

Připravujeme plně automatizovaný finanční systém!

Expobank je známa zejména jako investiční banka zaměřená na firemní bankovníctví. Součástí nové strategie je však zvyšování podílu v oblasti digitálního retailového bankovníctví. Na to, jakým směrem se banka nově orientuje, jsme se zeptali Sridhara Cadambiho, člena představenstva Expobank, zodpovědného za oblast bankovních operací, informační bezpečnosti, technologií a finančních služeb.

V rozhovoru s ním jsme se zaměřili nejen na to, jak tato transformace probíhá, ale využili jsme také mezinárodních zkušeností, které Sridhar Cadambi má, a podívali jsme se na rozdíly mezi tuzemským a západním bankovníctvím.

Ve společnosti Expobank CZ odpovídáte za divizi IT. Jaké jsou vaše cíle v nové funkci?

Když to vezmu s odstupem a podívám se na technologie, vnímám je jako bránu k dalším příležitostem. Dnes technologie definují konkurenční pozici společnosti. Nejde již jen o nástroj nutný ke zpracování transakcí. Technologie dávají tržní výhodu. Pokud se podíváme na čísla, internet dnes aktivně používá přes 3,2 miliardy lidí, což je asi 50 procent světové populace. Každý den se také prodají asi 2 miliony chytrých telefonů. To je neuvěřitelné číslo a znamená to, že technologie mění úplně vše. To, jak sledujeme filmy, co jíme, kam cestujeme a také jak vnímáme finance. Když se tedy vrátím k vaší otázce, moje odpověď zní, jak za

použití nových technologií vylepšíme nabídku pro naše klienty a jak klientům usnadníme obchodování s námi. Ve společnosti Expobank CZ jsme v posledních letech příliš neinvestovali do technologií, dnes do nich investujeme mnohem více. V tuto chvíli měníme naše základní bankovní systémy, hledáme konkrétní „front to back“ systémy s vyšší úrovní digitalizace a automatizace. Snažím se tedy zajistit zavádění platformy pro zlepšení zákaznických zkušeností. To je můj cíl.

Co přesně digitalizujete právě teď? Co se ve společnosti Expobank CZ mění?

Usilujeme o plně automatizovaný, komplexní finanční systém. V loňském roce jsme zavedli on-line bankovní platformu, jejímž prostřednictvím se naši zákazníci mohou přihlašovat hned k několika partnerům v oblasti finančních technologií. Pro nás tato nová platforma představuje určitou bránu. Klienti se přes ni dostanou ke kryptoměnám, crowdfundingu, mohou investovat do drahých kovů atd. Měníme tedy svůj front-end, ale i back-end.

Pracoval jste v RBS a nyní jste v Expobank CZ, což je naprosto jiná instituce. Jaké jsou hlavní rozdíly ve vaší nové pozici?

Je to úplně jiná liga. Zprvu platí, že RBS je opravdu velká banka, která se pohybuje v úplně jiné oblasti. Expobank CZ je naproti tomu regionální banka, nejspíše jedna z nejmenších v České republice. To vše má své výhody a nevýhody. Mezi nevýhody patří to, že nemáme kriticky důležitou velikost, na druhou stranu jsme ale pružní, nenajdete u nás byrokracii, takže jsme schopni dosahovat výsledků velmi rychle.

Řekl jste, že jde o jinou ligu. Co vás motivovalo ke změně zaměstnavatele?

Částečně to vychází z mé minulosti. Když jsem pracoval v Moskvě, prodali jsme RBS skupině Expobank, takže jsem Expobank celkem dobře poznal. Pak jsem byl v Kazachstánu a i tam jsme prodali RBS skupině Expobank. Takže jsem se s nimi setkal znovu. Zapůsobilo na mě mládí této banky, její snaha udělat dojem, rychle dosáhnout výsledků, ale i její pružnost. Víte, něčeho dosáhnout na tak mimořádně velkém trhu je opravdu těžké.

A co střet kultur? Nemáte problém s tím, že jste pracoval v západní bance a nyní je vaším hlavním akcionářem ruská banka?

V posledních 25 letech jsem pracoval v 10 různých zemích. V regionu střední a východní Evropy, v západní Evropě, na Středním východě, v Londýně i v Rusku. Jsem z Indie, takže reprezentuji mix několika zemí. Adaptace na různé kultury je pro mě tedy celkem přirozená. Naučil jsem se respektu ke kulturám, přizpůsobuji se jim a integruji se do nich. To je opravdu velké plus. A nejsem výjimkou. V bance máme lidi z celého světa a podle mě je to naše velká výhoda. Když máte dostatečnou diverzitu, je to mnohem efektivnější než homogenní masa lidí. Protože si tak zajistíte i diverzitu názorů. A získáte tak různorodé obchodní pohledy, což je velmi zdravé. Díky tomu je obchod mnohem ziskovější.

”

Když jsem pracoval ve Velké Británii, sedělo u jednoho stolu více národností s různými přízvuky a všichni jsme výborně spolupracovali.

