

ВЫЗОВЫ ДИГИТАЛИЗАЦИИ

Как запустить цифровой банк

Февраль, 2020

Геннадий Заманский
Директор по развитию бизнеса

01

Дигитализация: возможности и угрозы для банков

- SWOT-анализ
- Кризис платежного посредничества
- Уберизация процентных продуктов
- Мобильный «мультибанкинг»

02

Банк 3.0: стоит ли с этим спешить

- Опорная архитектура для интеграции приложений
- Что такое «цифровой банк» (Digital Challenger Bank), примеры
- Почему идея создания цифрового банка «с нуля» столь популярна в РФ
- На какую целевую аудиторию имеет смысл рассчитывать

03

Основной функционал цифрового банка:

- Интернет- и мобильный банкинг в современной «обертке»
- Диджитал он-бординг, как его реализовать
- Многофакторная биометрическая идентификация
- RFM и его перспективы
- Диджитал сэйлс
- Типы транзакций как Декартово произведение
- Композитные продукты
- Что делать с карточками
- Необходимый бэк-офисный функционал

04

Что сделать, чтобы ваш цифровой банк действительно «задышал»

- Сайт и другие ресурсы привлечения внимания
- Игровые элементы
- Точки оффлайн доступа (подтверждение регистрации, взнос наличных денег)
- Взаимодействие с партнерскими сетями
- QR-коды и обратный перенос из офф-лайн режима в виртуальную среду
- Как потом перенести все эти достижения на основной бизнес банка
- Usability как двуликий Янус

Дигитализация: возможности и угрозы для банков (SWOT-анализ)

<p>Strengths</p> <p>Значительный рост объемов доступной для обработки информации и скоростей ее передачи</p>	S	<p>Weaknesses</p> <p>Как сама эта информация, так и средства ее обработки и передачи по существу становятся общедоступными</p>	W
<p>Opportunities</p> <p>Возможность на порядок увеличить качество, доступность и простоту использования (usability) финансовых услуг в целях привлечения клиентов</p>	O	<p>Threats</p> <p>Выход на рынок финансовых услуг многочисленных финтех-стартапов и значительное увеличение конкуренции в борьбе за клиента</p>	T



Кризис платежного посредничества

Изначально люди рассчитывались между собой золотом

Затем возникли банки, которые взяли за основу не золото, а доверие к записям в книгах

- Возникли корреспондентские отношения между банками, клиринговые банки, расчетные палаты
- В 20 веке интенсивно развивались централизованные межбанковские расчетные системы (внутри отдельных стран)
- В 1973 году возникло сообщество SWIFT – глобальная расчетная сеть
- Пока эта сфера целиком контролировалась банками, стоимость услуг ограничивалась лишь их взаимной конкуренцией и взаимным доверием.

Но история не закончилась на банках – появились финансовые компании

- Появились системы денежных переводов частных лиц: Western Union, Travelers, MoneyGram и др.
- Появились пластиковые карты, платежные системы VISA и MasterCard, интернет-эквайринг
- В ход пошли электронные деньги, криптовалюты
- Платежные операции настолько упростились, что p2p платежи осуществляются в он-лайн режиме, весь процесс занимает не более минуты, а комиссии опускаются до 0,5% и даже ниже.

Переломный цифровой момент наступил тогда, когда платежами стали заниматься структуры, для которых эти операции – переводы и платежи - вообще не являются профильными

- Социальные сети, мессенджеры и т.п.
- Модели монетизации тут никак не связаны с комиссией или процентами - они могут позволить себе маржу = 0.

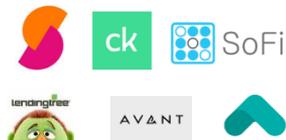
Uber-изация процентных продуктов, процентных инструментов

Идея о том, что временно свободные ресурсы частных лиц могут быть выведены в коммерческий оборот, родилась намного раньше, чем Uber. Более того, эта идея родилась первоначально именно в финансовой сфере:

- Первым был британский p2p оператор ZOPA.COM (2004 год, объем займов свыше GBP2bn, в настоящий момент оформляет банковскую лицензию)
- Вторым стал американский LendingClub (Приложение исходно запущено на Фейсбуке, в 2008 год проведено IPO на \$1bn, объем займов свыше \$25bn)



Сейчас число p2p операторов исчисляется уже десятками



Идея была подхвачена вне финансовой сферы такими компаниями как Uber и Airbnb – здесь эта форма получила всемирное признание



Символично, что p2p операторы активно сотрудничают друг с другом (так, например ZOPA партнерствует с Uber и Airbnb), постепенно выстраивая вокруг нас даже не банк, а прямо целую сеть бытовых услуг (как бы такой Быт 3.0)...



