



Fakty i mity wokół Providenta

Odcinek I – Koszt pożyczki w Providencie.

Wokół cen pożyczek w Providencie narosło wiele mitów. Niektórzy przyjmują, że skoro firma udziela pożyczki w wysokości 1000 zł a po roku (55 tygodniach) odbiera od klienta 1870 zł, to różnica ta stanowi czysty zarobek dla firmy. Nic bardziej mylnego. Gros tej kwoty przypada na koszty stałe i to takie, które nie występują np. przy kredytach bankowych, a pozostała po odjęciu tych kosztów marża, jest w pełni porównywalna z kalkulacjami rentowności, jaką zakładają inni uczestnicy rynku finansowego.

Provident jest największą w Polsce firmą, która udziela pożyczek gotówkowych spłacanych w domu klienta (z ang. home credit). Jest to model biznesowy całkowicie odmienny od bankowego, a struktura kosztowa takiego produktu fundamentalnie różni się od produktów bankowych, czy kart kredytowych. Z home credit wiążą się koszty, które nie występują przy tradycyjnych produktach bankowych, a które powodują, że cena tego produktu jest wyższa.

Po pierwsze: **obsługa w domu jest opcją dodatkową i dobrowolną**

Provident oferuje pożyczki domowe udzielane w domu, ale spłata pożyczki może być dokonywana albo bezpośrednio na konto firmy bądź za pośrednictwem przedstawiciela. Klient zawsze może wybrać pożyczkę w wersji podstawowej, której koszt jest niższy. To, że jest grupa klientów decydujących się na obsługę przez przedstawiciela nie oznacza, że podejmują oni nieracjonalne decyzje finansowe: wiedzą, że obsługa przedstawiciela gwarantuje niezmienny koszt i większą elastyczność w spłacie, szybkość otrzymania pieniędzy, a także wygodę, co jest szczególnie atrakcyjne dla klientów z mniejszych miejscowości i terenów wiejskich.

Po drugie: **cena obsługi w domu to 1/2 kosztu kuriera**

Nominalnie przedstawiciel odwiedza klienta biorącego typową pożyczkę 55 razy, w rzeczywistości tych wizyt jest zawsze więcej. Obsługa w domu generuje oczywiście dodatkowe koszty dla klienta, ale dzieląc je przez średnią liczbę wizyt są to kwoty dwukrotnie, czy trzykrotnie niższe niż usługi kurierskie.

Po trzecie: **cena za szybkość**

Fakt, że w Providencie na pożyczkę nie czeka się dłużej niż dobę wynika z rozległej sieci sprzedaży. Z firmą współpracuje ponad 8600 przedstawicieli obsługiwanych przez blisko 250 oddziałów i filii na terenie całego kraju. Oznacza to, że klient może zostać obsłużony w ciągu paru godzin od telefonu do Call Centre. Ze wszystkich

naszych badań marketingowych wynika, że szybkość udzielenia pożyczki jest wskazywana jako podstawowa przewaga konkurencyjna Providenta.

Po czwarte: **brak opłat za zwłokę i odsetek karnych przy obsłudze przez przedstawiciela**

Nie stosujemy tak jak inne instytucje finansowe restrykcyjnej polityki spłat i w naszym koszcie uwzględniamy drobne opóźnienia w spłacie pożyczek i większą elastyczność. Oznacza to, że jeżeli przedstawiciel odwiedzi klienta 65 zamiast 55 razy, ten drugi nie płaci za dodatkowe wizyty. Dłuższa spłata generuje natomiast dla firm konkretne koszty, w tym również administracyjne. Klienci cenią sobie to poczucie bezpieczeństwa finansowego wpływające z gwarancji, że ich zadłużenie nie wzrośnie, dlatego też wszystkie koszty są ustalone w momencie podpisania umowy.

Po piąte: **wyższy udział kosztów administracyjnych**

Udzielamy stosunkowo niskich pożyczek – średnia pożyczka w Providencie to nieco ponad 1000 zł. Koszt administrowania pożyczką są dla firm finansowych kosztem stałym, więc w przypadku niższych pożyczek, stanowią wyższy procentowo udział w koszcie pożyczki. Tak niskie pożyczki stanowią dla banków margines działalności kredytowej, które preferują co do zasady, udzielanie pożyczek na wyższą kwotę jako bardziej rentownych. W praktyce zdecydowanie łatwiej jest pożyczyć 10 tysięcy, na które kredytobiorcy nie stać niż 1 tysięcy, którego potrzebuje.

Po szóste: **działamy w obszarze wyższego poziomu ryzyka**

Nie dyskryminujemy osób legitymujących się stałym źródłem przychodu, innym niż umowa o pracę, na czas nieokreślony. Nasi klienci mogą się ubiegać o pożyczkę również w oparciu o dochody z tytułu umowy zlecenia, dzieła, przychodów z działalności gospodarczej, czy emerytury.

