAC**.com

**marketinginfo**  
marketing tudásportál

**PP**

PP KONFERENCIAKÖZPONT

**animációsfilm**  
KÉSZÍTÉS

**WEBGALAMB**

**PRIM**  
online

**ADVERTICUM**

**MAGYAR MARKETING SZÖVETSÉG**

**trafik tv**  
A DIGITÁLIS TRAFIKOS!

**MAGYAR MARKETING SZÖVETSÉG**

**manta**  
digitál marketing

Támogatók:

**innotéka**

**IVSZ** SZÖVETSÉG A DIGITÁLIS GAZDASÁGÉRT

**NONPROFIT.HU**

**REKLÁMSZÜNET**

**MAGYAR PUBLIC RELATIONS SZÖVETSÉG**

**ON BRANDS**

**DIMSZ**  
Az Adatvezérelt Marketing Szövetség