

ING werkt samen met 65 fintechbedrijven

ING wil in de Europese financiële voorhoede blijven spelen. Het innoveert intern zijn producten voortdurend, maar gebruikt steeds vaker beproefde vernieuwingen van andere bedrijven om nog meer tempo te kunnen maken. De bank werkt inmiddels met 65 fintechbedrijven over de hele wereld samen en heeft in tien daarvan een aandelenbelang genomen. Want naast techniek is snelheid waarmee de bank het eigen businessmodel voortdurend aanpast net zo belangrijk om voorin mee te kunnen blijven doen.

Dit zegt chief innovation officer Ignacio Vilar van ING in gesprek met het FD tijdens zijn bezoek aan het congres Money20/20 in Las Vegas. Vilar is sinds een klein halfjaar in die functie en hoofd van de consumentendivisie. Eerder werkte hij in Spanje, Nederland en Polen voor ING.

Nieuwe diensten

De bank bedient in dertien landen de consumentenmarkt. Het idee is om iedere nieuwe dienst in een of enkele landen uit te proberen, om het bij gebleken succes snel in te voeren, in als het even kan alle dertien retaillanden. 'Dat kan omdat de behoeften van consumenten in de verschillende landen erg vaak overeen komen', zegt Vilar.

Met het Amerikaanse fintechbedrijf Kabbage wordt bijvoorbeeld nu in Spanje geëxperimenteerd met 'instant lending', leningen van maximaal € 100.000 aan mkb-bedrijven. 'We zijn daar nog aan het leren', zegt Vilar. 'We werken in het hele bedrijf met de 'net promotor score', dus de klant moet ons een acht of hoger geven, anders gaan we proberen hoe het beter kan en moet. Met dit product merken we dat ook klanten die van ons geen lening krijgen, ons toch een goed cijfer geven, omdat we binnen vijf minuten ja of nee zeggen. Normaal duurt dat in Spanje drie of vier weken.'

Snelkookpan

Uit de eigen 'innovation bootcamps' van de bank — waarin jaarlijks de beste honderd ideeën worden getest — beginnen na drie jaar ook de eerste innovaties vrucht te dragen. 'Tussen Nederland en Spanje kunnen klanten nu via hun mobiel geld overmaken, ook naar mensen die klant zijn van een andere bank. En als vervolg daarop kunnen mensen in Spanje nu op 3500 plaatsen gratis geld opnemen, bijvoorbeeld 24/7 bij benzinstations. Het benzinstation krijgt er klanten door en een kleine vergoeding per opname.'

Het evangelie volgens Vilar is de 35 miljoen klanten van begin tot eind centraal stellen. 'Vroeger kwam hij bij ons voor een hypotheek, nu willen en kunnen we hem ook het hele proces dat daaraan voorafgaat, en dat daarop volgt, helpen en adviseren. We zijn een platform dat 35 miljoen klanten in hun smartphone in hun zak hebben. We hebben twee miljard keer per jaar contact met onze klanten, dus het verkeer naar het platform is er al, en we hebben als bank het vertrouwen van de consument. We willen het 'platform of choice' worden, waarop mensen meer kunnen doen dan bankieren.'

Bigtech

Gaat ING dan de concurrentie aan met Amazon en Google? 'Als mensen via onze link bij Amazon kopen, krijgen ze al korting. Als mensen in Spanje via ons naar een Spaanse website gaan voor hun vakantie, krijgen ze korting. Mensen die op vakantie gaan, hebben een speciale verzekering nodig. Dus bieden we die aan', zegt Vilar. 'We zijn het platform voor financiële diensten en in de toekomst zullen we meer en meer connecties hebben met andere platforms die onze klanten gebruiken.'

Privacy

Hoever zijn we dan nog af van dat voor ING zo gevoelige onderwerp: het verkopen of hergebruiken van de financiële data van de klanten? Daar verdienen platforms immers hun geld mee. Het ligt gevoelig omdat een medewerker van de bank het ooit opperde, waarna veel klanten in opstand kwamen. 'Privacy is de kern van ons handelen', zegt Vilar gedecideerd. 'We verkopen die data niet. We willen onze klanten beter begrijpen en ze diensten op maat leveren. Zo gebruiken we de data van onze klanten ten voordele van onze klanten. Als een klant bijvoorbeeld bij de betaalautomaat staat en hij komt 'rood' te staan door geld op te nemen, dan kunnen we hem heel snel een tekstje sturen, want rood staan is duur. Misschien kunnen we iets anders voor hem regelen.'



Door Klaas Broekhuizen

