

Vedlegg 1

Finansportalen.no – bedre informasjon til forbrukerne, datert 9. juni 2006

Suksesskriterier for en finansportal i Norge

1. Sluttbrukerne i finansmarkedet primærmålgruppen

Portalen må primært rette seg mot sluttbrukerne i finansmarkedet og deres behov. Forbrukere er en heterogen gruppe, med ulike interesser og behov. Dette må gjenspeiles både i portalens omfang og presentasjonsform, jf. punktet nedenfor.

2. Breddt omfang av finansielle produkter og tjenester

Finansportalen må tilby bedre og mer relevant informasjon og data enn hva som ellers gis av spredte tilbud på markedet i dag. Den må være et sted den gjengse forbruker går for å finne en samlet oversikt over de viktigste finansielle produktene og tjenestene man har bruk for i de ulike livsfasene. Portalen bør tilby kategorisert informasjon og data om ulike typer finansielle produkter, samt mulighet for sammenligning på vilkår og pris. Presentasjonsformen avhenger av produktenes/tjenestenes kvalitative forskjeller. Det vil derfor være nødvendig med en blanding av rene faktaopplysninger, prisoversikter, forklaring av vilkår, automatiserte "kalkulator"-løsninger med mulighet for å legge inn egne data og søke fram et resultat og artikkel-/nyhetspreget stoff.

Lån, kreditt og dagligbanktjenester er forholdsvis enkle produkter som nesten alle har et forhold til. Det finnes i dag nettstedet drevet av ulike medieaktører som tilbyr relevant informasjon og mulighet for sammenligning på dette området. Utfordringen for disse aktørene er kvalitetssikringen av dataene.

Forsikring er et komplisert produkt, og sluttbrukerne etterlyser her muligheten til å sammenligne premier og vilkår - gjerne med populariserte forklaringer av vilkårene. Med endringen i forsikringsavtaleloven 1. januar 2006, har forbrukerne nå mulighet til å flytte forsikringer hele året. Dette vil trolig bidra til at sluttbrukerne i større grad vil ønske å vurdere de vanligste forsikringenes vilkår og pris, noe som igjen vil styrke konkurransen innenfor forsikringsmarkedet.

Når det gjelder sparing må forbrukerne både kunne sammenligne ulike tilbud innenfor samme produktgruppe, og ha mulighet til å sette forskjellige spareprodukter opp mot hverandre. Kvalitativ informasjon om de ulike spareproduktene er også nødvendig.

3. Uavhengighet til bransjen

For å sikre portalens troverdighet og at det ikke oppstår interessekonflikter, er det avgjørende at finansportalen er en selvstendig organisatorisk enhet, eksempelvis en stiftelse. Stiftelsen bør finansieres over statsbudsjettet. Stiftelsen bør ha et styre der de tre organisasjonene samt finansnæringen er representert. Stiftelsen skal ha ansvaret for driften av portalen, herunder kvalitetssikring og kontroll av data, og produksjon og oppdatering av informasjon.

4. Forskriftsfestet opplysnings- og rapporteringsplikt

Medieaktørene har ingen hjemmel for å kreve inn opplysningene fra bankene, noe som ifølge aktørene selv resulterer i at dataene ikke alltid er korrekte eller oppdaterte, og at flere

institusjoner er utelatt fra oversiktene. En finansportal med hjemmel til å kreve at dataene fra finansinstitusjonene innrapporteres, vil derimot kunne sikre at dataene og informasjonen som tilbys er korrekt og oppdatert til enhver tid.

5. Solid kompetanse om finansielle produkter og tjenester

For å utvikle og drifte finansportalen på en tilfredsstillende måte, må stiftelsen drives av fagfolk med god bransjekompetanse og omfattende kjennskap til de ulike finansielle produktene og tjenestene i markedet.

6. Råstoffleverandør til media og andre interesserte aktører

En bred finansportal vil være en god informasjonsressurs og rådataleverandør for medieaktører og andre interessenter med et forbrukerperspektiv. På denne måten sikres disse korrekte og oppdaterte data til enhver tid. Gode relasjoner til media er også viktig for å spre informasjonen i flere kanaler, slik at det blir mulig å nå også de forbrukerne som ikke benytter Internett som informasjonskanal.

7. Brukervennlig nettløsning

Enhver nettbasert løsnings suksess avhenger av løsningens evne til å være intuitiv og enkel i bruk - være brukervennlig - og ha et innhold som imøtekommer brukernes behov. God funksjonalitet og design må derfor vektlegges helt fra utviklingsperioden og fram til portalens lansering, med gjentatte brukertester underveis. Uten dette på plass, vil finansportalen aldri oppnå en kritisk brukermasse.

8. Grundig utviklingsfase

Med en portal som søker å dekke et bredt spekter av produkter og tjenester helt fra lansering, vil en omfattende og grundig utviklingsfase være nødvendig. En solid grunnkonstruksjon vil også forenkle den daglige driften og muliggjøre videre utbygging av portalen på sikt.

9. Veldefinerte parameterdata

Finansportalen baserer seg på overførte data fra finansinstitusjonene. Disse dataene må være sammenlignbare, slik at manuelt redaksjonelt etterarbeid holdes på et minimum. Automatiske løsninger for overføring av data er mest hensiktsmessig. Ved utvalg og definisjon av de nødvendige parameterdataene for slik dataoverføring, må bransjen selv medvirke.

8.10. Enkel drift

Driften av portalen - oppdateringer av informasjon og data - må kunne gjøres raskt og pålitelig for å ha troverdighet og praktisk nytte for forbrukerne. Det er derfor nødvendig at nettløsningen og de underliggende systemene imøtekommer dette kravet. En enkel driftssituasjon frigjør også personalressurser til videreutvikling der dette er nødvendig.

11. Stabil finansiering

For å tilby sluttbrukerne en permanent tjeneste og skape forutsigbarhet for drift, framtidige satsninger og effektiv videreutvikling, må finansportalen sikres en stabil finansiering. Dersom portalen på grunn av manglende midler ikke klarer å utvikle tilbud og tjenester i takt med utviklingen på produktsiden, eller ikke klarer å opprettholde allerede etablerte tilbud, vil portalens troverdighet svekkes og nytteverdien for sluttbrukerne opphøre.

12. Bred markedsføring ved lansering

Det er avgjørende at det settes av midler til å markedsføre finansportalen i flere kanaler ved lansering, for å treffe så store deler av målgruppen som mulig. Dette, i tillegg til oppbygging

av gode relasjoner til media og andre interessenter, vil bidra til å bygge opp den nødvendige brukermassen.

13. Jevnlige brukerundersøkelser

Finansportalen må hele tiden holde seg oppdatert på behovene til sluttbrukerne i finansmarkedet for å opprettholde en god nettløsning. For å sikre at portalen faktisk imøtekommer målgruppens behov, må det gjennomføres jevnlig brukerundersøkelser. Det bør også være en kommunikasjonslinje mellom portalens besøkende og portalens redaksjon, (e-post eller liknende), slik at forbrukerne kan gi tilbakemeldinger på innholdet og tjenestene i portalen.