

## Banki wiedzą o nas coraz więcej

Finanse i bankowość | Artykuły / Maciej Samcik

W XXI wieku nasza wiarygodność płatnicza zależy nie tylko od tego, jakie informacje na nasz temat są zgromadzone w BIK-u (czyli od historii spłat poprzednich kredytów) oraz od tego, czy dobrze spłacamy bieżące rachunki (a więc czy nie „wisimy”, jako nierzetelni płatnicy, na czarnych listach biur informacji gospodarczej). W ocenie naszej wiarygodności zaczyna się liczyć to, co piszemy na Facebooku, jakich mamy znajomych w internecie, co wiadomo o nas w LinkedIn oraz czy mamy podpętą kartę do PayPala (i ewentualnie jaka to jest karta, z jak wysokim limitem).

### TREŚĆ ARTYKUŁU:

---

**W XXI wieku nasza wiarygodność płatnicza zależy nie tylko od tego, jakie informacje na nasz temat są zgromadzone w BIK-u (czyli od historii spłat poprzednich kredytów) oraz od tego, czy dobrze spłacamy bieżące rachunki (a więc czy nie „wisimy”, jako nierzetelni płatnicy, na czarnych listach biur informacji gospodarczej). W ocenie naszej wiarygodności zaczyna się liczyć to, co piszemy na Facebooku, jakich mamy znajomych w internecie, co wiadomo o nas w LinkedIn oraz czy mamy podpętą kartę do PayPala (i ewentualnie jaka to jest karta, z jak wysokim limitem).**



Jestem dziwnie pewien, że za kilka lat będzie to już standard we wszystkich bankach, które udzielają kredytów konsumpcyjnych, samochodowych lub hipotecznych. Ale, jak to zwykle bywa, wszystko zaczyna się od firm technologicznych, działających w branży finansowej. Pierwsi pośrednicy finansowi w Polsce – głównie firmy zajmujące się pożyczkami społecznościowymi oraz pożyczkami gotówkowymi – zaczynają już współpracować z brytyjskim serwisem FriendlyScore, który specjalizuje się w alternatywnych formach badania wiarygodności płatniczej klientów.

Jak to działa? Otóż FriendlyScore prosi potencjalnego pożyczkobiorcę o podłączenie jego kont w serwisach społecznościowych (LinkedIn, Google, Twitter i Facebook) do konta na FriendlyScore bądź na korzystającej z jego usług stronie internetowej. Z serwisów społecznościowych będą od tego momentu zaciągane informacje dość dokładnie odzwierciedlające status towarzyski i finansowy klienta.

W FriendlyScore twierdzą, że na podstawie danych, które większość z nas zostawia o sobie na portalach społecznościowych da się bez problemu określić sytuację rodzinną delikwenta, jego doświadczenie zawodowe,

a nawet poziom dochodów. Oczywiście nikt nie zamierza nikogo zmuszać do poddania się takiej wiwisekcji, ale jeśli ktoś się na to zgodzi i przejdzie taki social scoring pozytywnie, to będzie mógł w pożyczać taniej pieniądze.

Poszedłem na stronę FriendlyScore i zalogowałem się przez swoje konto w Facebooku. Natychmiast wyświetlił mi się ekran, na którym poproszono mnie, bym zalogował się też na konto Google (tam zbadają moją codzienną aktywność, zainteresowania i kontakty), na Twittera (tu prześwietlą kto mnie śledzi i kogo ja śledzę oraz czym się interesuję), na LinkedIn (tu zweryfikują moją historię zawodową) oraz na konto PayPal (gdzie przeanalizują co, kiedy i za ile kupowałem, a więc ile mniej więcej mogę zarabiać, pobiorą moje dane adresowe i sprawdzą czy mam kartę kredytową i ewentualnie jaką).

Social scoring bazuje m.in. na algorytmie, który bierze pod uwagę zidentyfikowane wcześniej korelacje. Np. sprawdza spójność wpisywanego miejsca pracy w różnych mediach społecznościowych (wykrywając ewentualne nieścisłości). W ramach konta Google system sprawdzi, z jakich aplikacji googlowskich korzystam, np. czy prowadzę kalendarz (to działa na plus, bo oznacza, że jestem systematyczny i skrupulatny). Podobno nie sprawdzają liczby, ani tematyki wrzucanych przez klienta postów, bo to ponoć nie ma znaczenia.