Po siódme: **nie prowadzimy działalności depozytowej**

Provident nie prowadząc działalności depozytowej w końcowej cenie produktu, musi także skalkulować koszt pozyskania kapitału, który jest wyższy niż np. dla banków wypłata odsetek z tytułu lokat terminowych.

Zadowolony klient dzwoni wiele razy



Maciej Skuz, kierownik ds. Relacji z klientem w dziale marketingu

Jest odpowiedzialny za tworzenie strategii zarządzania relacjami z klientami firmy oraz za podział i rozwój produktów w celu utrzymania i wzmocnienia relacji firmy z jej klientami.

Ile osób dziennie kontaktuje się z Providentem?

Każdego dnia odbieramy 2500 tysięcy telefonów, sms-ów i zgłoszeń internetowych od naszych obecnych lub potencjalnych klientów.

A jak długo poczeka potencjalny klient na pożyczkę?

Krótko. Przedstawiciel kontaktuje się z klientem w ciągu 24 godzin od otrzymania od niego zgłoszenia o chęci skorzystania z naszych usług. Oczywiście o tym, czy klient pożyczkę otrzyma zadecyduje pozytywna ocena jego zdolności kredytowej, ale ważne, że te wszystkie informacje zwrótne docierają do klienta w ciągu doby, najdalej dwóch, przy czym wstępna oferta przedstawiana jest mu już w trakcie rozmowy telefonicznej z pracownikiem Call Center.

Jak wygląda przykładowy kontakt z klientem?

Zazwyczaj, klient po zobaczeniu reklamy zgłasza się do nas telefonicznie, sms-owo lub za pośrednictwem formularza na stronie internetowej. W trakcie pierwszej rozmowy z pracownikiem z Call Centre weryfikowane są oczekiwania klienta oraz jego możliwości uzyskania pożyczki, np. czy nie jest w trakcie procesu windykacyjnego. Jeżeli weryfikacja przebiegnie pozytywnie wówczas generowana jest informacja, która trafia do przedstawiciela ob-

sługującego klientów z terenu zamieszkania potencjalnego klienta. Następnie przedstawiciel kontaktuje się z klientem i jeżeli klient, podtrzyma zainteresowanie ofertą, umawiany jest na spotkanie.

Czy jesteśmy już krajem gdzie klient jest w centrum uwagi?

W Polsce nadal uczymy się budowania relacji z klientami. Mam wrażenie, że dla polskich marketerów w dalszym ciągu najważniejszy jest produkt. Akcje sprzedażowe budowane są na zasadzie „sprzedajmy produkt”, a nie „zwiększajmy lojalność naszych klientów”. Na szczęście to powoli się zmienia, bo prawie wszyscy już wiedzą, że zadowolony klient dzwoni wiele razy.

A w jaki sposób Provident zamierza zwiększać lojalność swoich klientów?

Chcemy budować przekonanie klienta, że znajduje się on w centrum naszego zainteresowania. Naszym klientom staramy się przedstawiać oferty, które są dopasowane do ich potrzeb i możliwości, które w dodatku trafiają do niego w najbardziej odpowiednim czasie i przy wykorzystaniu preferowanych przez nich kanałów komunikacji. Sama komunikacja pod względem treści również powinna być dopasowana do charakterystyki jej odbiorców. Takie działania mają nie tylko podnosić satysfakcję klientów, ale również podnosić efektywność kosztową naszych działań.

Jeżeli chcesz dowiedzieć się więcej od naszego eksperta skontaktuj się z nami: biuroprasowe@provident.pl lub bezpośrednio Maciej Skuz@provident.pl

Działalność społeczna

Provident ogłosi konkurs dla organizacji pozarządowych



Program edukacji finansowej Providenta zmienia formułę. W piątej edycji Akademii Rodzinnych Finansów partnerami programu zostaną organizacje pozarządowe, które, po przeszkoleniu przez ekspertów Akademii, poprowadzą warsztaty dla kobiet i ich rodzin.

Przez nawiązanie współpracy z organizacjami pozarządowymi Akademia Rodzinnych Finansów ma szansę lepiej dotrzeć do mieszkańców mniejszych miejscowości, którzy mają ograniczony dostęp do wiedzy i nowoczesnych narzędzi pomocnych w zarządzaniu domowym budżetem

Partnerzy Akademii Rodzinnych Finansów zostaną wyłonieni w drodze konkursu „Edukacja finansowa dla społeczności lokalnych”. Wybrane organizacje przeprowadzą łącznie 25 szkoleń dotyczących zarządzania finansami. W ramach partnerstwa z Akademią Rodzinnych Finansów wybrani Partnerzy zostaną przeszkoleni przez niezależnych ekspertów oraz otrzymają niezbędne materiały merytoryczne, co zagwarantuje im uzyskanie wiedzy potrzebnej do przeprowadzenia szkolenia. Wyłonione w konkursie NGO-sy za przeprowadzenie szkoleń otrzymają grant w wysokości 5000 zł na działalność statutową organizacji.

