



A lean, mean banking machine

Sinds 2011 zijn alleen al in Nederland zo'n 40 duizend bank-employees weggedigitaliseerd. En nu investeren de banken niet langer in mensen of stenen, maar in fintech, een jekwoord voor bancaire IT. Een technologie die banken in staat stelt om razendsnel en superefficiënt de meest complexe kredietaanvragen te beoordelen. Net als centralisatie en kostenverlaging broodnodig om als bank te kunnen overleven. Dat is duidelijk geworden na de strenge regelgeving die alle overheden hebben ingevoerd, als wisselgeld voor de miljardensteun aan banken in de crisis.

De zakelijke klant die op eigen kracht de economische malaise heeft overleefd, wacht een nachtmerrie als hij met een perfect onderbouwde kredietaanvraag bij zijn huisbankier aanklopt. Van enige besluitvaardigheid geen spoor meer. Zijn ervaren accountmanager zakelijke markt is vertrokken en zijn jeugdige opvolger laat de oren volledig hangen naar de regeltjes van zijn hoofdkantoor. Zelfs het regiokantoor kan niets meer voor hem doen. Alle kredietaanvragen gaan volledig gedigitaliseerd het systeem in richting Centrale Kredietbeoordeling Commissie. Als alle verplichte velden correct, volledig en binnen de vereiste ratio's zijn ingevuld, heeft de klant snel uitsluitel. En anders is het jammer voor die entrepreneur in de besmette automotive branche - althans, in de ogen van de banken. Want de schoen wringt enorm door een samenloop van omstandigheden: de bank is uitsluitend bezig zichzelf opnieuw uit te vinden, de beslissingsbevoegdheid is gecentraliseerd en het lokale management is doodsbang voor ontslag en te trots om dat allemaal aan de klant uit te leggen. Inmiddels kan die klant er geen touw meer aan vastknopen. Die ziet alleen maar reclamespotjes op tv van hulpvaardige bankiers die hun zaakjes sneller dan het geluid regelen. Als er zo'n grote discrepantie is tussen reclame en werkelijkheid, loert er gevaar. Straks hebben de banken al hun strategische doelstellingen gehaald, maar tegelijkertijd zijn hun eigen credits in rook opgegaan. Terwijl een professionele implementatie van zo'n strategie met behoud van je goede imago en het vertrouwen van je klanten juist cruciaal is. En daar slaan de heren bankiers de plank volledig mis - ze hebben het veel te druk met zichzelf. Nu moeten de captives van de autoproducenten snel lucht geven aan hun klanten voor de toekomst.

33

‘Bankiers hebben het te druk met zichzelf.’

ARJEN DE JONG, VOORMALIG CEO BMW GROUP NEDERLAND,
SENIOR ADVISOR BOYDEN GLOBAL EXECUTIVE SEARCH,
ARJENWDEJONG@GMAIL.COM