Przeszedłem przez weryfikację scoringową na FriendlyScore i powiem szczerze, że jestem pod wrażeniem, jak to chodzi. Przypięcie do Facebooka zajęło kilka sekund, a potem – przy weryfikacji w kolejnych portalach społecznościowych – system już sam rozpoznawał mnie po nazwisku lub po zdjęciu, więc tylko klikałem zgodę na przekazanie aplikacji wszystkich danych oraz nerki. Strach obleciał mnie przy PayPalu. FriendlyScore obiecuje, że nie sprzedaje żadnych danych na temat swoich klientów, ani nie gromadzi żadnych haseł. Jest też obietnica, że żaden żywy człowiek nie będzie czytał danych, które system wysysa z portali społecznościowych, podobno wszystko jest automatyczne. Obleciał mnie cykor i weryfikację PayPala odpuściłem. Mimo wszystko FriendlyScore przepuścił mnie do finalnej oceny i po jakichś 10 sekundach wypuł wynik: 913 na 1000 możliwych punktów i ocena "impressive".

Zakładam, że duża część danych, które można pozyskać z Facebooka, Twittera, LinkedIn, czy z konta Google oraz z Paypala to te same dane, które podaje się we wniosku kredytowym w banku. Tyle, że tutaj to dzieje się naprawdę błyskawicznie. No i dla banku zebranie tych wszystkich danych (najczęściej pracownicy wklepywanych do formularzy) to jest dopiero pierwszy krok, potem następuje słynna weryfikacja klienta w BIK. A tutaj wnioskowanie na podstawie danych z portali społecznościowych jest posunięte tak daleko, że wystarcza do wystawienia scoringu decydującego o oprocentowaniu ewentualnej pożyczki.

Czy to będzie skuteczne? Cóż, sprawdzą to na własnej skórze ci, którzy w oparciu o taki "społecznościowy scoring" udzielą komuś pożyczki. Każdy model jest tak dobry, jak jego najslabszy element. Czy model FriendlyScore ma jakieś poważne słabości? Wyjdzie w praniu. Wydaje mi się, że banki powinny bać się tego typu nowinek, bo młodzi ludzie i bez tego uważają chodzenie do banku za obciach. Płatności mogą wykonywać u niebankowych pośredników, oszczędności nie mają, a jeśli będą też mieli do dyspozycji tani, szybki i nieinwazyjny sposób uzyskania oceny wiarygodności kredytowej, to bankom – o ile szybko nie nauczą się tego samego – bardzo trudno będzie odzyskać dla siebie to pokolenie.

Natomiast bardzo jestem ciekaw, jak zostanie przyjęta „inwigilacja” społecznościowa prowadzona z otwartą przyłbicą. Bo nieoficjalnie być może niektóre banki już sprawdzają swoich klientów na Facebooku. Skoro nawet ZUS przyznaje, że szuka tam fikcyjnych „użytkowników” zwolnień L-4 to nie wierzę, że banki też nie idą tą drogą. Ale co innego robić to zakulisowo, a co innego oficjalnie, czarno na białym.

Oczywiście wszędzie tam, gdzie banki i pozabankowi pośrednicy pożyczają pieniądze, trwa nieustanna wojna

informacyjna. Pożyczkodawcy starają się dowiedzieć o swoich klientach jak najwięcej (by właściwie ocenić ryzyko wynikające z przekazywania im kasy), zaś chętni na pożyczki często-gęsto nie mówią całej prawdy o sobie, by zminimalizować ryzyko odrzucenia swojego wniosku. Szczególnym przypadkiem są klienci, w przypadku których określenie „nie mówią całej prawdy” to eufemizm – oni po prostu lżą, licząc na to, że pożyczkodawcy dadzą się nabrać.

Ci ostatni nabierają się niezbyt często, z danych Biura Informacji Kredytowej wynika, że odsetek kredytów i pożyczek, które okazują się fraudami (czyli wyłudzeniami), nie przekracza w branży 4% wszystkich udzielonych. Dużą w tym zasługę mają różnego rodzaju systemy antyfraudowe, których zadaniem jest sygnalizowanie wszelkich rozbieżności pomiędzy informacjami podanymi przez klienta oraz rzeczywistością. Albo jakichś podejrzanych zależnościach między danymi.

Na jednej z konferencji finansowych, którą miałem przyjemność prowadzić, wystąpili przedstawiciele Biura Informacji Kredytowej – to założona przez banki baza danych o naszych obecnych/przeszłych kredytach – i pokazywali działanie stworzonej przez siebie platformy antyfraudowej. Porównuje ona dane o kliencie z różnych miejsc i szuka nieprawidłowości. Automatyczna formuła porównująca wiek klienta z innymi parametrami, adres zamieszkania z tym podawanym wcześniej, dane finansowe podawane w różnych wnioskach... W XXI wieku coraz trudniej jest ukryć wstydliwą prawdę.