

RAPORT

KANTORY ONLINE

WYMIANA WALUTY W INTERNECIE

Partnerzy

MARKETER+**interia****WP**

Wydawca

interaktywnie.com

05

Zyskaj z e-kantorem. Tylko z którym?

Maciej Rynkiewicz

11

Superbohater w rozwiązaniach fintech, czyli najlepszy kantor internetowy dla Twojej firmy...

Michał Hojowski

20

Wymiana walut w działalności zagranicznej MŚP

Radosław Jarema

24

Rynek internetowych kantorów wart 10 razy tyle co reklama w sieci

Mirosław Bremer

31

Każdy ruch jest dobry, by dotrzeć do klienta. W morzu pożywi się i rekin, i płotka

Barbara Chabior



E-kantory są skazane na sukces. Te, które przetrwają

Są cztery najczęstsze powody konieczności wymiany walut: turystyka, biznes związany z importem-eksportem, praca zagranicą oraz kredyty walutowe. W większości tych przypadków nie ma przeszkód, aby sprzedawać i kupować złote za pośrednictwem internetu. Nie ma przeszkód, a występuje jedna podstawowa korzyść – jest taniej.

Sytuacja w Polsce sprzyja rozwojowi kantorów internetowych. Niezwykła popularność kredytów walutowych oraz umożliwienie spłaty rat w walucie, w której kredyt został zaciągnięty, spowodowała, że na rynku jest rzesza klientów, którzy co miesiąc potrzebują franków szwajcarskich lub euro. Ile można zaoszczędzić kupując walutę w e-kantorze zamiast spłacać ratę w złotych, które bank wymienia po swoim kursie? O tym piszemy w rozdziale pierwszym.

Dzięki atrakcyjnym kursom w kantorach internetowych zyskują przedsiębiorcy, zarówno ci duzi, jak i średni i mali. Jeśli po sfinalizowaniu kontraktu na wymianę waluty w e-kantorze, zamiast w banku, oszczędzają np. 20 proc. to oznacza, że rentowność przedsięwzięcia wzrasta aż o jedną piątą tylko z powodu innego miejsca wymiany waluty. W takich przypadkach zazwyczaj chodzi o większe kwoty, zatem nie tylko w ujęciu procentowym, ale również nominalnie korzyść jest odczuwalna. Jak e-kantory służą biznesowi, można przeczytać w rozdziale drugim.

Jak wygląda i jak będzie się zmieniał rynek kantorów online piszemy w rozdziałach trzecim i czwartym. Ma on ciekawe perspektywy przed sobą. Sprzyjają mu wszystkie cztery czynniki, o których wspomnieliśmy na początku. Dużo i coraz częściej podróżujemy, nasi przedsiębiorcy są aktywni na zagranicznych rynkach, miliony Polaków pracuje za granicą utrzymując swoje rodziny w kraju. Kredytów walutowych co prawda nie przybywa, jednak te już zaciągnięte będą jeszcze spłacane przez dekady. W dodatku temat przyjęcia przez Polskę euro ucichł zupełnie – a to znacznie ograniczyłoby rynek.

Nie oznacza to, że kantory tradycyjne znikną. Będą nam towarzyszyć i długo jeszcze będzie im się dobrze wiodło. Jednak stopniowo muszą oddawać pola e-konkurencji. Jeden z ekspertów zaproszonych przez Interaktywnie.com porównuje zmiany na rynku wymiany walut z tym, co się wydarzyło w zwyczajach opłacania rachunków. Nie aż tak dawno standardowym sposobem było branie gotówki do portfela i marsz do kolejki na Poczcie, gdzie w okienku płaciło się za prąd, gaz, czynsz itp. Teraz to nie do pomyślenia, robimy przelewy w domu przy komputerze lub nawet gdziekolwiek przez smartfona. Dlaczego więc mielibyśmy bez końca chodzić do kantoru z gotówką za pazuchą? W pewnych sytuacjach to nieuniknione, jednak jako mniej praktyczny i mniej bezpieczny sposób będzie w odwrocie. Co jeszcze nie oznacza, że wszystkie e-kantory na tym zyskają. Rynek jest bardzo konkurencyjny i nie każdy na nim przetrwa.

Zapraszamy do lektury, Bartosz Chochołowski



AKCENTA CZ a. s.

Dane kontaktowe

+48 22 208 00 98
www.akcenta.pl
email: info@akcenta.eu

Opis działalności

AKCENTA to międzynarodowa instytucja płatnicza, oferująca obsługę transakcji walutowych dla firm zajmujących się eksportem i importem. Specjalizuje się w wymianie walut, realizacji płatności zagranicznych i transakcjach zabezpieczających kursy walut. AKCENTA działa od ponad 19 lat, obecnie w Czechach, Polsce, Rumunii oraz na Słowacji i Węgrzech.

Wybrani klienci

BRB CEE, Euro Shipping Sp. z o.o, SCANTEX s.c, MJ Group Sp. j., Koester Polska, BUSHI, Top Serwis sp.j.

TOMASZ BONEK MARTA SMAGA Spółka z o.o.

Tomasz Bonek Marta Smaga Sp. z o.o.

Adres

Oławska 17/6 - III piętro
50-123 Wrocław

Dane kontaktowe

www.boneksmaga.pl
kontakt@boneksmaga.pl
+48 71 302 75 35

Opis działalności

Kompleksowo realizujemy projekty internetowe - od strategii, poprzez wdrożenie witryny, do pozyskiwania użytkowników i monetyzacji. Przez 11 lat tworzyliśmy największy serwis biznesowy w polskim internecie. Nasza strategia okazała się sukcesem. Budowaliśmy nie tylko medium, ale przede wszystkim biznes online, który przynosił pokaźne zyski. Doświadczenia zgromadzone w tym czasie to nasze największe know-how. Skorzystaj z nich - zacznij przy swoim projekcie pracować właśnie z nami! Świadczymy także usługi SEO i SEM, public relations, przygotowujemy reklamowe kampanie natywne. Szkolimy, analizujemy rynki, prowadzimy due diligence.



ZYSKAJ Z E-KANTOREM.
TYLKO Z KTÓRYM?



Maciej Rynkiewicz
redaktor Interaktywnie.com

mr@interaktywnie.com



1

Około ośmiu procent kwoty oszczędzają klienci, którzy wymieniają waluty w e-kantorze, zamiast w banku. Przekłada się to na realne oszczędności idące w kilkanaście tysięcy złotych w skali całej umowy kredytowej. Warto skorzystać z tej opcji zwłaszcza, że prawo pozwala na spłatę kredytu w walucie, w której się go zaciągnęło. Innymi słowy, w tej kwestii możemy być niezależni od banków. Czy jednak faktycznie chcemy się od nich uwolnić? Instytucje finansowe niedawno wyciągnęły bardzo ciężkie działa i idą na wojnę z e-kantorami.

W południe 12 maja 2016 roku kurs franka szwajcarskiego podawany przez NBP wynosił równo cztery złote. Przypomnijmy, że to tak zwany kurs średni, czyli znajdujący się pomiędzy ceną sprzedaży, a ceną kupna. Te zawsze odbiegają od ceny średniej, a różnica pomiędzy ceną kupna i sprzedaży nazywana jest spreadem. Dla osoby kupującej walutę najlepiej jest, gdy spread jest jak najmniejszy. W przeciwieństwie do handlarza, który najchętniej kupowałby jak najtaniej, a sprzedawał jak najdrożej.

Niekwestionowanymi liderami w kategorii szerokich spreadów są oczywiście banki. To mistrzowie w naciąganiu klientów na dodatkowe koszty, na przykład kiedy spłacamy kredyt walutowy.

Wróćmy do 12 maja 2016 roku. Zgodnie z danymi NBP, banki sprzedawały wtedy franka szwajcarskiego za 4,0237 zł, a kupowały za 3,9441 zł. Spread wynosił więc około 8 groszy, czyli 2 procent. Oczywiście jest to średnia, która powstała na bazie ofert wielu banków. W niektórych z nich, oferta była nieco mniej atrakcyjna. Na przykład największy w Polsce Bank PKO BP tego dnia za franka życzył sobie 4,1038 zł, a znajdujący się w czołówce ING Bank Śląski 4,1195 zł.

Trzeba też zwrócić uwagę, że taki spread w przypadku banków to raczej nowość. Do sierpnia 2011 roku, czyli kiedy weszła w życie ustawa antyspreadowa, różnica pomiędzy

kursem kupna i sprzedaży często przekraczała kilkanaście procent. Od tego czasu stopniowo i wraz z pojawianiem się kolejnych e-kantorów, banki dochodziły do ludzkich stawek.

Po drugiej stronie rynku są e-kantory, które ścinają spready do granic możliwości. Na przykład serwis Walutomat.pl sprzedawał 12 maja 2016 roku franka za 4,0062 zł, a kupował za 4,0000 zł. Inny – Cinkciarz.pl – kupował za 3,9865 zł, a sprzedawał za 4,0035 zł. W obu przypadkach spread wynosił więc około grosza.

Jeśli więc ktoś zamienił w tym dniu franka na złotego w PKO BP, zamiast w e-kantorze, przepłacił 10 groszy. Niby nic, ale jeśli pomnożymy tę kwotę przez wysokość raty, często sięgającej kilku tysięcy złotych oraz przez czas trwania kredytu, oszczędność robi się naprawdę pokaźna. Weźmy na przykład kredyt, którego miesięczna rata wynosi 500 franków. W ciągu 20 lat trwania umowy, klient zaoszczędzi ponad 11 tysięcy złotych, co oznacza, że w kieszeni zostanie mu prawie sześć rat. Wybór wydaje się więc jasny tym bardziej, że prawo gwarantuje nam możliwość spłaty kredytu w walucie, w której go zaciągnęliśmy.

