



**BT Pay, super-app-ul pentru  
banking de zi cu zi**

**2 milioane de clienți ai Băncii Transilvania  
folosesc BT Pay**

**Februarie 2022**





## Banking oricând, de oriunde

2 milioane de persoane folosesc [BT Pay](#), iar fiecare al doilea card emis de Banca Transilvania este în format digital, înrolat în aplicație.

Cu ajutorul BT Pay pot fi făcute plăți contactless, transferuri de bani, plata facturilor, pot fi confirmate cumpărăturile online sau pot fi făcute donații. De asemenea, ajută la gestionarea cardurilor sau la retragerea de bani de la bancomat fără să mai fie nevoie de cardul fizic. Este opțiunea cea mai comodă pentru a aplica pentru un card de cumpărături STAR ori pentru un overdraft.

Clienții Băncii Transilvania care au carduri la alte bănci sau FinTech-uri le pot adăuga în BT Pay, pot efectua transferuri către cardurile BT și pot vizualiza soldul acestor carduri prin opțiunea Open Banking.

Aplicația oferă un overview în 360°, care permite adăugarea tuturor cardurilor BT: cele ale persoanelor fizice, cât și cele de business, precum și a cardurilor non-BT.

BT Pay este deschizător de drumuri pentru plățile contactless cu telefonul, fiind prima aplicație wallet de acest tip lansată în România, în 2018. În cei patru ani a schimbat comportamente și a generat trenduri.

De asemenea, a format o întreagă comunitate de utilizatori care, datorită BT Pay, interacționează diferit cu banca – oricând și de oriunde.

Acest #WhitePaper este despre cea mai apreciată aplicație a Băncii Transilvania, devenită un super-app de banking și payments, folosită pentru banking de zi cu zi.

BT Pay înseamnă banking modern, contemporan.

## Topics:

- 01** De la accesoriile de plată (wearables) la BT Pay
- 02** O zi cu BT Pay
- 03** Principalele funcționalități și trenduri generate
- 04** Impactul aplicației

# 01

## De la accesorii de plată la BT Pay

Banca Transilvania are o poziție de leadership pe piața de carduri din România atât pe partea de emiterie, cât și de acceptare.

Este vorba de soluții de plată complementare: pe de o parte, soluțiile de plată cu telefonul (BT Pay, Apple Pay, Google Pay), wearables, ceasuri smart (Fitbit Pay, Garmin Pay) sau cardul tradițional, iar pe de altă parte, soluțiile pentru comercianți: POS-uri tradiționale, POS-uri Android, aplicația de POS prin telefon, soluția proprie de eCommerce BTeComm, multi-merchant loyalty STAR etc.

Doriința BT de a oferi opțiunea plății cu telefonul s-a activat acum aproximativ 6 ani, doar că atunci tehnologia și infrastructura erau diferite. Din acest motiv, planul băncii s-a îndreptat spre lansarea de accesorii de plată (wearables), care au fost o opțiune *altfel* pentru a plăti contactless: cu brățară, cu ceas etc. Atunci când piața contactless a devenit suficient de matură astfel încât POS-urile să permită acceptarea pe scară largă a plăților contactless, precum și penetrarea rapidă a smartphone-ului în rândul românilor, toate acestea au fost decisive pentru pasul următor - plățile cu telefonul. Din 2018 s-a schimbat povestea și BT Pay a devenit un nou mod de interacțiune a clienților cu banca.

Banking-ul la distanță este o consecință a transformării digitale a băncii, iar inovația tehnologică a schimbat modul în care serviciile BT ajung la public, a crescut rapiditatea și accesibilitatea acestora, iar - pe de altă parte - autonomia clienților.



2 milioane  
de users



4 ANI DE  
BT Pay

# ECHIPA

ADN-ul Băncii Transilvania înseamnă, pe lângă spiritul antreprenorial, o parte din ce au FinTech-urile deoarece, ca business, BT a dorit să fie mereu în avangardă.