Мобильный «мультибанкинг»

1950-е

Банковские пластиковые карты появились в начале 50-х годов

- Первоначально ими можно было пользоваться только в «своих» банкоматах и POS-терминалах...
- Вы приходили в магазин и, если вам посчастливилось и там установлен POS-терминал именно того банка, который выпустил вашу карту, то вы могли ей расплатиться. Если же там был установлен POS-терминал другого банка, то ваша карта там была бесполезна.
- Но вскоре банки стали объединяться в ассоциации (прообразы VISA и MasterCard), сублицензировать свои карты и некоторое время спустя карточками стало можно пользоваться уже во всех банкоматах и POS-терминалах

2000-е

Системы интернет- и мобильного банкинга возникли в начале 2000-х

- Как и подавляющее большинство здесь присутствующих я являюсь клиентом сразу нескольких банков
- И на своем компьютере и в смартфоне я вынужден держать приложения каждого из этих банков
- Это жутко неудобно: я вынужден помнить несколько паролей, знать где у меня сколько денег, осваивать навыки работы с каждым из этих приложений, а какой-либо PFM в этой ситуации просто не имеет смысла
- Но спасибо и на том, что держать несколько мобильных (для разных банков), слава богу, не нужно☺
- Лавры же VISA и MasterCard почему-то никого не прельщают...

2020+

Законодатели ЕС озаботились этим и приняли директиву PSD2 (вводится с 2020 года), обязывающую банки открывать свои интерфейсы для третьих производителей

- После того, как она вступит в силу, мир вокруг нас, вероятно, сильно изменится: приложения мобильного банкинга будут выставляться в AppStore и GooglePlay, откуда люди будут скачивать их (за деньги) и подключать сразу ко всем своим банкам (с одним и тем же паролем☺)

**Но впереди всей Европы у нас оказалась...
Беларусь☺**

Там режим единой сквозной идентификации уже введен, а наши партнеры из компании СофтКлуб, которые своевременно озаботились возможностью подключения к своему мобильному приложению сразу нескольких банков, разрываются от заказов.

Каким же должен быть банк, чтобы всё-таки удержать клиента?

Банк доступен для клиента	<p>В любое время В любом месте По любому из каналов – в зависимости от предпочтений клиента: При этом все каналы «знают» все друг о друге, работают слаженно и синхронно</p> <ul style="list-style-type: none">• Банковский офис, Колл-центр, Видеоконференция• Ближайший банкомат, Интернет и мобильный банк, Чат-боты и голосовые боты• Социальные сети, Мессенджеры
Банк всегда готов выполнить любую операцию по запросу клиента	<p>Любой платеж:</p> <ul style="list-style-type: none">• Из любого источника (в том числе и из средств, размещенных в третьих банках),• Любому адресату (по любому идентификатору – по телефону, по адресу Skype или ВКонтакте),• По любой из существующих платежных сетей (SWIFT, МЦИ, SEPA, Visa/MasterCard, PayPal, Денежные переводы, Социальные сети, Мессенджеры) <p>Любое переформатирование средств клиента:</p> <ul style="list-style-type: none">• Текущие счета, Депозиты, Карточки, Инвестиционные продукты, и т.д. <p>Принять заявку клиента на любой, сколь угодно экзотический финансовый продукт Информировать клиента обо всех существенных финансовых событиях в удобной для него форме</p>
Банк сознательно извлекает (mining) и аккумулирует всю доступную информацию о клиенте	<p>Банк аккумулирует информацию о клиенте из всех источников</p>
Банк не ждет инструкций от клиента	<p>Банк самостоятельно предлагает ему наилучшие финансовые решения И это не реклама своих продуктов, а рекомендации по переформатированию его средств и оптимизации его операций Фактически банк готов взять на себя роль финансового советника и даже полностью управлять финансами клиента</p>

Как приблизиться к этому идеалу...