- Każda wymiana waluty w serwisie internetowej wymiany walut to oszczędność w porównaniu do tradycyjnych sposobów wymiany w banku lub tradycyjnym kantorze. Szacuje się, że nasi klienci oszczędzają do ośmiu procent wymienianej kwoty – mówi Michał Bartos, główny analityk walutowy z ergokantor.pl.

Jak wybrać najlepszy e-kantor

Wybierając najlepszy dla siebie e-kantor nie powinniśmy kierować się przede wszystkim ceną. Owszem, koszty są ważne, jednak spready, które stosują platformy wymiany, są już niemal identyczne. Oprócz tego możemy wpaść w pułapkę, a więc zaoszczędzić na węższych widełkach, ale dopłacić w innym miejscu.

- Nawet jeśli kurs wymiany jest odrobinę gorszy, płatny przelew często zniweluje tę różnicę wielokrotnie. Jeżeli na racie 500 franków zaoszczędzimy na kursie dodatkowy grosz, a różnica w czołówce kantorów wyraża się właśnie w ułamkach grosza, zaoszczędzimy 5 złotych. Tylko co z tego,

REKLAMA

kurencja.com
internetowe produkty walutowe

Kantory | Transfery | Forex | Kryptowaluty

SPRAWDŹ

skoro przelew we frankach do zewnętrznego banku kosztuje przeważnie 10 złotych – mówi Maciej Przygórzewski, główny analityk serwisów Internetowykantor.pl i Walutomat.

Zamiast tego warto skupić się na... wygodzie. - Należy sprawdzić, czy kantor posiada konta w naszym banku. Większość rozliczeń dokonywanych jest przelewami wewnętrznymi, za które nie są pobierane opłaty. Nie bez znaczenia jest też czas. Przelew wewnętrzny będzie na naszym koncie wyraźnie poniżej godziny, za to najtańszy przelew zewnętrzny do 3 dni roboczych – mówi Maciej Przygórzewski.

E-kantory dopieszczają nas szeregiem dodatkowych usług. Większość platform udostępnia mobilne wersje serwisów. Firmy wysyłają automatyczne powiadomienia, jeśli kurs danej waluty spadł poniżej oczekiwanej wartości. Część platform działa 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu, pomimo że rynek forex w weekendy nie pracuje. Można ustawiać zlecenia stałe, polecenia zapłaty, a także wypłacać gotówkę z bankomatu za pomocą SMS-a lub poprzez kartę walutową.

A może jednak w banku?

W biznes e-kantorowy próbują wchodzić banki. To prawdziwy zwrot akcji, zwłaszcza że branża e-kantorów powstała właśnie dzięki instytucjom finansowym. Gdyby nie ich kredyty walutowe oraz szerokie jak rzeka spready, nikomu by do głowy nie przyszło,

żeby kupować franki lub dolary w sieci. Dziś to norma. Teraz banki próbują odpokutować winy i chcą sprzedawać obce waluty taniej. Mimo to, warto przyjrzeć się tej propozycji, na przykład z punktu widzenia poprawy bezpieczeństwa.

Czym różni się e-kantor prowadzony przez bank od e-kantoru normalnego przedsiębiorstwa? Jak się okazuje, odpowiedź na to pytanie wcale nie jest taka prosta, a rodzaje bankowych e-kantorów są trzy.

- Podstawowe różnice wyznacza struktura właścicielska. W przypadku kantorów z sektora bankowego możemy wyróżnić platformy do wymiany walut dostępne dla klientów banku, jak w przypadku mBanku lub banku BZ WBK. Funkcjonują też kantory internetowe, które są częścią banku, jednak aby z nich korzystać, potrzebny jest dedykowany rachunek. Tak działa kantor Alior Banku – jedyny w Polsce kantor o takiej strukturze. Oprócz tego istnieje kantor internetowy założony przez spółkę-córkę banku – z odrębną od właściciela strukturą i sposobem działania. Jedynym w Polsce podmiotem z taką funkcjonalnością jest Rkantor.com - mówi Michał Hojowski, prezes Raiffeisen Solutions, spółki prowadzącej Rkantor.com.

Różnice są niewielkie tylko na pierwszy rzut oka. Michał Hojowski tłumaczy, że kantor internetowy i platforma do wymiany walut działające w ramach banku, czyli dwie pierwsze wersje, wymagają od swoich klientów założenia konta bankowego. Wiąże się z wizytą

w oddziale i załatwianiem dodatkowych formalności. Jest to jednak warunek konieczny, aby korzystać z usług danego podmiotu. Kantory z sektora bankowego często oferują też wymianę walut po spreadzie większym w porównaniu do kantorów, których właścicielem jest niezależna firma. Nowym rozwiązaniem jest trzecia wersja, czyli kantor założony przez spółkę-córkę banku.

- Rkantor.com to rozwiązanie, które łączy zalety kantoru z kapitałem bankowym oraz tych działających poza tym sektorem: spready w naszym serwisie są jednymi z najniższych na rynku przy zachowaniu bankowego poziomu bezpieczeństwa transakcji. Klienci naszego kantoru nie muszą też zakładać konta w Raiffeisen Polbank, czyli banku-właścicielu, rejestracja przez internet trwa tylko kilka minut – mówi Michał Hojowski.

Firma oferuje oprócz tego szereg innych usług, znanych z niebankowych e-kantorów, jak wypłatę w bankomacie czy przekaz za pośrednictwem firmy kurierskiej. Rkantor.com umożliwia na przykład wymianę waluty z odroczoną wpłatą, dzięki której użytkownicy mogą wymieniać waluty bez posiadania środków w portfelu. Wystarczy że zobowiążą się, że dostarczą je w późniejszym terminie.

Mimo szeregu ciekawych funkcji, to właśnie kwestia bezpieczeństwa będzie dla części klientów ostatnim zdaniem w dyskusji. Do rozwiązania Raiffeisen Polbanku, a zaraz być może kolejnych instytucji finansowych, zachęci fakt, że polski rynek

e-kantorów działa w prawnej próżni. W polskim ustawodawstwie nie ma definicji kantoru internetowego. A to oznacza, że działalność tych podmiotów nie jest regulowana samodzielnym aktem prawnym. Inaczej jest w przypadku kantorów stacjonarnych, które nadzoruje NBP. Niestety ta instytucja odmawia objęcia nadzoru nad kantorami internetowymi, gdyż nie wykonują one transakcji gotówkowych. Tę lukę chcą wypełnić e-kantory banków. Magia dużej instytucji finansowej, z ugruntowaną pozycją i ogromnym kapitałem, ma być wabikiem.

Być może całkiem mocnym. Mimo natłoku e-kantorów już teraz, na polskim rynku rosną kolejne klony. Wszystkim przyświeca myśl: szybciej, taniej, lepiej. Z jednej strony konkurencja obniża stawki i poprawia usługę, z korzyścią dla klienta. Pojawia się jednak pytanie, kiedy pojawi się próg bólu, czyli marża, poniżej której branża zacznie dokładać. Jak zwykle w takim wypadku powstają obawy, że jedna lub druga firma zwyczajnie przesadzi z cięciem kosztów i skończy się to głośnym bankructwem.

Jak szukać bezpieczeństwa

Klienci – zarówno e-kantorów prowadzonych przez banki, jak i firm prywatnych, mogą się zabezpieczyć sprawdzając firmę, na konta której przelewają pieniądze.

- Na rynku funkcjonują podmioty różnej wielkości i o różnym stażu działania. Prawdopodobieństwo, że coś się stanie

z dużym i rentownym, obecnym na rynku od długiego czasu podmiotem, jest znacznie mniejsza niż w przypadku małych portalików. Naszym zdaniem działa tutaj efekt skali. Największe portale wymieniają miliardy złotych rocznie, mając dziesiątki milionów złotych przychodu. Szansa, że coś się z nimi stanie, jest realnie porównywalna z instytucjami finansowymi czy bankami – mówi Maciej Przygórzewski.

Warto też rozważyć usługi firmę, której udało się zdobyć status Krajowej Instytucji Płatniczej, przyznawany przez Komisję Nadzoru Finansowego. To dobry znak, który mówi, że dany kantor nie chce funkcjonować w prawnej próżni i któremu zależy na zachowaniu wysokiego poziomu bezpieczeństwa.

- Ten status oznacza, że firma jest kontrolowana przez Komisję Nadzoru Finansowego. To jest na pewno ruch w odpowiednim kierunku – proces jego uzyskania nie jest prosty i wymaga spełnienia szeregu wymagań. W przypadku siedmiu kantorów w Polsce, którym przyznano status Krajowej Instytucji Płatniczej, poziom bezpieczeństwa transakcji jest wysoki, ponieważ te podmioty są zobowiązane do regularnego raportowania w zakresie swojej wypłacalności, wprowadzenia procedur zabezpieczających przed praniem brudnych pieniędzy oraz stosowania wysokich standardów technicznych – mówi Michał Hojowski.

W czerwcu ubiegłego roku posłowie PO złożyli projekt nowelizacji Prawa dewizowego, który regulował działalność

e-kantorów. Dokument zakładał konieczność wpisania e-kantorów do rejestru działalności kantorowej, który NBP teraz prowadzi dla kantorów stacjonarnych. Oprócz tego firmy musiałyby przedstawiać klientom szereg informacji, między innymi o łącznych kosztach usługi, ryzykach związku z ruchami cen walut oraz miejscu i sposobie składania reklamacji. Termin, kiedy ustawa trafi pod dalsze obrady, nie jest obecnie znany.



