

Innovation Challenges



How Might We Increase Customer Product Holding on Mandiri Group

"Bagaimana membuat nasabah kita meningkatkan penggunaan produk dari Perusahaan Anak?"



How Might We Create Product Agnostic & Ecosystem RM Driven

"Bagaimana kita mendorong RM bisa menjadi penggerak utama dalam mengakuisisi potensi ekosistem nasabah?"



How Might We Enhance The Productivity of Front-Line Staff

"Bagaimana kita dapat meningkatkan produktivitas dari Front-line staff?"



How Might We Increase Savings Account & Transactional Current Account

"Bagaimana kita meningkatkan dana murah di tabungan & giro transaksional?"



How Might We Increase GTV of Livin'

"Bagaimana kita meningkatkan volume transaksi di Livin'?"



How Might We Increase GTV of Kopra

"Bagaimana kita meningkatkan volume transaksi di Kopra?"



How Might We Conduct Sustainable Operation & Business

"Bagaimana kita dapat menjadikan Bank Mandiri menjadi Sustainability Champion?"



How Might We Create Our Own Game in The Future

"Breakthrough Innovation apa yang dapat menjadikan Mandiri sebagai The Undisputed Industry Leader?"

Future
Trend



How Might We Increase Customer Product Holding on Mandiri Group

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri keuangan, Bank Mandiri Group perlu meningkatkan *customer product holding* untuk memperdalam keterlibatan pelanggan, memperkuat loyalitas, serta meningkatkan pendapatan melalui *cross-selling* yang efektif.

Mandiri Group terdiri dari 10 perusahaan anak dan 1 perusahaan cucu dari beragam industri jasa keuangan yang telah dikelola dengan baik untuk mendukung kinerja Bank Mandiri secara keseluruhan. Di tahun 2023, total aset dari perusahaan anak Bank Mandiri mencapai Rp.485 Tn dengan CAGR 14,5% dari 2021-2023, tertinggi dibandingkan BRI, BCA dan BNI. Secara EBT, perusahaan anak Bank Mandiri telah memberikan kontribusi sebesar Rp 12 T di 2023 dengan CAGR ~34% dari 2021. Perusahaan anak Bank Mandiri harus menjadi *dominant player* di setiap sektornya sehingga kita mampu menjadi *Champion* di berbagai *financial industry*.

Sehingga dibutuhkan inovasi yang efektif baik dari sisi *people, product, process*, maupun *system* untuk meningkatkan **cost efficiency & penetrasi** ekosistem Bank Mandiri Group.



How Might We Create Product Agnostic & Ecosystem RM Driven

Bank Mandiri merencanakan transformasi menuju ekosistem yang berfokus pada *relationship-driven*. Hal tersebut memaksa Bank Mandiri harus mengeksplorasi cara-cara baru dalam menggali potensi ekosistem yang produktif, di mana RM memainkan peran sentral dalam memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah, tanpa terikat pada produk spesifik.

Sehingga dibutuhkan perbaikan *people, process, & system* yang memungkinkan RM secara proaktif memahami kebutuhan nasabah.

Inovasi diharapkan dapat mendukung RM sebagai *lead of ecosystem* baik melalui penyempurnaan proses kerja RM, peninjauan ulang prosedur administratif dan pengambilan keputusan, sistem yang memungkinkan RM untuk dengan cepat mengakses informasi nasabah, penggunaan alat analitik untuk menghasilkan wawasan yang berharga tentang kebutuhan dan preferensi nasabah.



How Might We Enhance The Productivity of Front-Line Staff

Di tengah persaingan sengit di industri perbankan, Bank Mandiri mendapati bahwa peningkatan produktivitas *front-line staff* menjadi krusial untuk memastikan layanan yang berkualitas dan operasional yang efisien.

Sehingga dibutuhkan inovasi untuk memperbaiki *people, process, & system* memungkinkan *front-line staff* secara proaktif memahami kebutuhan individual pelanggan dan menyediakan layanan yang tepat dari berbagai produk keuangan yang tersedia.

Inovasi dapat berupa cara-cara baru dalam penawaran product, menyederhanakan prosedur administratif dan pengambilan keputusan, mengimplementasikan platform digital yang memungkinkan *front-line staff* untuk dengan cepat mengakses informasi nasabah secara *real-time*, dan inovasi lainnya yang dapat peningkatan produktivitas *front-line staff*.



How Might We Increase Savings Account & Transactional Current Account

Bank Mandiri menghadapi kebutuhan yang semakin meningkat akan sumber dana yang murah dan berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan bisnisnya. Dalam konteks ini, peningkatan penggunaan rekening tabungan dan rekening giro transaksional dapat menjadi strategi yang efektif. Dengan menarik lebih banyak nasabah terutama *value chain* K1 & K2 untuk menggunakan jenis rekening ini dan Bank Mandiri dapat memperoleh dana murah.