На первый взгляд, добиться подобного уровня обслуживания просто невозможно – все вышеописанное больше напоминает не реальный банковский сервис, а сказку «двое из ларца»

- Здесь и все мыслимые каналы, да притом еще и слаженно работающие в омниканальном режиме
- И универсальный хаб любых платежей (причем, разумеется все в он-лайне)
- И фактически он-лайнный конструктор банковских продуктов
- И светлое будущее дейта-майнинга (голубая мечта разведсообщества)
- А в последнем пункте не обойтись без полноценного искусственного интеллекта



Однако мы все видим как Интернет с каждым годом все больше и больше заменяет собой вообще всю реальную жизнь...

- Здесь можно найти ответ на любой интересующий вас вопрос и получить совет по любой проблеме
- Здесь можно увидеть и услышать все, что пожелаете (а также много чего такого, чего в реальной жизни увидеть никогда не доведется)
- Здесь можно с кем угодно пообщаться (причем на любую тему)
- Здесь можно прицениться к чему угодно (а если хватит денег, то и купить)
- Причем, по-видимому, все это безумно нравится молодежи (недаром их от смартфона не оторвать)



Да, но ведь в интернете миллионы сайтов, а банк-то всего один...

- Он не может воссоздать подобную среду в одиночку...

Как приблизиться к этому идеалу...

Банк, конечно, один, но провайдеров и поставщиков всевозможных финансовых решений вокруг нас великое множество:

- Здесь и провайдеры любых мыслимых типов платежей
- И платформы для крауд-лендинга
- И поставщики PFM-оболочек и чат-ботов
- И разработчики разнообразных систем биометрии
- И всяческие дейта-майнеры, усердно анализирующие невидимые следы, оставляемые нами на просторах интернета

Их количество увеличивается с каждым днем и долго еще будет нарастать по экспоненте. Быть может, чем сражаться с полчищами финтех-стартапов, лучше просто возглавить их?

- Ведь каждый из них хорош только в какой-либо одной области, а клиенту-то нужно все вместе!
- Агрегировать же их услуги в какие-либо осмысленные пакеты пока никто не удосуживается...
- Но это только до поры до времени, а как только пойдет «волна», в погоню за голубым идеалом Банка 3.0 бросятся все. И это именно они ваши конкуренты, а вовсе не производители отдельных приложений!
- Быть может стоит немного опередить время и приступить к строительству архитектуры 3.0 уже сейчас?

Разве не то же самое делают Apple и Google в интернете? Ведь приложения, которые выложены в AppStore и на GooglePlay разработаны вовсе не владельцами этих торговых площадок – они просто совместимы с платформой (и привязывают пользователей к этой самой платформе!). Модели же монетизации могут быть самыми разными



Что такое цифровой банк, примеры

Цифровой Банк (Digital Challenger Bank) – это безофисный банк, в котором основными каналами взаимодействия с клиентом являются интернет- и мобильный банкинг

Классическим примером цифрового банка в России является «Тинькофф-банк»:



Первоначально стратегия банка строилась исключительно на проактивном подходе к клиентской базе: «Мы будем выдавать кредиты только тем, кого мы сами выберем» (**inside-out**)



Впоследствии банк отошел от этой практики и в большей степени сконцентрировался на обработке входящих запросов (**outside-in**)

Исходно в качестве основного доходного инструмента была выбрана **кредитная карта**, а преимущественным каналом общения с клиентом являлся **колл-центр**



Впоследствии банк стал активно развивать смежные финансовые продукты (**страхование, ипотека, инвестиции**), а в общении с клиентом центр тяжести переместился в область цифровых каналов

Основным офф-лайн партнером банка была **Почта России**, а ее роль сводилась в основном к приему пополнений на кредитные карты банка



Впоследствии партнерская сеть банка существенно расширилась, а сами партнеры теперь большей частью занимаются распространением продуктов банка (в **кобрендинге** со своими собственными)

«Тинькофф» из классического монолайнера превратился в полноценный цифровой банк

Почему у нас так популярна идея создания цифрового банка «с нуля» (в виде дочки основной структуры)

На первый взгляд, причины очевидны:

- С одной стороны это боязнь коренной перестройки ИТ-инфраструктуры родительского банка
- С другой стороны желание быть современным, приобщиться к инновациям

На самом деле причины, конечно, более «уважительные»:

- Идет смена поколений и поведенческие паттерны нового поколения коренным образом отличаются от того, с чем мы имели дело раньше
- Однако и старое поколение никуда не делось – оно еще здесь и основные финансовые ресурсы пока еще находятся в его руках
- Насколько возможно скрестить между собой потребности и привычки тех и других и создать единообразную структуру, одинаково комфортную для всех – вопрос как минимум дискуссионный
- Даже если это возможно, процесс столь масштабной ИТ-перестройки потребует огромных затрат, да при этом еще и займет несколько лет – за это время новая аудитория легко «уйдет к другому»

Не лучше ли пока построить для них отдельную «песочницу»? А дальше поглядим...



На какую аудиторию мы нацелены

Великое поколение	1901-1927	2-я мировая война	победители и созидатели	Это поколение переселилось в города и построило современный нам мир
Молчаливое поколение	1928-1945	холодная война, космос	соглашатели и фаталисты	Это поколение патерналистов, во всем полагающихся на государство
Бэби-бумеры	1946-1964	протесты, рок-н-ролл	несогласные	Это поколение хотело изменить мир и во многом им это удалось
Поколение X	1965-1980	распад СССР, видеоклипы	потерянное поколение	Немотивированные созерцатели поп-культуры, самый высокий % долгов, но одновременно и самые активные основатели «стартапов»
Поколение Y	1981-1997	глобализация, интернет	аполитичные индивидуалисты	Миллениалы более других уверены в своем экономическом будущем, полагаясь при этом только на самих себя
Поколение Z	1998-2010	терроризм, соц.сети	Native Digitals	Спокойно воспринимают мультикультурализм, много думают о том, чем будут заниматься, будут самым состоятельным поколением в истории
Поколение «альфа»	2011-2025	??	??	Не будем забегать вперед...

Вот именно для этих мы строим «песочницу»

И как же нам построить такую «песочницу»?

В практике встречаются самые разные «расклады» банков в части того, что же именно им нужно:

- Есть такие, которые ориентированы на международных вендоров (и в этом случае необходимо дополнять их решения и всё это как-то интегрировать)
- Есть такие, кто просит нас, как поставщика, построить всё «с нуля»
- Есть и те, кто в той иной степени хочет воспользоваться решениями, уже имеющимися в банке

Давайте покажем вкратце как все эти варианты выглядят с архитектурной точки зрения

Основные архитектурные принципы реализации комплексных решений

Управление: анализ, прогноз, риски, лимиты.

Технология хранилищ и витрин данных

Бэк-офис: суммы, сроки, проценты, комиссии, расчеты, бухучет, контроль.

Технология OLTP

Мидл-офис: согласование условий, утверждение документов.

Технология BPMN

Фронт-офис: непосредственная работа клиента / партнера, эргономичный интерфейс удаленного взаимодействия.

Портальная технология (Личный Кабинет), нативные приложения

- Все элементы ИТ-инфраструктуры разделяются на слои
- Каждый слой имеет свои, четко выделенные функции
- Каждый слой разрабатывается в среде, оптимальной именно для функций этого слоя
- Слои и компоненты взаимодействуют между собой и с внешними подсистемами в он-лайне