ARTYKUŁ PROMOCYJNY

SUPERBOHATER W ROZWIĄZANIACH FINTECH, CZYLI NAJLEPSZY KANTOR INTERNETOWY DLA TWOJEJ FIRMY...



Michał Hojowski

prezes Raiffeisen Solutions Sp. z o.o.



2

Duża zmienność na rynku i w zakresie obrotów w handlu zagranicznym, rosnące wymagania ze strony klientów... to tylko część wyzwań, którym muszą stawić czoła firmy z sektora MSP. Optymalizacja kosztów wymiany walut i przelewów to istotny element strategii zarządzania przedsiębiorstwem – jak wybrać najkorzystniejszą ofertę?

W 2014 roku obroty handlu zagranicznego w Polsce wyniosły 168432,3 mln euro (import) i 165773,6 mln euro (eksport; dane GUS). Liczby te rosną z roku na rok, a działalność firm z sektora MSP jest kluczowa dla polskiej gospodarki – wg danych PARP tylko w 2012 roku miały one udział rzędu 73% w tworzeniu wartości dodanej brutto PKB Polski.

Jak wybrać serwis internetowy do wymiany walut dla firm z tego sektora, biorąc pod uwagę ich specyficzne potrzeby związane z wielkością obrotu walutowego i liczbą zatrudnionych pracowników?

Jak wymieniać waluty z korzyścią dla firmy?

TANIO

Wysokość spreadu, opłaty za przelewy, crossy walutowe – tutaj każda firma może szukać oszczędności. Nie zapomnij, że w kantorze internetowym możesz negocjować stawki!

„Wymieniaj po najlepszym kursie” – to znaczy jakim?

Wszystkie spośród ponad 50 obecnych na rynku kantorów online kuszą klientów

Sprawdź korzyści, jakie daje wybór kantoru internetowego z określonego sektora:

	Kantor z właścicielem spoza sektora bankowego		Kantor w ramach sektora bankowego	
		Osobna spółka-córka	W ramach struktury banku	Platforma do wymiany walut
Największe podmioty	Cinkciarz.pl, Internetowykantor.pl	Rkantor.com, kantor internetowy otworzony przez Raiffeisen Solutions – spółkę-córkę Raiffeisen Polbank	Kantor Alior Banku	mBank, bank BZWBK
Rejestracja	Przez internet, max. kilka minut	Przez internet, max. kilka minut, nie trzeba zakładać konta w banku	Trzeba założyć konto w Alior Banku, aby później korzystać z kantoru internetowego online	Trzeba założyć konto w banku, aby później korzystać z platformy do wymiany walut online
Spread (dla EUR/PLN, USD/PLN, CHF/PLN, GBP/PLN)	2 gr – 4 gr z możliwością negocjacji	2 gr – 2,5 gr z możliwością negocjacji	2,2 gr – 3,2 gr z możliwością negocjacji	3,3 gr – 6 gr z możliwością negocjacji; w niektórych platformach spready ustalane indywidualnie
Crossy walutowe bez konieczności przewalutowania na PLN	Niedostępne	Dostępne	Dostępne tylko między 3 walutami: EUR, USD, GBP	Dostępne
Transakcja z odroczonym terminem płatności	Dostępna w jednym kantorze internetowym, czas na wpłatę: do 24 godzin od momentu złożenia zlecenia	Wymiana z odroczoną wpłatą, czas na wpłatę środków: do 2 dni roboczych od momentu złożenia zlecenia	Transakcja z blokadą, do jej zawarcia na koncie musi znajdować się 5% wymienianej kwoty; czas na wpłatę: 2 dni kalendarzowe od momentu złożenia zlecenia	Dostępna w wybranych platformach, czas na wpłatę: do końca dnia, w którym złożono zlecenie
Przelewy krajowe	W większości przelewy w PLN w trybie zwykłym za 0 zł; do banków w których kantor ma rachunki przelewy walutowe za 0 zł; pozostałe płatne	Przelewy w PLN za 0 zł, przelewy walutowe do 12 banków współpracujących za 0 zł, pozostałe zgodnie z tabelą opłat i prowizji Raiffeisen Solutions	Przelewy krajowe za 0 zł	W PLN od 0 zł do 8 zł, walutowe od 5 zł do 200 zł (opłata w %, w zależności od kwoty przelewu)
Przelewy zagraniczne	Dostępne w wybranych kantorach internetowych, opłaty średnio od 3 zł do 200 zł	Stała opłata od 1 EUR do 2 GBP niezależnie od kwoty przelewu	Przelewy europejskie w trybie normalnym, opcja SHA od 0 zł (w ramach Licznika) do 30 zł (powyżej Licznika)	Od 5 zł do 200 zł (opłata w %, w zależności od kwoty przelewu)
Wyplata w placówkach stacjonarnych	Niedostępna	Możliwa wpłata i wypłata gotówki w oddziale Raiffeisen Polbanku	Możliwa wpłata i wypłata gotówki w oddziale Alior Banku	Możliwa wpłata i wypłata gotówki w oddziale banku

Dane z dnia 19.04.2016 r.

niskimi spreadami. Warto jednak sprawdzić, czy kursy widoczne na stronie internetowej są takie same jak te, które wyświetlają się w momencie zawierania transakcji. Czasami zdarza się, że kantor na stronie głównej zamieszcza kursy, które obowiązują w przypadku wymiany określonej liczby jednostek waluty. Klient, który nie zauważy takiej zapisanej drobnym druczkiem informacji, jest później zaskoczony, że za wymianę płaci więcej niż oczekiwał.

Obniż koszty przelewów krajowych i zagranicznych

Bezpłatne przelewy w PLN i walutowe do największych banków w Polsce to niewątpliwa przewaga kantorów internetowych nad tymi, które są częścią banku – te ostatnie nie mają otwartych rachunków w innych bankach.

Warto też sprawdzić, czy z danego kantoru internetowego można zlecić przelew zagraniczny (nie wszystkie obecne na polskim rynku podmioty mają je w swojej ofercie). Bardzo ważny jest też sposób naliczania opłat – w procentach od kwoty przelewu lub jest to stała kwota, niezależna od wysokości przelewu.

Postaw na crossy walutowe

Wymiana przez crossy walutowe (np. EUR/USD, USD/CHF, GBP/ USD itp.) jest tańsza niż ta z dodatkowym przewalutowaniem na złotówki. Oszczędzasz też wtedy swój czas, bo zlecasz jedną transakcję zamiast dwóch.

Dzięki crossom walutowym możesz być też bardziej

 KANTOR.COM

Psst!

Szefie, rozwiązanie to crossy walutowe! Sprawdź Rkantor.com - ma najlepsze kursy.

O nie...

Kontrahent zapłacił w dolarach, ja potrzebuję euro... Dlaczego muszę najpierw przewalutować na złotówki, a dopiero potem kupić euro?



elastyczny w kontaktach z kontrahentami – rozliczasz się z nimi w dowolnej walucie, bo wiesz, że później wymienisz ją na tą, której w danej chwili potrzebujesz.

Czy możesz negocjować stawki za wymianę walut i inne opłaty?

To jeden z powodów, dla których kantory internetowe są najlepszym wyborem dla MSP. W bankach małe przedsiębiorstwa nie mają dobrej pozycji negocjacyjnej ze względu na stosunkowo niewielki – w porównaniu do dużych korporacji – obrót walutowy. Profesjonalny kantor internetowy będzie otwarty na rozmowę z każdym przedsiębiorstwem i z pewnością przyzna klientom firmowym zniżki na wymianę walut biorąc

pod uwagę nie tylko wysokość obrotu, lecz także częstotliwość przeprowadzanych transakcji. W Rkantor.com firmy mogą negocjować nawet do -75% zniżki na spreadzie. Ważna jest także elastyczność w dopasowywaniu się do potrzeb klienta. Twoja firma uwzględni potrzeby kontrahentów i dostosowuje do nich swoją ofertę – kantor internetowy także możesz traktować jako partnera biznesowego, który może zaproponować Ci nie tylko korzystne stawki na wymianę walut, lecz także na przelewy zagraniczne czy inne usługi, z których korzystasz.

SZYBKO

Czas to pieniądz – o tym decyduje błyskawiczna wymiana walut i szybkie przelewy.

Wow!

Skorzystaj z wymiany z odroczoną wpłatą w Rkantor.com! Nie musisz mieć środków w Portfelu - sam wybierasz, kiedy zapłacisz za wymianę!



OMG...

Dzisiaj dolar ma świetny kurs, gdybym tylko nie musiał czekać z kupnem do czasu, aż dostanę przelew od kontrahenta...



RKANTOR.COM

Wymiana z odroczoną wpłatą

Nie masz środków na koncie, ale chciałbyś wymienić walutę po obowiązującym dziś kursie? Skorzystaj z wymiany z odroczoną wpłatą. Sam ustalasz, kiedy uregulujesz należność za wymianę – Rkantor.com poczeka na Ciebie nawet 48 godzin! To świetne rozwiązanie dla firm, które wiedzą, że w krótkim okresie czasu otrzymają przelew od kontrahenta, jednak w danym momencie nie dysponują wystarczającą ilością środków na wymianę.

Jak szybko kantor realizuje przelewy?

To bardzo istotna informacja, zwłaszcza gdy po wymianie walut chcesz przelać całą kwotę na konto klienta aby dotrzymać

zapisanych w umowie terminów. Czas księgowania przelewów w kantorze zależy od tego, w ilu bankach ma on rachunki – tutaj działa zasada „im więcej, tym lepiej”. Warto jednak sprawdzić, czy w ofercie danego serwisu jest Twój bank – np. w przypadku banków współpracujących (czyli takich, w których kantor internetowy ma rachunki) z Rkantor.com czas księgowania przelewów został skrócony nawet do 5 min.!