Echipa este motorul acestui parcurs. Dacă la început, când s-a conturat conceptul eram o mână de oameni, BT Pay are azi în spate, pe lângă colegii din zona de **business**, o echipă extraordinară de **tehnologie**, atât intern, cât și extern, precum și mulți colegi din departamente complementare: **marketing, PR, juridic, conformare, risc**, care fac așa încât mixul să fie unul optim pentru continuarea *roadmap-ului* ambițios pe care îl avem în față.

Partenerii cu care am pornit la drum în 2018: Endava, Visa și Mastercard.



# 02

## 0 zi cu BT Pay

ianuarie 2022

Cu ajutorul principalelor sale funcționalități, dacă luăm în considerare cifrele la zi, aplicația înseamnă:

**250.000**

de plăți cu telefonul/zi

**100.000**

de transferuri de bani/zi

**150.000**

de confirmări ale cumpărăturilor online/zi

**1,5 milioane**

de verificări a banilor din cont/zi

**2.000**

de plăți facturi/zi prin opțiunea lansată recent



# Principalele funcționalități și trenduri generate

ianuarie 2022

**1** Afișarea soldului cardului  
1,5 milioane/zi

**2** Plata cu telefonul  
250.000/zi

**3** Plăți online -  
vizualizarea datelor  
cardului și confirmarea  
plăților online

150.000 de confirmări a  
plăților online pe zi

**4** Card digital înainte  
de primirea  
cardului fizic

Peste 300.000 de carduri  
(2021) adăugate digital  
înainte de ridicarea  
cardului fizic

**5** Gestionarea cardurilor

Setare limite de tranzacții  
Blocare și deblocare card  
Plata obligațiilor lunare pe cardul de credit



Transfer de bani  
P2P, IBAN și Alias Pay **6**  
100.000/zi

Solicitare full online  
card de cumpărături  
STAR și overdraft **7**

20% din numărul de  
carduri STAR Forte/lună,  
emis online

Retrageri de  
numerar de la ATM **8**

Creștere de 2,5 ori în 2021  
față de 2020

Donații **9**  
500.000 de lei donați  
în 2021 de utilizatorii  
BT Pay

Plata facturilor **10**  
2.000 de plăți de  
facturi/zi

**11** Actualizarea datelor personale  
Canalul preferat al clienților pentru  
actualizarea datelor din sistemul băncii



Plățile cu telefonul devin ceva obișnuit pentru plata la comercianți. Dacă în 2018 doar 2% din plățile făcute la POS erau cu telefonul, în 2022 am ajuns la 30%.

Transferurile de bani sunt tot mai apreciate datorită faptului că sunt realizate instant și e necesar doar numărul de telefon al destinatarului.

De asemenea, pentru gestionarea cardurilor este folosit tot mai mult telefonul deoarece prin BT Pay se poate afla suma din cont, tranzacțiile, pe ce s-au cheltuit banii - grupat pe categorii, detaliile cardului, pot fi confirmate plățile online etc.

În linie cu creșterea preferinței (și a necesității) pentru cumpărăturile online, vedem o creștere și în BT Pay pentru solicitarea datelor de card necesare acestor plăți (peste 1,5 milioane de vizualizări/lună) și, implicit, a confirmărilor cumpărăturilor online prin aplicație.

Retragerile cash cu telefonul sunt o necesitate în app, dacă ne gândim la conceptul de a înlocui portofelul fizic cu cel electronic. Funcționalitatea este folosită de utilizatori mai mult pentru *cash de urgență*, comportamentul lor fiind îndreptat în principal către plățile cu telefonul sau online.



A professional portrait of Gabriela Nistor, a woman with shoulder-length brown hair and bangs, wearing a black blazer over a light-colored top and a pearl necklace. She is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a whiteboard with some faint writing and a wall-mounted device.

# Gabriela Nistor

**Director General Adjunct, Head of Retail Banking & Network,  
Banca Transilvania**

Unicitatea BT Pay stă în faptul că, strategic, aplicația s-a axat pe card, nu e construită în jurul contului curent. Astfel, platforma a servit o nevoie foarte tangibilă, transformând portofelul fizic al clientului într-un portofel digital, oamenii vizualizând pe telefon exact cardurile pe care le aveau în acel portofel. Noi am pus în BT Pay cardurile clienților, aceleași cu cele fizice din oferta BT, cu exact același design, ceea ce a făcut ca adopția acestui wallet digital – BT Pay – să fie foarte naturală.