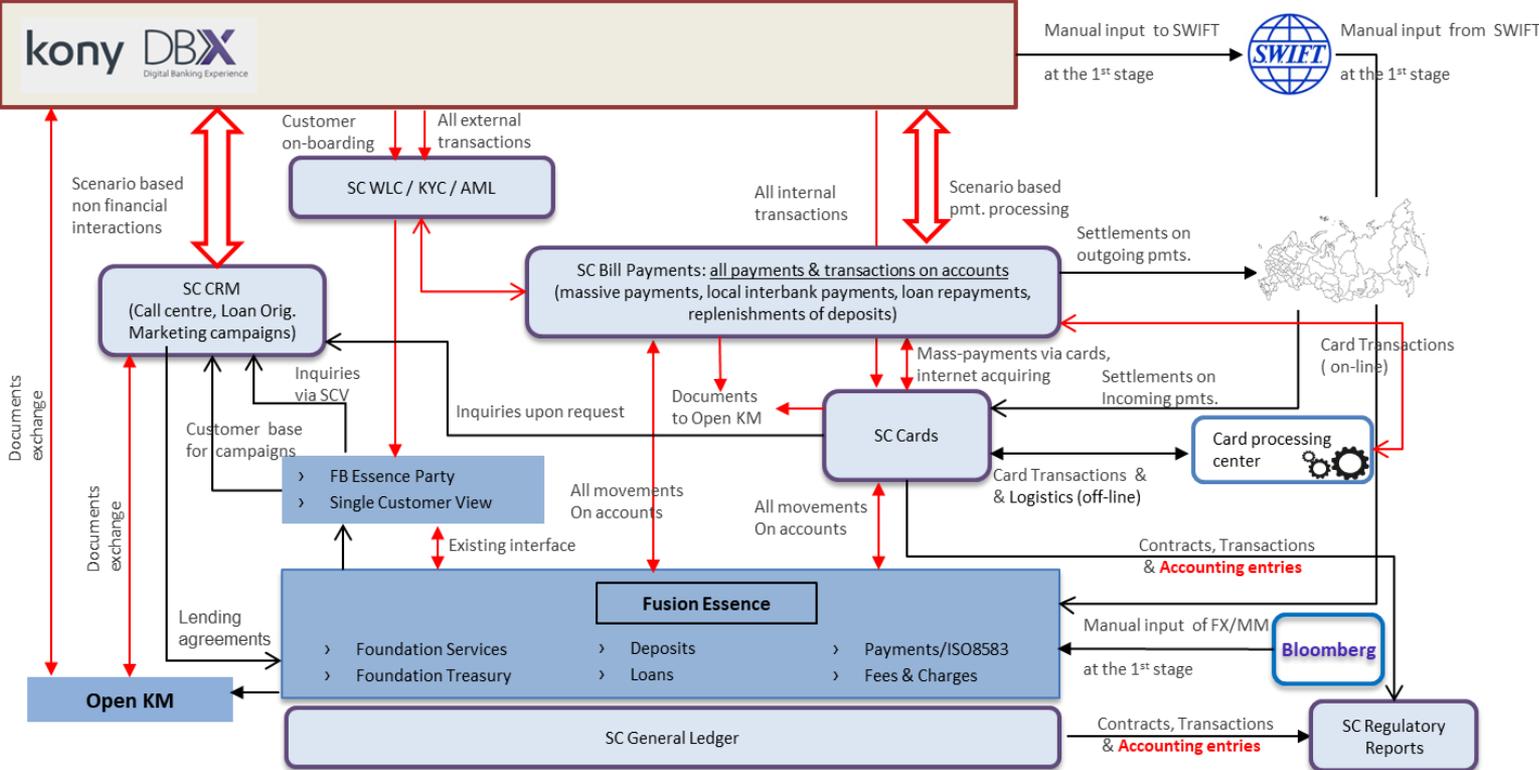
Полная технологическая карта компонентных решений компании СофтКлуб

SC CRM Call Center Контакт-центр	SC CashFusion Операционный фронт-офис	SC Notify Многоканальное информирование	SC Digital ДБО для физ.лиц	SC Business PRO ДБО для юр.лиц	Банкоматы и Cash-in терминалы	SC Emporium Торговая площадка
SC CRM Marketing Маркетинговые кампании	SC Logistics НДО и логистика ценностей	SC Bill Payments Биллинг/агрегация массовых платежей	SC Retail Конструктор розничных продуктов (вкл. карты)	SC Tariffs Реляционный прайсинг, Программы лояльности	Процессинг Пластиковых Карт	SC Bank NT Валютно-денежный рынок, ценные бумаги
SC CRM Loan Factory Кредитная фабрика	SC WLC/KYC/AML Расширенное досье на клиентов и проспектов банка, меж-клиентские связи, сегментация и комплаенс	SC Bank NT Расчетно-операционный блок АБС (RTGS, Clearing, картотеки, SWIFT, и т.д.)		SC Bank NT Документарные операции	SC Bank NT Договорный комплекс для юридических лиц	
SC CRM Collection Сбор просроченной задолженности		SC AXD Внутренняя бухгалтерия банка		SC Bank NT Главная Книга АБС Операционная отчетность		
SC Archive Электронный Архив Документов		SC Insight Финансовая аналитика на витринах данных, Регуляторная и управленческая отчетность, Подготовка данных для IFRS9		Статистический анализ, Скоринговые модели, Управление рисками		