BEZPIECZNIE

Kto jest właścicielem konta, na które przelewasz swoje pieniądze? Dlaczego tak ważny jest nadzór KNF? Co daje Ci potwierdzenie SMS każdej transakcji?

RKANTOR.COM

Hmm...

Moja firma ma świetne warunki wymiany walut - tylko 3 gr spreadu!

Ech...

W Rkantor.com na start w negocjacjach miałem już 30% TANIEJ! Mam też swojego opiekuna biznesowego!

Podstawowe informacje na temat kantoru internetowego, które warto sprawdzić, to:

- › **Status Krajowej Instytucji Płatniczej** – wiąże się m.in. z koniecznością regularnego raportowania nt. stanu finansów kantoru do Komisji Nadzoru Finansowego. Tylko 7 kantorów internetowych w całej Polsce jest nadzorowanych przez tę instytucję (w tym jeden korzysta z licencji jako agent spółki, której ją przyznano).
- › **Komu przelewasz swoje pieniądze** – czy jest to bank z dużym doświadczeniem na rynku walutowym czy osoba prywatna? Pamiętaj, że bezpieczeństwo zapewnia także ilość

środków, którymi dysponuje właściciel – warto dowiedzieć się, czy wystarczą one na pokrycie wszystkich zawieranych przez klientów kantoru transakcji. Jawność raportów finansowych danego podmiotu jest również bardzo ważna – warto sprawdzić, czy wybrany przez Ciebie serwis je udostępnia.

- › **Zabezpieczenia informatyczne** – czy połączenie internetowe w kantorze jest szyfrowane kodem SSL?
- › **Potwierdzenie SMS każdej transakcji** – dzięki temu każda transakcja jest podwójnie autoryzowana – najpierw online, później dzięki wpisaniu kodu potwierdzającego z wiadomości SMS. Daje Ci to pełną kontrolę nad decyzjami finansowymi.

 **RKANTOR.COM**

Uuu...

chciałbym wysłać przelew do Chin, ale mój kantor internetowy nie ma go w ofercie...

No problem...

Zmień kantor na Rkantor.com! Stąd zlecisz przelewy do ponad 200 krajów, w tym do Chin, Korei i Australii! Opłaty zaczynają się od 1 EUR!

- › **Nadzór Generalnego Inspektora Informacji Finansowej i polityka AML** – oznacza to, że kantor internetowy dba o uczciwość i rzetelność transakcji przeprowadzanych za jego pośrednictwem.

WYGODNIE

Czyli tak, aby maksymalnie uprościć proces zawierania transakcji w kantorze. Decyduje o tym nie tylko szeroki wachlarz usług, lecz także profesjonalizm jego pracowników.

Alerty SMS – koniec z ciągłym śledzeniem kursów!

Po ustawieniu zlecenia, w którym określasz, jaki kurs danej waluty Cię interesuje, możesz liczyć na błyskawiczne powiadomienie na Twój telefon komórkowy. W Rkantor.com ta usługa jest bezpłatna!

Ile osób z firmy może zlecać transakcje w kantorze?

Dużym ułatwieniem jest możliwość przydzielenia dostępu do konta w kantorze internetowym osobom, które nie są właścicielami firmy, jednak ze względu na zajmowane przez siebie stanowisko odpowiadają za wymianę walut – np. księgowym.

Nie musisz zakładać kilku rachunków bankowych

W darmowym Portfelu Internetowym Rkantor.com można przeprowadzać transakcje na 5 walutach. Znacznie przyspiesza

to proces wymiany – w innych kantorach trzeba wysłać przelew do kantoru z konta walutowego, wymienić pieniądze w kantorze, a następnie odesłać je ponownie na swoje konto. W Rkantor.com wystarczy zasilić Portfel potrzebną kwotą – wszystkie pozostałe transakcje przeprowadzasz już w ramach Portfela, z którego można wypłacić pieniądze na kilka różnych sposobów!

Upewnij się, że masz wiele możliwości wpłat i wypłat gotówki

W raporcie Deloitte „Jak bankują mali i średni przedsiębiorcy w Polsce” z 2014 roku wyodrębniono osobną kategorię klientów firmowych, których nazwano „Gotówkowymi”. To firmy, których poziom wpłat w relacji do obrotów na kontach bankowych przekraczał 20% i był co najmniej 6 razy wyższy niż w pozostałych badanych grupach. Ze względu na różne preferencje klientów co do płatności za usługi, dla firm z sektora MSP ważne jest, aby móc wpłacać i wypłacać gotówkę w placówkach stacjonarnych. Taką możliwość dają kantory z sektora bankowego – np. Rkantor.com, którego klienci mogą korzystać z 263 oddziałów Raiffeisen Polbank. Nie mniej istotne są też oferowane przez ten serwis szybkie przelewy i wypłaty w bankomacie bez karty, na SMS.

Kantor internetowy czy giełda walut?

W kantorze internetowym wymienisz walutę bezpośrednio w serwisie i nie musisz obawiać się, czy konkretna kwota, której potrzebujesz, będzie dostępna. Na giełdzie zlecenia

użytkowników realizowane są w kolejności, dlatego jeśli chcesz natychmiast wymienić dużą liczbę jednostek waluty, możesz napotkać trudności. Weź pod uwagę, że nie każda giełda zapewnia wystarczającą płynność, tzn. może nie być wystarczającej liczby zleceń lub nie będą one opiewały na kwoty, które Cię interesują.

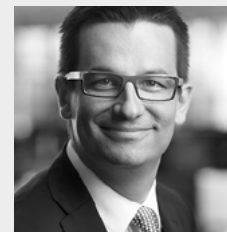
Czy kantor zatrudnia profesjonalnych ekspertów do obsługi firm?

W Rkantor.com pracują trzy grupy ekspertów:

- › **Dealerzy walutowi/traderzy** – to oni przygotowują profesjonalne komentarze walutowe dostępne na stronie internetowej Rkantor.com i merytoryczne artykuły do mediów branżowych, dzięki którym firmy otrzymują najświeższe informacje na temat sytuacji rynkowej. Jak mówi trader Rkantor.com Robert Galoch, „Chcemy, aby przekazywane przez nas informacje były jak najbardziej przystępne. Stąd pomysł na cykl kilkuminutowych filmów, w których analizują sytuację na rynkach walutowych”.
- › **Specjaliści z biura obsługi klienta** – służą pomocą, jeśli klienci mają pytania związane z obsługą serwisu. „Podczas jednej z rozmów klient równolegle połączył się ze swoim bankiem i zarekomendował jego pracownikowi korzystanie z naszych usług, także tych z zakresu obsługi klienta” – mówi Beata Boguszewska, kierownik Biura Obsługi Klienta Rkantor.com

- › **Doradcy ds. rynków finansowych** – negocjują wysokość spreadu z klientami, odpowiadają też na bieżące pytania dotyczące korzystania z serwisu przez firmy. – Cieszymy się, że w wielu przypadkach dzięki rozmowom z nami klient otrzymał niższe stawki na spread. Wielokrotnie słyszeliśmy, że dzięki naszym działaniom udało się zwiększyć zyski z wymiany i przyspieszyć obsługę transakcji w firmie – opowiada Jakub Kowalewski, doradca ds. rynków finansowych w Rkantor.com.

W zależności od potrzeb można porozmawiać z profesjonalistą, który specjalizuje się w interesującej klienta dziedzinie.



Michał Hojowski

prezes Raiffeisen Solutions Sp. z o.o.,
spółki prowadzącej Rkantor.com

Od ponad 10 lat związany z rynkami finansowymi. Ukończył Akademię Ekonomiczną w Krakowie oraz Executive MBA w Krakowskiej Szkole Biznesu. W Rkantor.com jest odpowiedzialny za IT, operacje oraz marketing.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY

WYMIANA WALUT W DZIAŁALNOŚCI ZAGRANICZNEJ MŚP



Radosław Jarema

dyrektor zarządzający AKCENTY w Polsce



3

Według wstępnych danych GUS polski eksport w 2015 r. wyniósł prawie 747,3 mld zł (wzrost o 7,8 proc. r/r) a import około 731,7 mld zł (wzrost o 3,9 r/r.). Te wyniki to w dużej mierze zasługa sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Czy jednak MŚP otrzymują usługi walutowe niezbędne przy prowadzeniu handlu zagranicznego, na optymalnych warunkach? Do tej pory niekoniecznie tak było. Małe przedsiębiorcy mogą obniżyć swoje koszty i poprawić płynność korzystając z kantorów internetowych lub – jeśli oprócz wymiany walut chcą otrzymać także dodatkowe usługi, takie jak płatności i zabezpieczenia przed ryzykiem kursowym – z instytucji płatniczych.

MŚP nie są skazane na banki

Do niedawna transakcje walutowe firm prowadzących działalność zagraniczną obsługiwały przede wszystkim banki. Instytucje te koncentrują się na obsłudze podstawowych operacji finansowych firm: prowadzeniu rachunków i kont, udzielaniu kredytów czy zakładaniu lokat, podczas gdy wymiana walut i płatności zagraniczne stanowią tylko wycinek usług, nie zawsze oferowanych na najlepszych możliwych warunkach. Banki są także zorientowane na największe firmy oraz korporacje i często uzależniają opłaty za prowadzenie rachunku lub oferowane

kursy walut od salda lub obrotów transakcji wymiany walut dla danego konta. Małe firmy nie zawsze są w stanie sprostać takim wymogom, podobnie jak opłatom za samo zakładanie i prowadzenie kont walutowych. Alternatywą dla banków mogą być kantory internetowe, gdzie firmy mogą znaleźć dużo lepsze niż w bankach kursy. Jednocześnie jednak kantory internetowe nie mogą zaoferować innych potrzebnych firmom usług – choćby realizacji zarówno otrzymywanych, jak i wysyłanych przez firmę płatności zagranicznych, czy zabezpieczeń przed ryzykiem walutowym, bardzo potrzebnych w biznesie międzynarodowym.

