

Cinkciarz.pl: nie boimy się euro w Polsce



W ciągu czterech lat Cinkciarz.pl ewoluował z nieznanego kantoru internetowego o szemranej nazwie do 30. największej firmy w Polsce. Dziś wyprzedza Carrefoura i Poczte Polską. Na czym polega jego fenomen?

- Czeńć kesz? Czeńć kesz? – mogli przez długie lata PRL-u usłyszeć zagraniczniacy od podejrzanych biznesmenów o rozbieganym wzroku. Początkowo nazywano ich „czarnogiełdziarzami” albo „waluciarzami”, z czasem od tego ich „czeńć kesz” (czyli „change cash”) nazwano ich „cinkciarzami”. Chociaż bywało, że za nielegalny handel walutami groziła nawet kara śmierci, biznes kręcił się aż do czasów transformacji. Dla Cinkciarz.pl biznes nadal się kręci. Kantor internetowy ruszył na dobre w 2010 roku, a dziś jest już na 30. miejscu wydanej przez „Rzeczpospolitą” listy 500 największych firm w Polsce.

Pomysł był dziecinnie prosty. Wystarczyło zredukować koszty wynajmu lokali na mieście oraz pensji kasjerów i ochroniarzy do okrągłego zera złotych, aby od każdego klienta móc pobierać mniejszą takse za transakcje walutowe. Dobrym nawozem dla kiełkującego biznesu okazały się kredyty we frankach. Po uchwaleniu ustawy umożliwiającej kredytobiorcom samodzielną wymianę walut sieroty po franku zaczęły szukać najkorzystniejszego kursu. Naprzeciw wyszedł im Cinkciarz.pl. I tak to się zaczęło.

Zaspokoić ADHD-owców

- Trzy rzeczy są naprawdę istotne w internecie. Po pierwsze cena, bo w internecie łatwo porównywać ceny. Druga rzecz to łatwość dokonywania transakcji i czas realizacji usługi, a trzecia to zaufanie – mówi dr Piotr Kiciński, wiceprezes Cinkciarz.pl. - Co do ceny, waluty kupujemy w kilkunastu bankach, w tym międzynarodowych podmiotach. Jest tylko kilka kantorów, które dysponują specjalnym, autorskim algorytmem, który wybiera najkorzystniejsze źródło dostawy dla danej waluty i wielkości transakcji. Trzeba to robić naprawdę dobrze, bo sprzedając waluty, zarabiamy w groszach – tłumaczy. W takim biznesie przede wszystkim liczy się masa.

A sądząc po wynikach, kantor nieźle sobie radzi z obsługą tejże masy. Obecnie oferuje 25 walut zagranicznych, a

wymiana, której można dokonywać w 8 językach, 24 godziny na dobę i 7 dni w tygodniu, zajmuje zwykle kilka sekund. - Wielu klientów w internecie ma swego rodzaju ADHD. Nie dotyczy to zresztą tylko usług płatniczych. Klienci oczekują, że dostawa waluty jest online. Chociaż jesteśmy tu liderem, to czasami nie jest to możliwe z winy specyfiki regulacji i systemów transakcyjnych poszczególnych banków – wyjaśnia Kiciński. Żeby wszystko jeszcze bardziej usprawnić, w zeszłym roku kantor uruchomił aplikację na smartfony i Samsung Smart TV. - Gdziekolwiek pojawiają się klienci, my też tam chcemy być – zapewnia wiceprezes.

Natomiast jeśli chodzi o zaufanie, Cinkciarz.pl chciałby być tam, gdzie banki. - Banki są instytucjami zaufania publicznego. My na razie aplikujemy, żeby zostać domem maklerskim i instytucją płatniczą. Współpracujemy w tym zakresie z KNF. I może to paradoksalnie zabrzmieć, ale chcemy być bardziej regulowani, bo to zwiększa zaufanie klientów. Tak jak w przypadku banków. Już jesteśmy w systemie SWIFT jako jedna z nielicznych instytucji niebankowych, posiadamy certyfikaty zabezpieczające EV, PCI DSS, jesteśmy nadzorowani przez NBP, Ministerstwo Finansów i GIODO, nasze finanse prześwietla uznany audytor Grand Thornton. Nawet gdybyśmy chcieli robić bank, a nie jest powiedziane, że chcemy, to jest to wejście na zupełnie inną ścieżkę. Nie mówimy „nie”, jeśli to będzie miało sens, ale na razie o tym nie myślimy – mówi wiceprezes Kiciński. - Wymaga to ludzi, pieniędzy i czasu. Bank to minimum 5 mln euro kapitału, a w rzeczywistości trzeba wyłożyć o wiele więcej. Dziś koncentrujemy się na tym co robimy najlepiej na rynku – dodaje.

Toteż zamiast rozszerzać zakres produktów o grząskie kredyty konsumenckie, Cinkciarz.pl chce na dobre zawładnąć rynkiem wymiany walut. Stąd medialna ofensywa, którą obserwujemy od kilku miesięcy.

Copyright © 2014 Biznes.pl