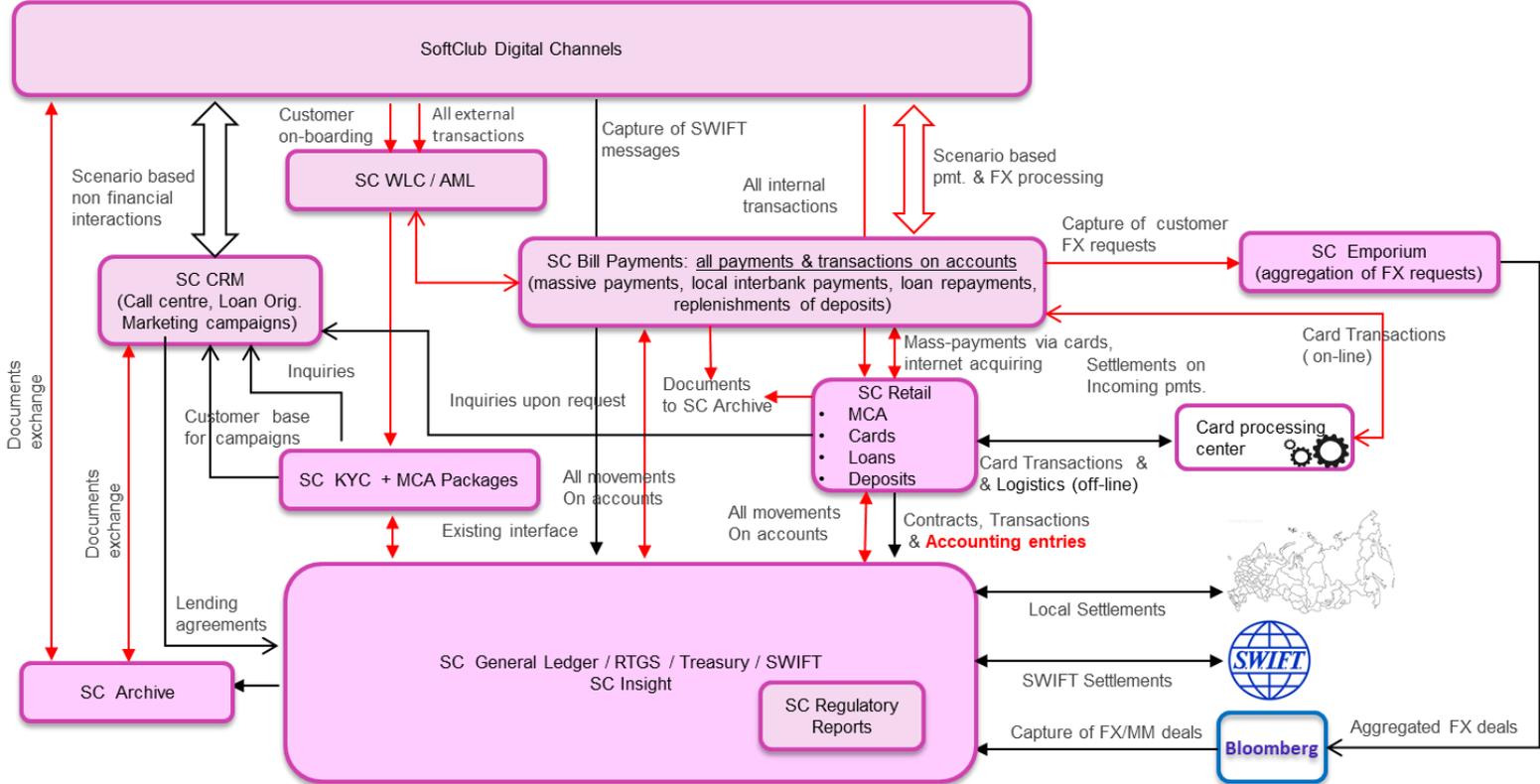
Обозначения

Классическая АБС	Блок CRM	Операционный блок	Розничный бэк-офис	Цифровые каналы	Элементы ERP
 Партнерские решения					

