



FAKTY I MITY wokół Providenta

Odcinek II – Kim są klienci Providenta?

Przez kilkanaście lat funkcjonowania firmy wokół Providenta narodziło się wiele mitów. Niektórzy twierdzą, że w Providencie pożyczki biorą głównie emeryci, osoby które nie lubią banków albo nie potrafią wyszukać atrakcyjnej oferty w Internecie. Przyjrzyjmy się dokładniej, co statystyki mówią o naszych klientach. Ile mają lat, czy posiadają dzieci, jak korzystają z produktów finansowych?

Klienci Providenta to głównie emeryci?

MIT. Grupą, która najliczniej korzysta z usług Provident Polska są osoby w wieku 45-60 lat. Stanowią one 37% naszych klientów. Na drugim miejscu są klienci w wieku 36-45 (33%), potem jest grupa tzw. młodych dorosłych 16%, a emeryci, czyli osoby powyżej 61 roku życia są dopiero na czwartej, ostatniej pozycji (14%).

Wśród klientów Provident nie ma osób ze średnim i wyższym wykształceniem?

MIT. Klienci ze średnim i wyższym wykształceniem stanowią blisko 40% całej grupy klientów.

Pożyczki w Providencie biorą głównie kobiety?

FAKT. 63% umów o pożyczkę podpisywanych jest przez klientki. Nie jest to jednak zaskoczenie, bo według ostatnich badań robionych na zlecenie Akademii Rodzinnych Finansów przeprowadzonych przez SMG/KRC budżetem domowym w Polsce zarządzają głównie kobiety (67%), stąd też i decyzje o zaciągnięciu pożyczki podejmowane są głównie przez kobiety

Klienci Providenta mają dużo dzieci?

MIT. I tu ogromne zaskoczenie – aż 59% osób biorących pożyczki w Providencie w ogóle nie ma dzieci. Są to np. single, albo tzw. młodzi dorośli, już zarabiający, ale często jeszcze mieszkający z rodzicami, bezdzielne małżeństwa, a także emeryci. Dzieci ma 41% naszych klientów z czego: 19% klientów ma jedno dziecko, 13% dwójkę, a tylko 9% – trójkę lub więcej dzieci.

Klienci Providenta nie mają konta w banku?

MIT. 63% klientów ma konto w banku

Klienci Providenta nie korzystają z innych produktów finansowych?

MIT. Blisko 2/3 klientów korzysta z innych produktów finansowych m.in.: 21% korzysta z debetu w rachunku, 19% z kart kredytowych, 20% kart sprzedaży ratalnej.

Klienci nie korzystają z Internetu?

MIT. Ponad połowa klientów Providenta ma dostęp do Internetu (54%), a co czwarty aktywnie kupuje w sieci (24%). Według badań firmy PwC dostęp do Internetu dla całej populacji na koniec 2010 roku wynosił 63%.



Polski rynek przeszedł wielką transformację.



**John Harnett,
Dyrektor Zarządzający**

Wykorzystano fragmenty wywiadu z Johnem Harnettem, przeprowadzonego przez Tomasza Jaroszka z Bankier.pl przy okazji Europejskiego Kongresu Finansowego w Sopocie

(więcej info: <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Gosc-John-Harnett-International-Personal-Finance-2355930.html>).

W Polsce rynek pozabankowy jest nadal w fazie rozwoju. Krótkowzroczne strategie niektórych firm nierzadko psują rynek i opinię o całym sektorze – tłumaczy John Harnett, Dyrektor Zarządzający International Personal Finance plc.

Tomasz Jaroszek: Jaką rolę odgrywa rynek pozabankowy? Czy w skali międzynarodowej jest traktowany jako alternatywa dla banków czy alternatywa dla tych, którym bank już pożyczek nie udzieli?

John Harnett: W pierwszym rzędzie, o atrakcyjności tego typu usług decyduje szybkość. Jeżeli Kowalski może liczyć na pieniądze w ciągu 24 godzin, to zaspokaja to jego potrzebę finansową. Druga, równie ważna funkcja rynku pozabankowego to stosunkowo niskie kwoty udzielanych pożyczek. Paradoks polega na tym, że klientowi może być łatwiej otrzymać w banku kredyt w wysokości 20 tys. niż 2 tysięcy, które są potrzebne, żeby np. opłacić wyjazd dzieci na kolonie. I wtedy przychodzi po taką pożyczkę do instytucji finansowej, a nie do banku. W przypadku pożyczek typu home credit, czyli spłacanych w domu klienta dochodzi jeszcze tzw. czynnik ludzki. Klienci, bez względu na to co kupują, zawsze wolą kontakt z drugim człowiekiem, a nie np. z automatycznym call centre. W przypadku usług finansowych jest to szczególnie ważne. Doradca będący w stałym kontakcie z klientem, bardzo dobrze zna jego sytuację. W przypadku przejściowych problemów ze spłatą pożyczki pomaga je rozwiązać.

Paradoks polega na tym, że klientowi może być łatwiej otrzymać w banku kredyt w wysokości 20 tys. niż 2 tysięcy, które są potrzebne, żeby np. opłacić wyjazd dzieci na kolonie.

