



RODZIMY FINTECH KREUJE ZMIANY O ŚWIATOWYM ZASIĘGU

Weronika Podhorecka 🇵🇱

Sektor bankowy w Polsce jest uznawany za jeden z najnowocześniejszych na świecie. W segmencie usług finansowych ten trend ma szansę rozszerzyć się o leasing. Polski fintech poprzez digitalizację zmienił całkowicie formułę usługi leasingowej w aspekcie produktowym, operacyjnym i dystrybucyjnym.

Od dekad usługa leasingowa rozwija się i ewoluuje wokół sektora automotive, obejmując maszyny, linie technologiczne, sprzęt ciężki oraz w niewielkim stopniu nieruchomości. Model biznesowy firm leasingowych opiera się właściwie na jednym produkcie, co w odróżnieniu od innych instytucji finansowych, które są multiprojektowe – jak banki czy ubezpieczyciele – stawia rozwój

leasingodawców pod presją niskich cen i finansowania jak najwyższych wartości transakcyjnych. Z tego powodu finansowanie zakupów o wartościach poniżej 20 tysięcy złotych nie jest dostępne w bankowych firmach leasingowych.

Poza problemem transakcji o niskiej wartości istnieje także trudność z finansowaniem sprzętu o wszechstronnej charakterystyce, co w znacznym stopniu

odcina wiele środków trwałych od leasingu na rzecz pożyczek oraz kredytów. Z jednej strony firmy leasingowe potrzebują rozproszonego portfela z dużą liczbą klientów, a z drugiej poprzez poruszanie się w utrwalonych schematach procesowych i produktowych nie uczestniczą w walce o masowy rynek. Trudno sobie wyobrazić zakup komputera, smartfona, sprzętu AGD, roweru, oprogramowania, elektronarzędzi i wszelkiego rodzaju wyposażenia aż po instrumenty muzyczne finansowany w takiej formule jak samochód.

LeaseLink jest pierwszym fintechem w Polsce działającym w branży leasingowej, którego unikalny model biznesowy wskazuje kierunek dokonującej się zmiany w tej branży nie tylko w Europie, ale także na świecie. Model biznesowy spółka oparła na elementach całkowicie przeciwnych do trendów, w których poruszają się wszyscy inni uczestnicy tego rynku. Podejmując wyzwanie, jakim jest zbudowanie i oferowanie usługi w kontrze do utrwalonych schematów, fintech stał się leasingodawcą z wyjątkową usługą finansowania przedmiotów, wyłączając samochody, o wartości 1–50 tysięcy złotych, dzięki czemu buduje portfel na masową skalę. Konsekwencją tej drogi stał się też fakt, że LeaseLink nie uczestniczy w wojnie cenowej i pomimo jednoproduktowej oferty realizuje transakcje przewyższające rentownością te, do których jest już przyzwyczajona branża.

Proces = produkt

Założyciele LeaseLinku, bazując na blisko 20-letnim doświadczeniu w branży leasingowej, sprowadzili prace nad produktem do procesu i doświadczenia klienta. Chodziło o to, aby produktem nie był leasing jako usługa finansowania, a sposób jego zawierania. Dzięki takiemu podejściu udało się uniknąć pułapki, jaką jest zbyt duża koncentracja na założeniach i celach produktowych z ostatecznym finałem operacyjnym

nakierowanym do wewnątrz na organizację, a nie na klienta. To właśnie doświadczenie klienta zmotywowało twórców fintechu do całkowitego prze-definiowania produktu leasingowego na metodę płatności. Formuła metody płatności jednoznacznie odcina usługę LeaseLinku od powszechnie stosowanego modelu procesowania opartego na wnioskach, dokumentach i offlinowej weryfikacji klienta. W autorskiej aplikacji klient płacący leaseLinkiem załatwia wszelkie formalności online w kilku prostych krokach, uzupełniając tylko podstawowe dane. Całość procedury jest zautomatyzowana i trwa zaledwie kilkanaście minut – od wyboru oferty poprzez decyzję kredytową aż po akceptację umowy. Absolutnym novum w tej branży jest też dostępność usługi, która zaspokaja potrzebę klienta w dowolnym miejscu, a także o dowolnej godzinie w ciągu doby, przez wszystkie dni w roku.