„Pozyskanie jako partnerów programu lokalnych organizacji pozarządowych pozwoli nam na dotarcie z Akademią Rodzinnych Finansów

do tych społeczności lokalnych, które faktycznie potrzebują i chcą poszerzyć swoją wiedzę na temat finansów. Wierzymy, że dzieląc się naszym doświadczeniem i pogłębiając współpracę z organizacjami pozarządowymi, wzbogacimy nasz program oraz przyczynimy się do zwiększenia jego skali oraz atrakcyjności dla naszych odbiorców” – powiedział Piotr Janiszewski, koordynator programu w Provident Polska.

Konkurs zostanie ogłoszony 1 marca 2011 roku na stronie www.arf.edu.pl. Lista finalistów Konkursu zostanie ogłoszona do 30 kwietnia.

Eksperci Akademii od 4 lat prowadzą działania edukacyjne, których celem jest zmiana nawyków gospodarowania domowymi finansami. Tylko w 2010 roku 1135 osób wzięło udział w 20 bezpłatnych warsztatach edukacyjnych w całej Polsce, a od początku istnienia programu ponad 1700 osób przekonało się, że można i warto zarządzać domowym budżetem.

Provident dla studentów

Provident Polska przeprowadził w 2010 roku 11 wykładów i warsztatów dla studentów w całej Polsce. Na spotkania przybyło ponad 300 uczestników. W tym roku firma planuje przeprowadzić kolejne 10 wykładów na największych uczelniach w Polsce. Eksperti Providenta byli również aktywni podczas Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości.

Wszystko to w ramach „Kultury dzielenia się wiedzą” – cyklu wykładów menedżerów Providenta realizowanych od kilku lat na najważniejszych uczelniach w Polsce. Studenci mogą dzięki nim nie tylko zyskać praktyczną wiedzę, ale poznać też najlepszych pracowników firmy oraz standardy pracy panujące w międzynarodowej korporacji.

Praktycy firmy prowadzą prezentacje z takich dziedzin jak: zarządzanie zasobami ludzkimi, marketing, komunikacja wewnętrzna, strategia biznesu, public relations, szkolenia i społeczna odpowiedzialności biznesu (CSR).

W 2010 roku wykłady odbyły się na 6 uczelniach – Politechnice Białostockiej, Uniwersytecie Łódzkim, w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie, na Uniwersytecie Warszawskim, Uczelni Łazarskiego oraz Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu.

Podczas tegorocznej edycji studenci mogli się dowiedzieć m.in. jak tworzyć strategię firmy, na co zwrócić uwagę przygotowując kampanię marketingową, czy jak dobrze przygotować się do rozmowy rekrutacyjnej.

„Już ponad cztery lata Uczelnia Łazarskiego współpracuje z Providentem w ramach projektu Kultura Dzielenia się Wiedzą. Te spotkania są dla naszych studentów okazją do sprawdzenia i ugruntowania wiedzy zdobywanej podczas studiów, a także inspiracją do poszukiwań własnej ścieżki kariery. Konkretnie przykłady nawiązujące do przypadków z biznesowego życia działów PR, HR firmy to



eksperska wiedza w czystej postaci.” – mówi Aga Zarzycka, Dyrektor Działu Praktyk i Karier, Uczelni Łazarskiego – „O tym, że studenci Uczelni Łazarskiego cenią właśnie taką formę zajęć i proponowany przez Providenta sposób dzielenia się wiedzą, świadczy wysoka frekwencja za każdym razem, gdy Firma gości u nas, choć spotkania te nie są dla studentów obowiązkowe” – dodaje.

W 2010 roku Provident po raz trzeci prowadził wykłady w ramach Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości, międzynarodowego wydarzenia, które ma na celu przybliżanie wiedzy o przedsiębiorczości oraz promocję działalności gospodarczej wśród młodych ludzi w 100 krajach na Świecie.

We wszystkich wykładach Providenta uczestniczyło do tej pory ponad 940 studentów. Łącznie przeprowadzono 52 wykłady na 14 najważniejszych uczelniach w całej Polsce m.in. na Uniwersytecie Jagiellońskim, Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytecie Warszawskim oraz Uniwersytecie Wrocławskim.