Jak wygląda ryzyko działalności pozabankowej?

Przed kryzysem gospodarczym niektóre banki brały na siebie zbyt duże ryzyko sprzedając kredyty swoim zadłużonym klientom, co było niezgodne z ideą odpowiedzialnego pożyczania. (...) Bardzo poważnie podchodzimy do udzielania pożyczek w sposób odpowiedzialny. Chciałbym także podkreślić, że nasi przedstawiciele są wy-

nagradzani za raty zebrane od naszych klientów, a nie za udzielanie pożyczek, w związku z czym nie są zachęceni do sprzedaży pożyczek osobom, które mogą ich nie spłacić. Zarówno rynek bankowy, jak i pozabankowy korzysta w gruncie rzeczy z bardzo zbliżonych narzędzi w poszukiwaniu tego złotego środka. W Grupie International Personal Finance pracujemy w oparciu o zalecenia dwóch głównych systemów scoringowych: systemu aplikacyjnego, w przypadku nowego klienta, oraz behawioralnego dla aktualnych klientów. Parametry oceny i kwalifikacja punktowa klienta odbywa się na podstawie wskaźników stosowanych powszechnie na rynku finansowym. Jednak naszą główną przewagę nad konkurencją stanowi fakt, że każda ocena zdolności kredytowej jest przeprowadzana indywidualnie z każdym klientem w jego domu w oparciu o ocenę systemów scoringowych. Takie wyjątkowe podejście umożliwia nam zrozumienie sytuacji klienta. W roku 2010 w ramach Grupy IPF wykonano 120,000,000 wizyt domowych. Ostateczna decyzja w sprawie udzielenia pożyczki podejmowana jest przez kierowników po rozważeniu rekomendacji systemu scoringowego oraz informacji pozyskanych przez przedstawiciela. Przez kilkanaście lat funkcjonowania na polskim rynku zgromadziliśmy wielomilionowe bazy danych o naszych klientach dzięki czemu posiadamy unikalną wiedzę.

Jednak naszą główną przewagę nad konkurencją stanowi fakt, że każda ocena zdolności kredytowej jest przeprowadzana indywidualnie z każdym klientem w jego domu w oparciu o ocenę systemów scoringowych.

Jaki jest wpływ Dyrektywy o Kredycie Konsumenckim na rynek?

Generalnie uważamy, że jest to bardzo potrzebna regulacja, szczególnie z perspektywy klienta. Ustawa zapewni mu np. prawo do rzetelnej i pełnej informacji o produktach finansowych, z których chce skorzystać. Miejmy nadzieję, że era umów sporządzanych drobnym drukiem i „gwiazdkach” odejdzie już na dobre do lamusa. Provident patrzył w przyszłość, a wiele z rozwiązań pro-klienckich wdrożyliśmy na długo przed wprowadzeniem Dyrektywy. Od 2010 roku funkcjonuje w firmie Karta Klienta, która ma na celu dostarczenie klientowi przejrzystej informacji o ich prawach i obowiązkach związanych z podpisaniem umowy o pożyczkę gotówkową.

John Harnett, Dyrektor Zarządzający, (1.55)

John Harnett dołączył do Zarządu International Personal Finance plc w 2007 roku jako Główny Dyrektor Operacyjny (COO). Wcześniej John Harnett pracował na stanowisku Dyrektora Finansowego w Holliday Chemical Holdings plc oraz w Allied Colloids plc

Na wakacje wybierze się co trzeci Polak o średnich i niższych dochodach

Provident rozpoczął cykliczne badania ankietowe „Barometr Providenta”, które mają pozwolić na lepsze zrozumienie zachowań i decyzji finansowych Polaków. Badanie przeprowadzane jest na reprezentatywnej grupie klientów firmy za pomocą ankiet telefonicznych. W pierwszym badaniu klienci byli pytani: czy, dokąd i za ile planują pojechać w tym roku na wakacje.

Provident obsługuje aktualnie 782 tysiące klientów w całej Polsce, a grupa potencjalnych klientów szacowana jest na kilkanaście milionów Polaków. Wyniki tego badania pokazują więc prawidłowości i zachowania, które mogą być charakterystyczne dla Polaków o średnich i niższych dochodach. Badanie zostało przeprowadzone na reprezentatywnej grupie 427 klientów Provident Polska. Osoby ze średnim i wyższym wykształceniem stanowiły 44% ankietowanych, z zawodowym i podstawowym 54%. W ankiecie mieszkańcy wsi stanowili 28%, małych miast do 50 tysięcy mieszkańców – 37%, a miast powyżej 100 tysięcy – 35%.