Namun, untuk merangsang pertumbuhan penggunaan rekening ini, diperlukan inovasi baik untuk *excavating* potensi *value chain* maupun memaksimalkan *digital channel*, perbaikan *process & system* sehingga bank dapat memanfaatkannya sebagai sumber dana yang berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan bisnis.



How Might We Conduct Sustainable Operation & Business

Di era global saat ini, Bank Mandiri harus mengutamakan integrasi prinsip-prinsip keberlanjutan dalam seluruh aktivitas bisnis.

Di sisi operasional, Bank Mandiri telah mengadopsi *Digital Carbon Tracking*, berperan aktif dalam Bursa Karbon, dan tengah merencanakan *Nature-based Solutions*. Sementara itu, di sisi bisnis, Bank Mandiri telah meningkatkan baseline emisi dari aktivitas pembiayaan, realisasi *sustainable portfolio* mencapai 24-25%, dengan berbagai *sustainable product* seperti *green, social, & transition loan, sustainability linked loan, green & sustainability bond, EV financing, sustainable cards*, dan lainnya.

Untuk menjadi *sustainability champion*, diperlukan inovasi untuk pengurangan emisi dari aktivitas operasional bank dan offsetting karbon dari aktivitas lainnya, pengembangan produk/program sustainable pada tiap segmen, serta inovasi proses bisnis dalam rangka meningkatkan sustainable portfolio .



How might we increase GTV (Gross Transaction Value) Livin'

Dalam era digital yang berkembang pesat, Bank Mandiri memiliki platform keuangan digital Livin'. Salah satu kunci kesuksesan kedua platform ini adalah meningkatnya Gross Transaction Value (GTV). Peningkatan GTV menandakan Bank Mandiri telah memberikan nilai tambah bagi nasabah serta mitra usaha di berbagai sektor.

Oleh karena itu, Bank Mandiri membutuhkan inovasi yang mencakup berbagai aspek, mulai dari *perbaikan end-to-end process* seperti perbaikan *onboarding process* dan *user journey* hingga memperkenalkan fitur-fitur baru dalam aplikasi Livin' & Kopra yang lebih interaktif dan *user friendly*, atau mengintegrasikan solusi keuangan yang lebih luas untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang berkembang. Selain itu, strategi pemasaran yang lebih agresif dan program loyalitas yang menarik, maupun inovasi lainnya yang dapat meningkatkan keterlibatan nasabah dan mendorong pertumbuhan transaksi Livin' & Kopra secara signifikan. Dengan melakukan inovasi ini, Bank Mandiri dapat mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri keuangan digital dan terus memberikan nilai tambah yang besar bagi seluruh ekosistem Bank Mandiri.



How might we increase GTV (Gross Transaction Value) Kopra

Kopra by Mandiri telah menjadi market leader untuk solusi wholesale di industri baik dari sisi kelengkapan fitur maupun nilai transaksi digital. Untuk menentukan fokus pengembangan Kopra kedepannya, sudah dilakukan benchmarking dengan top global transaction banks, Citi dan JP. Secara kelengkapan fitur, Kopra sudah memiliki kapabilitas yang setara dengan global banks, namun masih terdapat *room for improvement* dari sisi *user experience* nasabah. Salah satunya, *flow onboarding* nasabah baru saat ini masih melibatkan manual proses, terutama untuk proses verifikasi data nasabah. Selain itu, belum ada strategi campaign khusus untuk menarget nasabah C-Level dan M-Level Kopra.

Oleh karena itu dibutuhkan inovasi baik melalui perbaikan *flow onboarding* nasabah baru dengan mempermudah proses verifikasi data nasabah, perbaikan strategi pemasaran, maupun ide inovasi lainnya dari berbagai aspek dalam upaya mendorong aspirasi pertumbuhan GTV sebesar 30% di tahun 2024.



How Might We Create Our Own Game in The Future

Bank Mandiri, sebagai salah satu lembaga keuangan terkemuka di Indonesia, sehingga perlu menciptakan terobosan inovatif (*breakthrough innovation*) yang signifikan untuk tetap bersaing di pasar yang terus berkembang dengan cepat. Perubahan lanskap perbankan, termasuk kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan persaingan yang semakin ketat, menuntut Bank Mandiri untuk terus berinovasi agar dapat memenuhi tuntutan pasar yang berubah dan menjaga relevansi di era digital ini.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah terobosan inovatif seperti pengembangan teknologi biometrik untuk otentikasi nasabah, implementasi teknologi blockchain guna meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam transaksi, serta penerapan kecerdasan buatan untuk analisis data dan pengambilan keputusan yang lebih baik. Selain itu, inovasi terobosan lainnya Bank Mandiri ke tingkat yang lebih tinggi dalam menyediakan layanan keuangan, meningkatkan pengalaman nasabah, dan memperkuat posisi bisnisnya di pasar yang kompetitif.