Warszawski fintech poprzez digitalizację procesu i koncentrację na doświadczeniu klienta wyeliminował zbędne procedury. Przeniesienie manualnych czynności wykonywanych zwykle przez pracowników ryzyka i back office do nowoczesnej aplikacji przyczyniło się nie tylko do automatyzacji i szybkości procesu, ale też znacznie go zoptymalizowało pod względem kosztowym. Ponadto otworzyło usługę leasingu na masowe transakcje, idealnie wpasowując się w charakterystykę i oczekiwania mikro-, małych i średnich przedsiębiorców, którzy poza samochodami realizują także inne potrzeby zakupowe.

Sprzedaż usługi poprzez link

Transformacja usługi leasingu do wersji cyfrowej w wykonaniu LeaseLink objęła, poza samym produktem, sposób pozyskiwania klientów oraz obsługę sprzedażową. Głównym elementem strategii dystrybucji fintechu jest oferowanie produktów w procesie

LeaseLink stał się leasingodawcą z wyjątkową usługą finansowania przedmiotów, wyłączając samochody, o wartości 1–50 tysięcy złotych, dzięki czemu buduje portfel na masową skalę.

zakupowym klientów i zaspokojenie ich impulsowych potrzeb „tu i teraz”. Kluczowe działania koncentrują się zatem na pozyskiwaniu partnerów i budowie jak najbardziej rozległej sieci merczantów¹, a nie bezpośrednim pozyskiwaniu klientów. Dzięki takiemu podejściu transakcje w skali masowej są pozyskiwane z pominięciem handlowców, a sprzedaż sprowadza się do samoobsługi poprzez aplikację opartą na sztucznej inteligencji. Merczant w bardzo prosty i nieangażujący go sposób udostępnia link, a klient w dowolnym miejscu oraz czasie konfiguruje ofertę i realizuje proces leasingowy w aplikacji LeaseLink.

Dystrybucja fintechu odbywa się poprzez multkanałową sieć partnerów zbudowaną na niespotykaną, jak na tę branżę, skalę. Dzięki integracji z e-sklepami jest to metoda płatności dostępna w koszyku zakupów, będąca alternatywą dla przelewów, kart kredytowych i pay-by-linków. W sektorze e-commerce jest to zresztą jedyna dostępna forma płatności dla firm (B2B). Logika aplikacji pozwala także wykorzystywać tę formę płatności w punktach stacjonarnych. Specjalnie dostosowana ścieżka procesowa umożliwia dostawcy rozliczenie sprzedaży w ciągu kilku minut i natychmiastowe wydanie zakupów klientowi-przedsiębiorcy. W odróżnieniu od powszechnych praktyk w obsłudze sprzedaży, stosowanych przez wszystkie firmy leasingowe, LeaseLink nie obciąża żadnymi czynnościami

merczantów. Lead sprzedażowy w formie linku jest całkowicie zautomatyzowanym procesem transakcyjnym, który bez udziału handlowców i przenikania ze strukturami leasingodawcy pozwala błyskawicznie inicjować i zakończyć transakcję u dostawcy.

Kolejnym kanałem dystrybucji są programy White Label. W tym obszarze LeaseLink jako jedyna firma leasingowa na świecie umożliwia handlowcom swoich partnerów oferowanie i realizację usługi finansowania na miejscu u klienta (door2door) w ciągu chwili. Fintech zbudował także rozległą sieć kilkuset indywidualnych pośredników sprzedaży i sieciowych, którzy działają w obszarze pośrednictwa finansowego. Płatność leaseLinkiem jest także chętnie wykorzystywana przez franczyzodawców, którzy włączają tę usługę finansowania w programy franczyzowe i tym samym zmniejszają franczyzobiorcom kwotę inwestycji.

Unikalność modelu fintechu została także doceniona przez sektor bankowy. Produkt LeaseLinku jest dystrybuowany już przez sieć oddziałów Raiffeisen Polbank, a dwa kolejne banki są w fazie włączenia tej usługi do swojego portfolio produktów. Wyjątkowy w tej współpracy jest fakt, że banki mające w swoich grupach kapitałowych tradycyjne firmy leasingowe wykorzystują produkty fintechu do rozbudowania oferty skierowanej do klientów mikro-, małych i średnich firm.

1. Merczant – akceptujący płatność od „płacącego”, czyli osoby dokonującej zakupu.