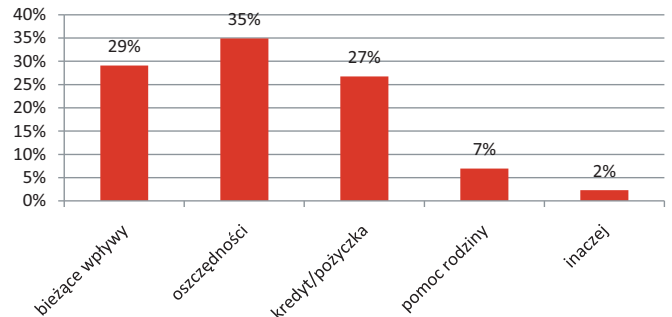
35% klientów Providenta planujących wyjazd na wakacje sfinansuje go z oszczędności. Trochę mniej, bo 29% ankietowanych, urlop opłaci z bieżących wpływów. 27% badanych zdecyduje się na wzięcie pożyczki w celu sfinansowania wakacji. Tylko 7% zamierza skorzystać z pomocy finansowej rodziny i najbliższych. 76% wszystkich ankietowanych nie planuje specjalnych wydatków na urlop.

Wśród osób, które zdecydowały się na wakacje, 41% respondentów przeznaczy na nie powyżej 1800 zł. 17% ankietowanych planuje poświęcić na ten cel od 600 do 1200 zł. Aż 16% nie potrafi odpowiedzieć, ile pieniędzy przeznaczy na urlop. 9% ankietowanych za-

Blisko co trzeci ankietowany przez Providenta klient już wie, że w tym roku na pewno pojedzie na wakacje (30%). Około 65% na urlop się nie wybiera, a tylko 5% jeszcze nie ma sprecyzowanych planów. Zdecydowanie bardziej zainteresowane wakacjami są osoby mające dzieci w wieku szkolnym – w tej grupie odsetek planujących wyjazd dla dzieci wynosi 50%. Tak wynika z badań przeprowadzonych przez Provident Polska na grupie 427 klientów.

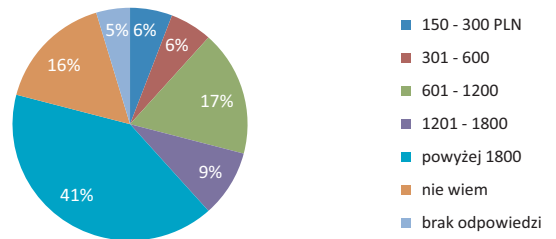
Skąd weźmiemy na to pieniądze?

Jak sfinansuje Pan(i) wakacje?



Ile wydamy na wakacje?

Jaką kwotę planuje Pan(i) wydać na urlop i wakacje?



deklarowało, że wyda na wakacje od 1200 do 1800 zł. 12% planuje wydatki poniżej 600 zł.

Ponad połowa ankietowanych nie posiada dzieci w wieku szkolnym, ale równo połowa tych którzy je mają zadeklarowało, że zaplanowała dla nich wyjazd wakacyjny.

Działalność społeczna

V edycja programu Akademii Rodzinnych Finansów w nowej odsłonie. Provident stawia na współpracę z NGO-sami

Po czterech latach prowadzenia programu „Akademii Rodzinnych Finansów” własnymi siłami, Provident postanowił zmienić formułę i rozpoczął realizację warsztatów edukacji finansowej we współpracy z organizacjami pozarządowymi. Dzięki nim uda się dotrzeć do mniejszych miejscowości i środowisk, dla których ta edukacja jest szczególnie potrzebna.



Partnerskie organizacje pozarządowe zostały wyłonione w drodze konkursu „Edukacja finansowa dla społeczności lokalnych”. Kapituła, spośród 23 nadesłanych zgłoszeń, przyznała granty w wysokości 5000 zł dla sześciu organizacji, które wykazały się największym doświadczeniem oraz potencjałem w realizowaniu projektów edukacyjnych dla społeczności lokalnych.

Partnerskie organizacje pozarządowe, które realizują od bieżącego roku warsztaty „Z kobietami o finansach” w ramach V edycji Akademii Rodzinnych Finansów to:

1. **Opinogórskie Stowarzyszenie Inicjatyw Społecznych** (woj. mazowieckie) – podejmuje działania na rzecz osób narażonych na wykluczenie społeczne ze szczególnym uwzględnieniem osób ubogich oraz niepełnosprawnych.

2. **Fundacja Pomocy Dzieciom i Młodzieży „Barka”** (woj. podkarpackie) – skupia się głównie na realizacji edukacji w sferze rozwoju kompetencji osobistych i społecznych, rozwój umiejętności informatycznych, innowacyjnego zachęcania dzieci i młodzieży do poszerzania wiedzy z zakresu nauk ścisłych.

3. **Fundacja „Koliber”** (woj. dolnośląskie) – wspiera rozwój wspólnot i społeczności lokalnych oraz przeciwdziała wykluczeniu społecznemu.

4. **Liga Kobiet Polskich Oddział Terenowy w Elblągu** (woj. warmińsko-mazurskie) – działa na rzecz równouprawnienia kobiet w życiu społecznym, zawodowym i politycznym.

5. **Stowarzyszenie Aktywnej Pomocy Rodzinie „Alternatywa”** (woj. opolskie) – przeciwdziała wykluczeniu społecznemu i marginalizacji osób uzależnionych od narkotyków, niepełnosprawnych oraz bezdomnych.

6. **Fundacja „Nadzieja dla Rodzin”** (woj. kujawsko-pomorskie) – skupia się na pomocy rodzinom w trudnej sytuacji życiowej.