De altfel, studiile arată ca adopția produselor digitale este de succes și are un grad ridicat exact atunci când oamenii nu au nevoie de cunoștințe speciale pentru a folosi o anumită aplicație, când lucrurile li se par naturale, familiare.



A portrait of Oana Ilaș, a woman with long dark hair and blue eyes, smiling. She is wearing a dark blue long-sleeved shirt. Her hands are clasped in front of her. She is wearing a watch on her left wrist and a bracelet on her right wrist. The background is a blurred office setting with vertical blinds.

# Oana Ilaș

**Director Executiv, Retail Products Management & Development,  
Banca Transilvania**

BT Pay înseamnă **simplicitate**, așa încât clienții să ajungă la ceea ce doresc cu cât mai puține click-uri. **Agilitate** – pentru că venim permanent cu funcționalități noi pentru soluții cât mai utile de banking la distanță și experiențe cât mai bune pentru clienți.

**Agregare** pentru că BT Pay rezolvă mai multe nevoi și astfel face parte din viața noastră de zi cu zi.

De asemenea, înseamnă **comunitate** deoarece odată cu multiplicarea numărului de utilizatori BT Pay s-a transformat într-un super-app care a format o întreagă comunitate, care cuprinde acum 2 milioane de persoane.

# 04

## Impactul aplicației

**Formarea unei comunități de 2 milioane de clienți**

**Schimbare de comportamente**

**Trenduri noi**

**Incluziune financiară**

**Creșterea adopției banking-ului la distanță**

Digitalizarea are legătură directă cu sustenabilitatea. În cazul BT Pay, aceasta vine în primul rând cu digitalizarea cardurilor. Apoi, are legătură cu implicarea în comunitate prin ușurința cu care se pot face donații către ONG-uri.

De asemenea, este încurajat un stil de viață sănătos prin integrarea BT Pay cu aplicațiile de monitorizare a activității fizice Google Fit, Apple Health și Fitbit, oferind utilizatorilor acces la premii în funcție de activitatea lor fizică.

Ca dezvoltare, urmăm trendurile, suntem foarte atenți la ce se întâmplă în afară, chiar și în alte industrii, și mai ales ce se întâmplă în societatea noastră și în alte părți: cum trăiesc oamenii, cum își fac cumpărăturile, cum călătoresc etc. Extindem platforma concentric, în funcție de cele mai frecvente nevoi ale clienților, și nu neapărat pe sistemul

clasic al unei platforme de Mobile Banking, iar prin asta ne asemănăm mai mult cu abordările FinTech-urilor.

Păstrăm mereu în minte **experiența clienților în utilizarea aplicației**, care rămâne foarte importantă, dar în viitor nu va mai fi un diferențiator pentru că toți jucătorii din piață fac pași importanți în această direcție.

Studiile arată faptul că oamenii, deși au pe telefoanele lor mobile mai multe aplicații, folosesc în mod activ între 30 și 40.

Probabil că, dintre acestea, un client va ajunge să folosească una sau poate cel mult două aplicații financiare. Este foarte important să ai un app care să fie printre ele, **să își merite locul printre aplicațiile folosite.**

Continuăm să lucrăm la dezvoltarea BT Pay ca la un **ecosistem**, astfel încât să ajungem să creăm acele **network effects** care generează premisele creșterii utilizării acesteia.

Strategic vorbind, cea mai mare provocare a noastră este că, odată cu funcționalitățile și opțiunile noi pe care le vom aduce în BT Pay, să păstrăm simplitatea și intuitivitatea în utilizarea aplicației, astfel încât clienții să găsească ușor ceea ce caută: **simplitate în complexitate.**



## **Autori**

Gabriela Nistor

Director General Adjunct, Head of Retail Banking & Network, Banca Transilvania

Oana Ilaș

Director Executiv, Retail Products Management & Development, Banca Transilvania

Alina Fănățan

Șef Serviciu Loialitate Carduri, Banca Transilvania

Laura Petrehuș

Director Adj. Comunicare & PR, Banca Transilvania

Speranța Carp

Designer grafică, Banca Transilvania