Podmiotami, które z jednej strony podobnie jak banki działają pod ścisłym nadzorem na poziomie banków centralnych i innych organów kontroli finansowej, a z drugiej są łatwe w dostępie, wygodne i atrakcyjne cenowo, jak kantory internetowe są instytucje płatnicze, których przykładem w Polsce jest AKCENTA. Instytucje płatnicze są dobrze przygotowane do obsługi walutowej i transakcji podmiotów gospodarczych dzięki ścisłym uregulowaniom prawnym, które zapewniają wysokie bezpieczeństwo: przykładowo AKCENTA jest nadzorowana przez Narodowy Bank Czeski oraz podlega właściwym przepisom unijnym. Jej działalność w Polsce jest też notyfikowana i potwierdzona przez polską Komisję Nadzoru Finansowego.

Bardzo ważną korzyścią dla firm, której nie są w stanie zapewnić banki, jak również tylko w pewnym zakresie kantory internetowe, jest liczba dostępnych walut. – Niewiele instytucji rozszerza swoją ofertę walutową poza pozycje najpopularniejsze w polskiej wymianie. Na tym tle dostępność wszystkich podstawowych walut oraz tzw. walut egzotycznych, wyróżnia instytucje płatnicze. Przykładowo w AKCENCIE poza podstawowym pakietem udostępniamy aż 120 egzotycznych walut. Dostęp do szerokiego wachlarza walut jest szczególnie ważny w kontekście zacieśniającej się współpracy polskich firm z partnerami handlowymi spoza Unii Europejskiej oraz Starego Kontynentu. Dywersyfikacja rynków zbytu i wejście na dalsze rynki daje bowiem nie tylko

szanse na znalezienie wyższej marży, ale powoli staje się ważnym elementem strategii firmy. Co więcej, rozliczanie się w walucie partnera może przenieść firmie dodatkowe oszczędności, bez strat na przewalutowaniu do dolara czy euro – mówi Radosław Jarema, szef Akcenty w Polsce.

Policzalne korzyści

Dlaczego firma, która eksportuje lub importuje powinna wziąć pod uwagę przeniesienie obsługi transakcji walutowych poza swój bank? Bo to przynosi wymierne korzyści. - W AKCENCIE każda firma może negocjować warunki na jakich chce korzystać z naszych usług. Każdego klienta odwiedza nasz przedstawiciel, który na podstawie rozmowy, oczekiwań i potrzeb przedsiębiorcy przygotowuje indywidualną skrojoną ofertę w zakresie obsługi transakcji walutowych. Przy negocjacjach bierzemy także pod uwagę, czy klient zarekomendował nasze usługi swoim partnerom, w jakiej branży działa oraz z jak szerokiego wachlarza usług korzysta. Jeśli firma, chce zaoszczędzić, powinna też przeanalizować i porównać ze swoim bankiem cennik opłat transakcji walutowych. Cennik wszystkich opłat AKCENTY jest bardzo atrakcyjny, a dodatkowo oferujemy też darmowe i ekspresowe przelewy w ramach krajów Europy Środkowej w których posiadamy oddziały, czyli do Polski, Czech, Słowacji, Rumunii i Węgier – mówi Radosław Jarema.

Ile firma może zaoszczędzić na lepszej wymianie walut?

Instytucja płatnicza AKCENTA na swojej stronie internetowej ma kalkulator pozwalający obliczyć orientacyjnie możliwe korzyści dla firmy. Przykładowo, wg kursu z dnia 21 kwietnia 2016 r. kurs kupna euro w Akcencie wynosi 4,3 zł, podczas gdy w porównywanych bankach kurs ten waha się od poziomu 4,416 do nawet 4,504 zł.

Na kupnie 10 tys. euro firma jest w stanie zaoszczędzić nawet 1-2 tys. zł. Można zyskać więcej, jeśli podejmie się negocjacje z instytucją płatniczą.

Warto analizować koszty firmy w zakresie transakcji walutowych

Mali i średni przedsiębiorcy zajmujący się eksportem i importem powinni przyjrzeć się jakości i kosztom usług walutowych, z których korzystają obecnie. Miniaudit tego zakresu operacji firmy może przynieść zaskakujące wnioski. Czarno na białym pokaże skalę możliwych do zaoszczędzenia kwot, które można byłoby przeznaczyć na inny cel, np. sfinansowanie nowej inwestycji czy zagwarantowanie lepszych warunków transakcji ważnemu kontrahentowi. Należy bowiem wziąć pod uwagę, że oszczędności na transakcjach walutowych mogą zwiększyć możliwości negocjacyjne firmy, dzięki czemu łatwiej może ona

wyprzedzić konkurencję. Jednocześnie w toku działalności wysokość marż uzyskiwanych na transakcjach walutowych może znacząco przyczynić do poprawy płynności przedsiębiorstwa.

Oszczędności dla MŚP prowadzących biznes międzynarodowy: oprócz wymiany walut i płatności ważne jest także zabezpieczenie przed ryzykiem kursowym

Ryzyko walutowe – jedno z głównych typów ryzyka w handlu zagranicznym

Nagle załamanie kursu złotówki wobec danej waluty, w której firma jest zmuszona regulować zobowiązania, może oznaczać konieczność nagłego wypływu sporej ilości środków pieniężnych z kasy firmy. To może zaburzyć płynność i – jeśli kurs zmienia się w niekorzystnym kierunku – narazić firmę na straty.

Rozwiązanie? Transakcja terminowa forward

Forward to o umowa między eksporterem lub importerem a instytucją finansową, w której instytucja zobowiązuje się, że sprzeda firmie lub kupi od firmy daną ilość waluty po ustalonym wcześniej kursie w określonym z góry dniu w przyszłości. Takie rozwiązanie zdejmuje z firmy ryzyko niekorzystnych wahań i pomaga przewidywać wysokość marży na kontrakcie. Co ważne, tę prostą usługę można znaleźć na polskim rynku całkowicie za darmo.

Chcesz wiedzieć jak dokładnie działa forward?

Więcej informacji na www.akcenta.pl/transakcje-forward-opcje.html



RYNEK INTERNETOWYCH
KANTORÓW WART 10 RAZY TYLE
CO REKLAMA W SIECI



Mirosław Bremer

redakcja@interaktywnie.com



4

Wartość wymiany walut w sieci stanowi około jedną piątą tego, co Polacy wymieniają w tradycyjnych stacjonarnych kantorach - szacują eksperci. Przedstawiciele branży e-kantorowej spodziewają się natomiast, że ich sektor będzie nadal rósł, a tym roku wzrośnie nawet o kilkanaście procent. Sprzyjać temu będzie przede wszystkim coraz powszechniejsze korzystanie z internetu. Wygoda, jaką oferują kantory online, może być istotna zwłaszcza dla przedsiębiorców prowadzących zagraniczne interesy.

Dwa lata temu obroty w branży e-kantorów za szacowane były na około 20-25 miliardów złotych.

- Wartość 20 miliardów złotych pochodzi z raportu forbes.pl. 25 miliardów to nasza własna, poczyniona na podstawie znajomości obrotów własnych i największego konkurenta. Liczby te uwzględniają tylko niebankowe podmioty - mówi Maciej Przygórzewski, główny analityk Internetowykantor.pl i Walutomat. Dodaje, że w 2015 roku branża dalej rosła i nie ma podstaw by zakładać, że w 2016 roku będzie inaczej.

- Podstawowym powodem dla tej prognozy jest fakt, że w dalszym ciągu w internecie wymienia się mniej niż 20 proc. tego, co w kantorach stacjonarnych i kilka rzędów wielkości mniej niż w bankach. Branży wbrew pozorom pomogła sytuacja polityczna w Polsce i Europie. Szansa na rychłe wejście do unii walutowej się oddaliła, a wymiana euro to 2/3 obrotów tej branży. Dodatkowo rośnie świadomość technologiczna w Polsce, a kantory internetowe są dla biznesu znacznie wygodniejsze od stacjonarnych - przekonuje Maciej Przygórzewski.

TOMASZ BONEK
MARTA SMAGA

Spółka z o.o.

Oferujemy kompleksowe usługi w internecie

www.boneksmaga.pl

- projektowanie i wdrożenia stron
- sklepy on-line
- strategie promocji
- SEO i SEM
- reklama natywna
- public relations
- szkolenia



Jaką zatem wartość może osiągnąć sektor kantorów online w 2016 roku? Marcin Borek, prezes zarządu Net Value, właściciela porównywarki kantorów internetowych Kurencja.com, szacuje, że łączne obroty kantorów internetowych ukształtują się w 2016 r. w przedziale pomiędzy 35 mld zł (zachowawczy, nawet pesymistyczny scenariusz) a 40 mld zł (wariant optymistyczny).

- To kwota imponująca. Żeby sobie ją lepiej uzmysłwić zauważmy, że deficyt budżetowy kraju w 2016 r. ma wynieść 54,7 mld złotych. A w jeszcze innym porównaniu polski rynek kantorów online jest większy ponad 10 razy niż cały rynek reklamy internetowej w Polsce (szacunki IAB Polska na 2016 r. mówią o 3,54 mld zł) - mówi Marcin Borek.

Oczywiście, te kwoty dotyczą obrotów, bowiem przychody kantorów internetowych to zaledwie ułamek przytoczonych kwot w miliardach złotych. - Według naszych długoterminowych badań, średnia marża e-kantorów wynosi 0,7 proc. Oznacza, to że w 2016 r. łączne przychody kantorów online na działalności podstawowej, czyli wymianie walut, wyniosą sto kilkadziesiąt mln zł - wylicza Borek.

