

Moeiteloos aan boord?

De toekomst van onboarding in de Nederlandse financiële markt

Hoe ziet de toekomst eruit van het onboardingproces bij financiële instellingen in Nederland? En welke rol kan PwC daarin spelen? In onze visie stellen we als voorwaarde dat er voor moeiteloos digitaal onboarding een standaard komt voor persoonlijke, digitale identificatie. We onderscheiden drie klantgroepen: particulieren, mkb-klanten en grootzakelijke klanten.

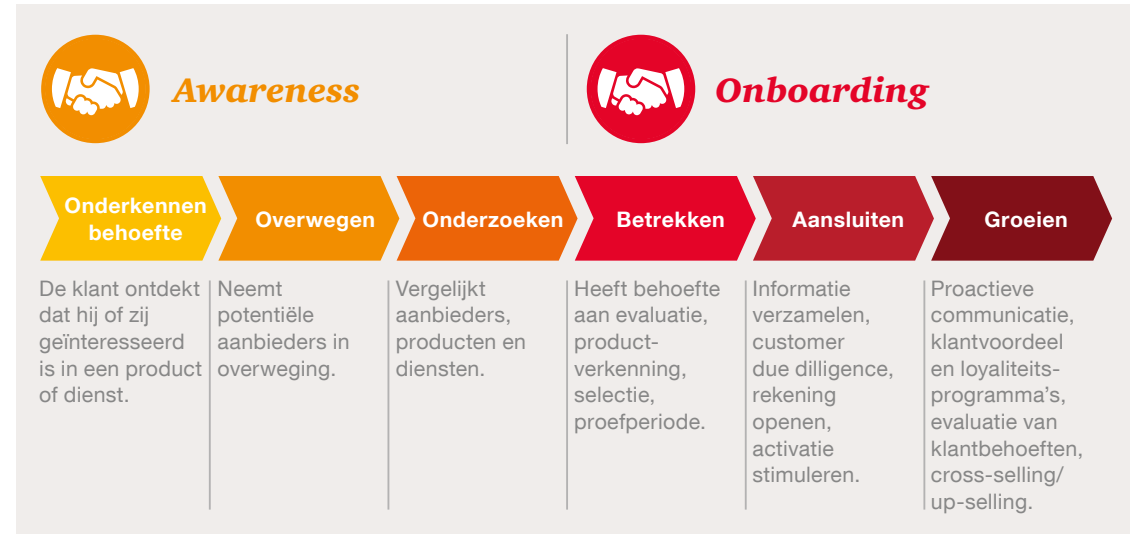
Particuliere klanten: volledig digitaal

Voor de particuliere markt zal onboarding volledig digitaal gaan plaatsvinden. De technologische ontwikkeling van biometrie maakt het nu al mogelijk dat klanten zich via een online videoverbinding of een selfie identificeren.

Voorwaarde voor moeiteloos digitaal onboarding is dat er een standaard komt voor persoonlijke, digitale identificatie. Banken kunnen hierin samen optrekken en wellicht kan het eID-stelsel, waarmee de rijksoverheid een standaard voor online dienstverlening wil creëren, tijdig op voldoende consensus rekenen. PwC adviseert banken over digitale identificatie en kan een rol spelen in het ontwerp en de implementatie van zo'n standaard.

Mkb-klanten: persoonlijke klantportal

Ondernemers in het midden- en kleinbedrijf dienen naast bijvoorbeeld privé-informatie van de directeur-grotaandeelhouder ook zakelijke documenten aan te leveren. Voor deze klantgroep wordt een moeiteloos en transparant onboardingproces mogelijk met een persoonlijke klantportal. In deze beveiligde, digitale omgeving, ziet de klant welke documenten vereist zijn en kan hij of zij deze uploaden.



Voorwaarde is dat de financiële instelling de vereisten in het systeem doorlopend digitaal op orde houdt. PwC werkt mee aan de opzet van zulke klantportals en kan de vertaling maken van wijzigingen in wet- en regelgeving naar eisen aan de klant.