Jego zdaniem wzrost rynku e-wymiany walut wyniesie w tym roku ok. 15 proc. - To mniej niż w ubiegłych latach, kiedy wzrosty sięgały nawet 20-30 proc. rok do roku, ale nadal jest to przyrost większy niż w przypadku wielu dojrzałych produktów i usług, także internetowych - wyjaśnia.

Ile wymieniamy online i u kogo?

Opierając się na danych NBP przyjmuje się, że wymiany w kantorach stacjonarnych warte są niemal 150 miliardów złotych rocznie. - Kantory internetowe obecnie obracają naszym zdaniem około 20 proc. tej kwoty. Daje to około 2,5 miliarda miesięcznie - ocenia Maciej Przygórzewski.

Nieco inne wyliczenia przedstawia prezes Net Value. - Zakładając, że kantory online wymienią 37,5 mld zł w 2016 roku, miesięcznie będzie to ok. 3,12 mld zł. W tym samym czasie w tradycyjnych kantorach miesięczne obroty wyniosą ok. 12,5 mld zł, roczne - odpowiednio ok. 150 mld zł - szacuje Marcin Borek.

Należy szacować, że obroty kantorów online, chociaż ogromne, nadal są około cztery razy niższe od obrotów kantorów tradycyjnych. Dochodzi do przejmowania rynku stacjonarnego przez e-kantory, ale nie dzieje się błyskawicznie. Trzeba jednak pamiętać, że atutem kantorów „naziemnych” są lata spokojnego zdobywania pozycji, także tej w mentalności klientów.



Marcin Borek

prezes zarządu Net Value, właściciela porównywarki kantorów internetowych Kurencja.com

Największymi graczami na rynku kantorów online są: grupa Currency One (marki: InternetowyKantor.pl, Walutomat i Valuto) oraz Cinkciarz.pl. Ich udziały rynkowe są prawdopodobnie zbliżone i łącznie mogą sięgać nawet 80 proc. całego rynku. Pozostała część należy do około 40 liczących się, aktywnych kantorów, z których największe to np.: LiderWalut, KantorOnline, Amronet, Fritz Exchange, Ergokantor, Kantor Alior Banku, TopFX, Trejdo.

- Największe podmioty swoją pozycję zawdzięczają przede wszystkim palmie pierwszeństwa - szybko zajęły mocną pozycję rynkową i w świadomości klientów. Jednocześnie najlepsi pionierzy sukcesywnie inwestowali swoje pierwsze dochody w rozwój oferty i marketing, tym samym uciekając peletonowi e-kantorów powstających coraz liczniej od 2011 roku - komentuje Marcin Borek i zaznacza, że dzisiaj liderzy branży to mocne grupy finansowe, gotowe, przy założeniu dalszego inteligentnego rozwoju, powalczyć z bankami na coraz ciekawszym rynku fintech, czyli w nowoczesnych usługach finansowych bazujących na rozwiniętej, skomplikowanej technologii.

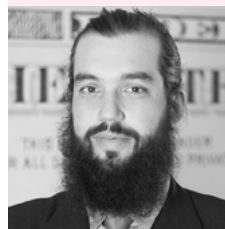
Internet wyprze stacjonarne kantory?

Postępująca informatyzacja wszelkich usług finansowych, w tym także kupna i sprzedaży walut, rodzi oczywiście pytanie o to, czy stacjonarne punkty wymiany walut, choć nadal dominujące, nie stracą wkrótce swojej pozycji. Innymi słowy, czy Polacy nie zaczną kupować dolarów czy euro głównie w sieci.

- Moim zdaniem polski rynek wymiany walut w internecie w najbliższych latach na pewno czekają zmiany, już teraz je obserwujemy. Coraz większą rolę zaczyna odgrywać uzupełnienie usługi wymiany walut o usługę przelewów zagranicznych. W sferze obsługi klientów indywidualnych myślę o popycie na usługi transferowe związane np. z pracą zagranicą. Z kolei w sektorze firmowym, przykładem nowego podejścia do klientów jest nasza działalność - mówi Radosław Jarema, dyrektor zarządzający instytucji płatniczej Akcenta w Polsce.

Na czym polegają usługi dla biznesu? - Już wiele lat temu trafnie odpowiedzieliśmy na potrzeby przedsiębiorców zajmujących

W czołówce niebankowych kantorów znajdują się Cinkciarz.pl oraz obydwa portale naszej firmy Currency One - Walutomat i Internetowykantor.pl. Obie firmy mają razem zdecydowaną większość rynku. O ile nasza konkurencja jest na pewno znacznie aktywniejsza w mediach i ma lepiej rozpoznawalną markę, o tyle łączne obroty naszych portali przekraczają obroty rywala. W przypadku bankowych platform wymiany walut pod względem obrotów najważniejszym graczem jest kantor Alior Banku. Wspólnym mianownikiem wszystkich tych przedsięwzięć był bardzo wczesny moment startu na rynku. Oferta kantorów internetowych jest bardzo zbliżona do siebie, dlatego użytkownicy są lojalni i niechętnie zmieniają dostawcę walut. Nie bez znaczenia jest też wygoda - gdy już raz zdefiniowaliśmy wszystko w banku, nie czujemy potrzeby zmiany dostawcy.



Maciej Przygórzewski

główny analityk Internetowykantor.pl i Walutomat

się eksportem oraz importem i tak przygotowaliśmy pakiet usług, że jesteśmy w stanie kompleksowo obsłużyć transakcję walutową firmy - wymienić walutę, przesłać płatność, a dodatkowo zabezpieczyć przed ryzykiem walutowym, które jest największą złą zjawiską handlu międzynarodowego - tłumaczy Radosław Jarema i zaznacza, że specjalizacja to ważny trend rynku internetowej wymiany walut. - Mamy pakiet dostosowany do wymagań konkretnej grupy docelowej i obserwujemy, że to samo podejście próbują naśladować inne podmioty.

Eksperti uważają, że perspektywy polskich kantorów internetowych nadal są dobre, chociaż na pewno przechodzimy do fazy dojrzewającego rynku.

- Rynek będzie się rozwijał ilościowo przede wszystkim za sprawą generalnego upowszechniania internetu jako ośrodka wszelkich usług, ale także - miejmy nadzieję - rozwoju przedsiębiorczości, turystyki, globalizacji i otwartości na świat. Rynek pójdzie jeszcze bardziej w kierunku rozwoju jakościowego - nowych, komplementarnych usług, szerszej i bardziej profesjonalnej oferty kantorów online - podsumowuje Marcin Borek.

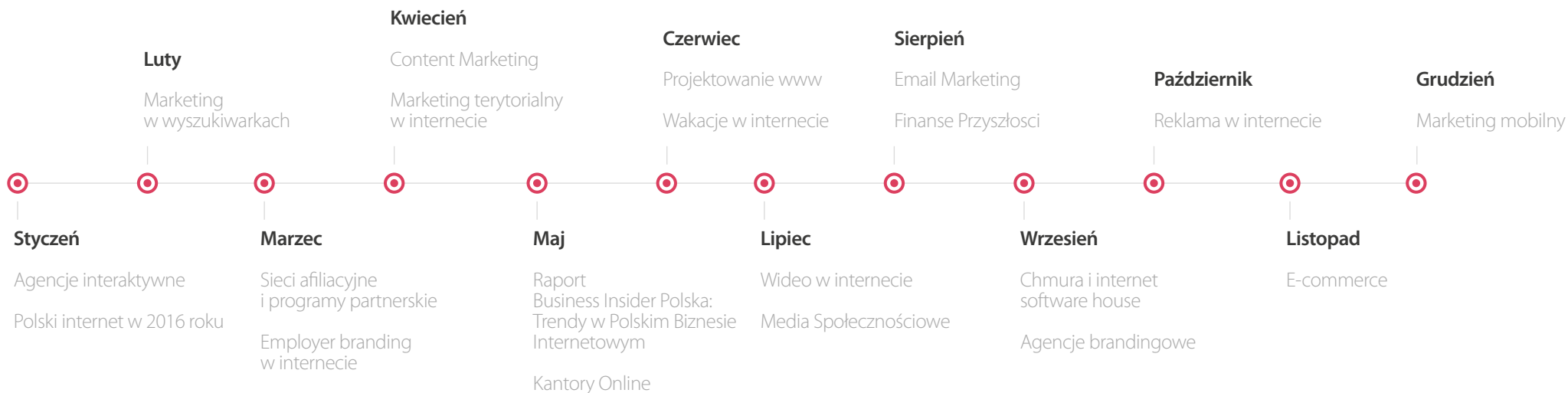
Ważnym trendem jest specjalizacja i skierowanie oferty do bardzo konkretnej grupy docelowej, np., tak jak w przypadku Akcenty. Naszymi klientami są firmy i to głównie te z sektora MŚP. Inne nowe trendy dotyczą segmentu firmowego, głównie dlatego, że ten indywidualny już trochę okrzepł. Wśród przedsiębiorców widzę rosnącą otwartość na porównywanie ofert bankowych z pozabankowymi, gdzie te drugie wypadają często lepiej. Ten trend wynika z innego - koncentracja na obniżaniu kosztów w tym także tych związanych z obsługą walutową. Najważniejszym trendem wśród klientów wymieniających kursy online jest rosnący poziom wiedzy o tym, że korzystny kurs można sobie zabezpieczyć na przyszłość, co przynosi przewidywalność marży. Wśród małych i średnich firm rośnie świadomość ryzyka kursowego, ale też rozwiązań finansowych, takich jak forwardy, które są odpowiedzią na to ryzyko.



Radosław Jarema
dyrektor zarządzający, Akcenta

2016

RAPORTY INTERAKTYWNIE.COM



Rezerwacja powierzchni reklamowej

reklama@interaktywnie.com

+48 697 395 858, +48 661 878 882

interaktywnie.com



KAŻDY RUCH JEST DOBRY, BY
DOTRZEĆ DO KLIENTA. W MORZU
POŻYWI SIĘ I REKIN, I PŁOTKA



Barbara Chabior

redaktor Interaktywnie.com

redakcja@interaktywnie.com



5

Reklama telewizyjna, promocje i rabaty, wersje mobilne i powiadomienia, karty walutowe - co jeszcze można zrobić, by przekonać do siebie? Kantory internetowe sięgają po różne metody pozyskania klientów. Czy w wyścigu tym jest miejsce tylko dla tych, których stać na wielkie inwestycje reklamowe?

Rozwój tej branży w polskiej sieci zauważyć mogą już nie tylko ci, których nosi po świecie lub znaleźli się w gronie pechowców zadłużonych bankach w obcej walucie. Reklamy walutowych biznesów są obecne już nie tylko w sieciowej przestrzeni. Wyciekły do tradycyjnych pasm telewizyjnych, są obecne nawet w prime time, a więc wchodzą bez kompleksów w najkosztowniejsze minuty reklamowe.

Telewizja, gazety, sieć, sponsoring i niekonwencjonalne ruchy

Wszyscy polscy kibice, a więc nawet tacy, którzy nie mieli żadnych powodów do wymieniania swoich

złotówek na inne, europejskie lub światowe pieniądze, dowiedziało się o istnieniu portalu Cinkciarz.pl, bowiem zaistniał on w paśmie reklamowym transmisji meczów na Euro 2012.

Na tym nie poprzestał. Firma zdecydowała się na podjęcie współpracy z amerykańską drużyną koszykarską Chicago Bulls. Na podobnej kategorii wydatek, na który stać niewielu, decyduje się jeszcze jedynie InternetowyKantor.pl oraz Ekantor.pl, który został sponsorem zielonogórskiego klubu żużlowego Falubaz.

A jeśli nie czołowe sponsoringi tytularne lub mainstreamowe telewizje, bo to jest dla wielu zdecydowanie za drogie, to



NATYWNI.PL

**PIERWSZA SIĘĆ
REKLAMY NATYWNEJ W POLSCE**

Dołącz jako wydawca lub reklamodawca

pozostaje jeszcze wciąż choćby obecność w portalach informacyjnych: e-kantory chętnie płacą za publikację sygnowanych ich logo notowań walutowych, raportów, wykresów wzrostów i spadków cen oraz opinie analityków reprezentujących serwisy wymiany. Co naturalnie nie znaczy, że to jedyny sposób docierania do klientów, bowiem pomocna może być również tradycyjna forma reklamy, na przykład informująca o promocjach i rabatach.

Oczywiście papierowe wydania gazet też mogą kojarzyć portale walutowe z gronem klientów. Może nie każdy będzie mógł pretendować na łamy Gazety Finansowej, ale każde medium, na miarę kieszeni właściciela internetowego kantoru, będzie korzystną formą przekazywania informacji o usłudze. Ale, nie ma co kryć, to zdecydowanie przestrzeń komunikacji tradycjonalistów.

Aby pójść z duchem czasu, trzeba pomyśleć o smartfonie! Większość obecnych na rynku kantorów internetowych posiada mobilne wersje swoich serwisów co sprawia, że użytkownicy mogą dokonać wymiany waluty za pośrednictwem swojego telefonu, kiedy tylko mają taką potrzebę. A jeśli oprócz tego klient może liczyć na SMS-y informujące o zmianach w kursach, to możliwe, że usatysfakcjonowany taką opieką i troską poczuje się związany z jednym określonym e-kantorem i szukać nowego nie będzie.

Orężem w walce o klienta mogą być jeszcze niestandardowe kroki - te zależą, jak w każdej branży, od odwagi, bezczelności i kreatywności ludzi od public relations w firmie. Czasem genialnym nośnikiem jest skandal, nieporozumienie lub absurdalny krok, a czasem wymyślenie czegoś, czego nie oferuje nikt, na przykład pomysł, jak zaistnieć w najlepszym miejscu na tabelach w internetowych porównywarkach walutowych, a czasem zaoferowanie przez internetowy kantor usługi dodatkowej w postaci możliwości wypłaty euro w bankomatach. Można iść krok dalej i umożliwić wypłatę pieniędzy bez karty, za to z pomocą smartfona.

Co jeszcze mogą zrobić kantory on-line w wyścigu po sukces? Co daje przewagę nad konkurencją? - Cena (kurs wymiany, spread) jest na pewno podstawowym polem konkurencji kantorów online. Wydaje się, że przy tak wystandaryzowanym produkcie, jakim jest wymiana jednej waluty na drugą, wszystko sprowadza się do kosztu. I tak w rzeczywistości jest tyle tylko, że kurs wymiany to nie jedyny składnik kosztu – mówi Marcin Borek, prezes zarządu Net Value, właściciela porównywarki kantorów internetowych Kurencja.com. - Na sumaryczny rozmiar wydatków wymiany walut składa się także cena (i czas) całej operacji, co z kolei zależy do tego, czy dany kantor ma konto w naszym banku. Łączny koszt obniżają też promocje oraz akcje lojalnościowe, które stosują kantory.

Tego samego zdania jest Michał Bartos, główny analityk

walutowy Ergo Kantor. - Cena waluty jest oczywiście pierwszym kryterium. Ale doświadczeni klienci wiedzą, że nie tylko to się liczy. Niektóre kantory pobierają dodatkowe prowizje od transakcji, niektóre pobierają opłaty za wszystkie przelewy – mówi analityk. - Ważna jest intuicyjna obsługa kantoru online, szybkość przelewów oraz bezpieczeństwo środków finansowych.

Michał Bartos podkreśla także, że wybierając „swoją” kantor online warto sprawdzić, czy na stronie internetowej są uwiarygodniające firmę informacje - dane kontaktowe, jej „staż”, wpis do Rejestru Działalności Kantorum NBP, poddanie się nadzorowi KNF, posiadanie certyfikatu SSL, podporządkowanie przepisom GIODO. Istotne jest też ustalenie, z iloma bankami kantor współpracuje.

Znacznie bardziej wyśrubowane oczekiwania powinni mieć ci, którzy wymieniają waluty na użytek prowadzonych biznesów. - Dla przedsiębiorców liczą się warunki wymiany, ale bardzo ważne jest dla nich, czy przez platformę mogą dokonać płatności, czego e-kantory nie oferują, podczas gdy platformy instytucji płatniczych już tak. Przedsiębiorcy liczą też koszty płatności, ich szybkość, opłaty za otwarcie i prowadzenie rachunku płatniczego oraz ceną dostępną dużej liczby walut. Ważną przewagą konkurencyjną platformy wymiany walut może być też doskonała obsługa i możliwość uzupełnienia kontaktu przez platformę kontaktem bezpośrednim ze specjalistą, jak również wygodny i nowoczesny system danej platformy

oraz jej bezawaryjność. Istotna jest możliwość negocjacji cen, transakcje forward oraz bezpieczeństwo na poziomie zbliżonym do banków - wylicza Radosław Jarema, dyrektor zarządzający instytucji płatniczej Akcenta w Polsce.

Nie zawsze więc przed konkurencją wyjdzie jedynie ten, kto jest najtańszy. Czasem cena nie gra roli, gdy ma się na uwadze bezpieczeństwo lub nieprawdopodobną prostotę operacji. Przewagę konkurencyjną można zyskać zaskakującym klientom elementem.

- Zupełnie inną niż ceny grupą przewag konkurencyjnych są mniej lub bardziej subiektywne elementy oferty kantorów. Wygoda, intuicyjność, a nawet kolorystyka serwisu www mogą przyciągać jednych klientów, a nie działać na innych - tłumaczy Marcin Borek. - Także poziom obsługi, w tym przede wszystkim postępowanie w sytuacjach trudnych (błędy w przelewach, opóźnienia w wymianie, wahania kursów w trakcie wymiany) mogą być ostatecznym testem jakości danego kantoru internetowego.

- O lojalności klientów zdecydować może też szeroki wachlarz usług. W dzisiejszych czasach kantor internetowy to nie tylko narzędzie do wymiany walut, lecz także miejsce, z którego można zlecić przelew, wypłatę gotówki w oddziale banku lub w bankomacie oraz wysłać pieniądze kurierem.

Ważne jest, aby w tych wszystkich aspektach proponować najnowocześniejsze rozwiązania i wykazywać się dużą elastycznością w zakresie dopasowania się do potrzeb klienta - zaznacza Anna Korzec, specjalista ds. PR Rkantor.com.

Jak przekonać do siebie, jak się utrzymać

- Niektóre kantory starają się eksponować unikalne, często wymagające indywidualnego podejścia do klienta elementy, takie jak na przykład negocjacje kursów, opieka dedykowanego doradcy. Jeszcze inne stosują szeroki marketing mix, a więc utrzymują korzystne ceny, często wspierane promocjami, stosują różne formy reklamy, w tym display, PPC, sponsoring, obecność w rankingach i porównywarkach. Takie podejście jest chyba najbardziej efektywne, ale na pewno nie jest to strategia dla najmniejszych i najmłodszych graczy, którym z braku adekwatnych funduszy marketingowych może być ciężko się przebić - uważa Marcin Borek.