Grootzakelijke klanten: via utility-partij

Grotere bedrijven en multinationals doen veelal zaken met meerdere financiële instellingen. Het aantal bankproducten en de daarvoor op te leveren hoeveelheid documentatie kan onoverzichtelijk groot zijn. Voor deze doelgroep is tussenkomst van een utility-partij een oplossing. Het grootbedrijf levert daar eenmaal de benodigde gegevens voor

identificatie en verificatie aan. De utility-partij distribueert de gegevens naar de verschillende banken voor het onboardingproces, bijvoorbeeld door gebruikmaking van blockchaintechnologie.

Voorwaarde voor deze werkwijze is dat banken overeenstemming bereiken over de toepassing van de open normen die vanuit DNB voor onboarding gelden. Banken interpreteren deze normen nu verschillend. PwC adviseert banken bij de individuele afweging over het hanteren van de normen. Onze specialisten werken graag mee aan de opzet van een utility-partij – desgewenst kan PwC die functie zelf vervullen.

Governance en organisatie
Stel vast wie verantwoordelijk is voor het onboardingproces en zorg dat de bedrijfscultuur aansluit op klantbehoeften.

Experience design
Zorg dat de klant aanvragen zelf kan doen via alle kanalen en dat de terugkoppeling beschikbaar is in alle kanalen, ongeacht het kanaal van de aanvraag.

Proces
Stroomlijn de processen en maak het zo eenvoudig dat de klant alleen krijgt wat hij of zij nodig heeft.

Risico
Implementeer een methode voor risicowaardering, in combinatie met een centrale database en geavanceerde data-analyse.

Compliance
Integreer het onboardingproces met centrale compliance en toezicht op de lokale en globale processen.

Data-analyse
Maak data-analyse onderdeel van het beslisproces. Baseer de beslissingen op klantdata zoals customer lifetime value en de customer journey.

Data-integratie
Centraliseer de dataverzameling, maak een realtime-360-gradenbeeld van de klant en zorg dat informatie gericht aan de klant persoonlijk en contextafhankelijk is.

Digitalisering en automatisering
Gebruik minder papier, meer workflowsoftware en voeg de documenten van klanten eraan toe.

Acht componenten van het onboardingproces

Hoe kunnen financiële instellingen het onboardingproces optimaliseren voor de toekomst? Vanuit onze internationale ervaring zijn we tot de volgende acht componenten gekomen, die elk aandacht verdienen bij het ontwerp en de implementatie.

Transparantie en vertrouwen zijn randvoorwaarden

Elke succesvol onboardingproces dient ingebed te zijn in de grotere, maatschappelijke trends. 'Transparantie is er daar één van,' zegt Thomas Rijnveld, PwC-director Financial Services. 'Vertrouwen is een andere voorwaarde bij het inrichten van het onboardingproces van de toekomst'. Zowel de bank als de klant van de bank wil erop kunnen vertrouwen dat gegevens veilig zijn. Dat geldt in het bijzonder wanneer een nieuwe utility-entiteit wordt opgericht, die waardevolle data van multinationals gaat beheren. PwC richtte eerder al een utility-entiteit op voor het bankverkeer op Guernsey.

Wat verstaan we onder onboarding?

Het 'aan boord krijgen' van de klant is in onze beleving niet een eenmalige gebeurtenis. Het proces van onboarding begint bij het eerste contact van de potentiële klant met uw financiële instelling, online of via de relationship manager. Na het aangaan van de commerciële verbintenis, door bijvoorbeeld het openen van een bankrekening, is er telkens sprake van onboarding als de klant besluit om van een aanvullende dienst of extra product gebruik te maken.

Contact

Thomas Rijnveld
T: +31 (0)88 792 51 20
E: thomas.rijneveld@pwc.com