Zdaniem Radosława Jaremy z Akcenty, przekonać do siebie można przejrzystością, otwartością i zapewnieniem klientowi, czy raczej jego pieniądзом, bezpieczeństwa. - Od początku działamy na polskim rynku jako instytucja płatnicza i nasza działalność jest bardzo jasno i precyzyjnie uregulowana i ściśle nadzorowana. To właśnie przyciąga do nas klientów, którzy nie znaleźli optymalnej oferty w banku, a nie chcą rezygnować z bezpieczeństwa finansów swojej firmy - tłumaczy dyrektor.

Klienci sami przekonują się do walorów internetowego rynku walutowego, bo - jak wylicza Michał Bartos - już zauważyli, że można zaoszczędzić na wymianie, co w przypadku konieczności spłacania przez 20 lat kredytu hipotecznego daje możliwość zaoszczędzenia na kupno samochodu wyższej klasy. Transakcja przez internet pozwala zaoszczędzić czas, nie trzeba wychodzić z domu, wypłacać realnych pieniędzy.

Co z e-kantorami, które dopiero raczkują lub - istniejąc już od jakiegoś czasu - prowadzą... morderczą walkę o przetrwanie? Jaka jest recepta na utrzymanie się na trudnym rynku? Marcin Borek: Dominacja rynkowa podmiotów, które powstawały w latach 2009-2011 nie oznacza, że młodsze i mniejsze kantory są bez szans. W ich wypadku atutem jest potwierdzona potrzeba rynkowa dla wymiany walut w internecie i stabilne zwyczaje klientów. Można osiągnąć sukces na tym rynku startując nawet teraz czy w najbliższych latach. Trzeba być tylko uważnym i nie popełniać błędów, na których uczyli się pionierzy. Dużą szansą nowych inicjatyw jest coś, co jest problemem dla dojrzałych operatorów, a mianowicie lojalność klientów, a w zasadzie brak lojalności klientów, którzy często są przywiązani do danego kantoru na tyle, na ile są leniwi aby poszukać lepszej oferty.

- Najmniejsi gracze najprawdopodobniej będą nadal eksploatować swoją niszę - uważa Anna Korzec, specjalista ds. PR Rkantor.com. - Wydaje się jednak, że bez znaczących inwestycji nie mają szans na zwiększenie bazy klientów i - co za tym idzie - swojego

przychodu. W parze z mniej zaawansowanym technologicznie serwisem może iść niższa jakość obsługi oraz, w porównaniu do największych podmiotów na rynku, znacznie mniejsza liczba funkcjonalności, które bardzo cenią klienci. Warto też pamiętać, że małe kantory online często działają jako dodatek do kantoru stacjonarnego, a ich klienci mogą wymieniać waluty online lub stacjonarnie - dodaje Anna Korzec.

Co może pomóc, dać szansę na powodzenie w tej walce na trudnym rynku? - Rynek jest wciąż rozwojowy, ale nie ma co zaprzeczać, coraz bardziej wymagający. Bariera wejścia do branży jest wysoka, lecz pomimo wysokich nakładów finansowych, niezbędnych do zaistnienia na rynku, powstaje coraz więcej kantorów. Pozytywne jest to, że baza potencjalnych klientów wciąż jest spora. Każda firma ma swoją własną strategię na rozwój biznesu - zapewnia Michał Bartos z Ergo Kantor.

O tym, że dla wielu jeszcze znajdzie się miejsce w tej branży, przekonuje przykład podany przez Michała Bartosa w postaci sugestywnego pytania: A kiedy ostatni raz płaciła pani rachunek za telefon na pocztce? Kiedy wysłała pani tradycyjny list, a nie e-maila albo wypłacała pieniądze z konta w oddziale banku? Pewne rzeczy właściwie przestaliśmy robić tak, jak mieliśmy w zwyczaju jeszcze kilkanaście lat temu. Dlaczego więc nie mielibyśmy wymieniać walut przez internet? Potencjał rozwoju rynku jest wciąż duży. Będzie się rozwijał, dopóki nie wejdziemy do strefy euro. Dopiero w długookresowej perspektywie może

się zdarzyć, że mniejsze firmy z branży internetowej wymiany walut będą musiały się przebranżowić lub też połączyć z innymi graczami.

Bank nie wygra na bank

Internetowe kantory banków powstają bez gorączkowych ruchów. Pierwszy w 2012 roku utworzył Alior Bank. W 2015 roku Raiffeisen założył Rkantor.com, który ma jednak odrębną strukturę - aby z niego korzystać, nie trzeba zakładać konta w banku. Czy banki, dysponujące infrastrukturą i rzeszą klientów, zagrożą graczom bez zaplecza?

Bankom będzie trudno się przebić, choć dobrze, że podjęły wyzwanie w zakresie walutowych usług dla klientów. Wiele osób będzie się czuło w bankach bezpieczniej. Jednak takich będzie, jak sądzą eksperci niezwiązani z bankowym sektorem, naprawdę niewielu. - Banki musiały zareagować, żeby zatrzymać przynajmniej część rynku. Tymczasem konkurencja jest bardzo duża. Tu bitwa jest głównie o klienta indywidualnego - przekonuje Radosław Jarema. - Pozabankowa wymiana walut mocno już w Polsce urosła i rynek jest naprawdę trudny.

Opinia Marcina Borka jest miażdżąca i nie zostawia bankom nadziei na zwycięstwo w starciu z pionierami sieciowej wymiany walut. - Nie są ogromnym zagrożeniem dla niezależnych operatorów. Wynika to z jednej strony z pułapki, w jakiej znajdują się same banki. Nadal wymieniają walutę swoich klientów

zgodnie z kursami w swoich tabelach, przy czym kursy te są znacznie gorsze niż w kantorach internetowych. Według naszych okresowych badań kursy w bankach, mierzone spreadami, są nawet dziesięciokrotnie gorsze niż w kantorach online. Zatem każdy bank, który decyduje się na otwarciu kantoru w internecie, chcąc konkurować z niezależnymi kantorami, musi w pewien sposób kanibalizować dochody na swojej tradycyjnej wymianie walut. Zresztą wielu klientów kantorów niezależnych korzysta z nich głównie dlatego, że nie są bankami, być może mają nie najlepsze wspomnienia - zauważa Marcin Borek.

Spółdzielcza wymiana walut

Dużą popularnością cieszą się portale, na których użytkownicy tworzą konta informujące o chęci kupna bądź sprzedaży konkretnej waluty. Serwisy pośredniczą w tego typu transakcjach, pobierając jedynie symboliczną opłatę za obsługiwane procesy wymiany. To alternatywa wobec tradycyjnych kantorów internetowych, a spora ich część zdecydowała się na poszerzenie swojej oferty właśnie o społeczną wymianę walut. Najpopularniejszym jest Walutomat, a na udostępnienie takiego narzędzia pośrednictwa pomiędzy użytkownikami zdecydował się również Cinkciarz.pl i Amronet.

REDAKCJA

Redakcja



Tomasz Bonek
prezes zarządu i redaktor naczelny
+48 71 302 75 35
tb@interaktywnie.com



Bartosz Chochołowski
redaktor działu wydań specjalnych
+48 71 302 75 35
bch@interaktywnie.com



Maciej Rynkiewicz
dziennikarz
mr@interaktywnie.com

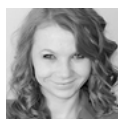


Barbara Chabior
redaktor Interaktywnie.com
redakcja@interaktywnie.com



Kaja Grzybowska
+48 71 302 75 35
kg@interaktywnie.com

Reklama



Anna Piekart
Dyrektor sprzedaży
+48 697 395 858
ap@interaktywnie.com



Iwona Bodziony
+48 661 878 882
ib@interaktywnie.com

Adres i siedziba redakcji

interaktywnie.com

Interaktywnie.com Sp. z o.o.
ul. Oławska 17 lok. 6 - III piętro
50-123 Wrocław
tel.: 71-302-75-35
redakcja@interaktywnie.com

NIP: 898-215-19-79
REGON: 020896541

Spółka zarejestrowana we Wrocławiu, kod pocztowy
50-302, przy ul. Jedności Narodowej 152/177, przez
Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we
Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego
Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000322917

Kapitał zakładowy 6 000,00 zł

Interaktywnie.com to specjalistyczny magazyn dla wszystkich pracujących w branży internetowej oraz tych, którzy się nią pasjonują. Serwis zintegrował także społeczność, klika tysięcy osób, które wymieniają się tu doświadczeniami, doradzają sobie, piszą blogi, rozmawiają o najnowszych rozwiązaniach.

Interaktywnie.com istnieje od 2006 roku, na początku był branżowym blogiem. W ciągu trzech pierwszych lat znacząco poszerzył się zarówno zakres tematyczny jaki i liczba autorów, którzy w nim publikują. Zostało to docenione przez jury WebstarFestival i uhonorowane statuetką Webstara Akademii Internetu. Oprócz tego wortal jest laureatem Grand Webstara 2008 dla strony roku.

Dziś Interaktywnie.com to nowoczesne internetowe medium tematyczne z codziennie nowymi newsami z rynku polskiego i międzynarodowego, artykułami, wywiadami oraz omówieniami najciekawszych stron internetowych.

Jego redakcja przygotowuje też cykliczne, obszerne raporty branżowe, dystrybuowane do najlepszej grupy odbiorców. Wśród nich są specjaliści zarejestrowani w Interaktywnie.com. Są to szczegółowe opracowania dotyczące poszczególnych segmentów rynku internetowego i zmian, które na nim zachodzą.

Raporty promowane są także każdorazowo w największych polskich serwisach: wp.pl, gazeta.pl, interia.pl, oraz w mediach branżowych, takich jak Marketer+ czy Marketing w Praktyce.

Więcej raportów: www.interaktywnie.com/biznes/raporty

Wykorzystane do raportu zdjęcia pochodzą z banku zdjęć Fotolia.com.