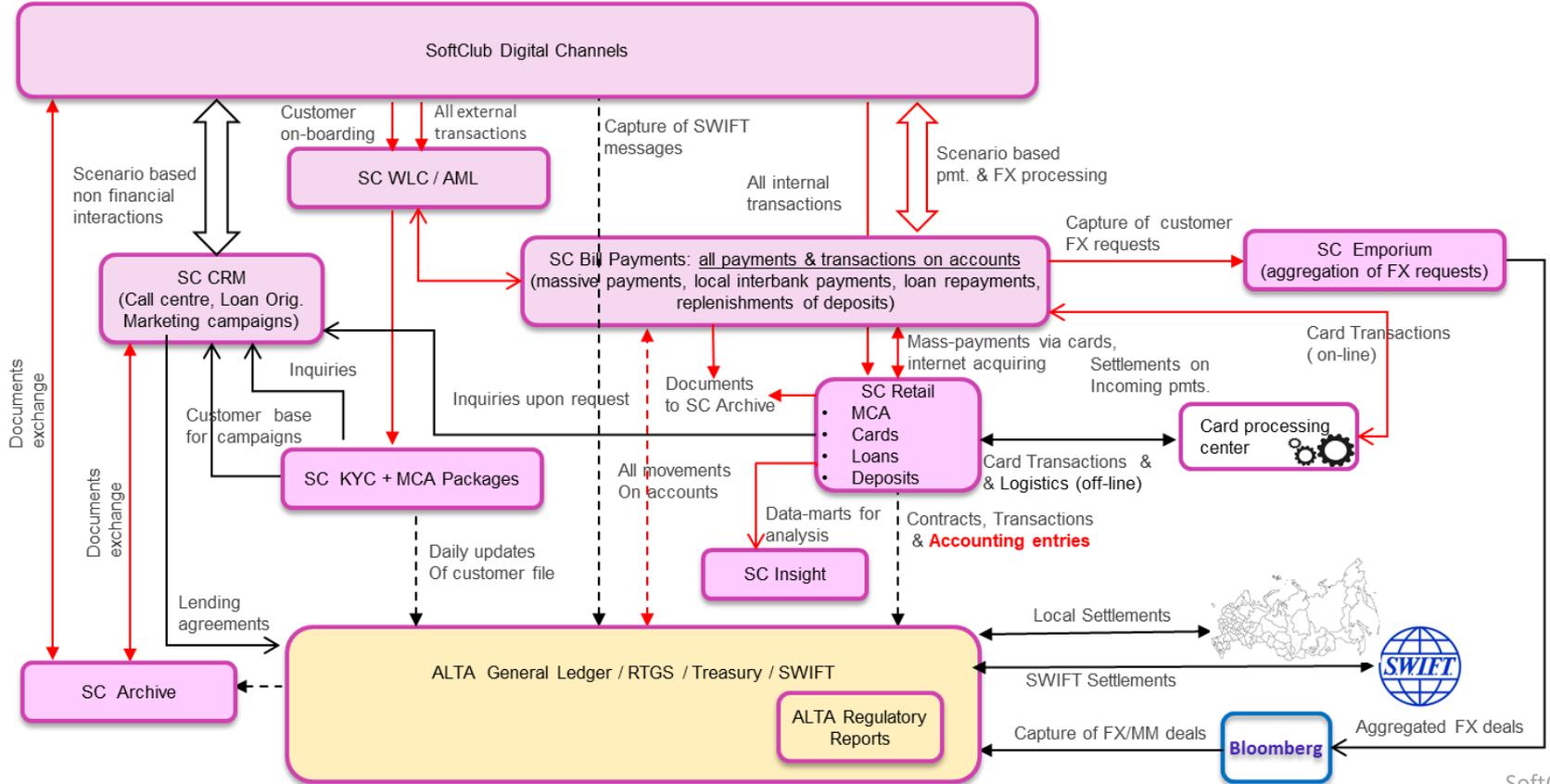
Вот архитектура, выстроенная в партнерстве с глобальными вендорами



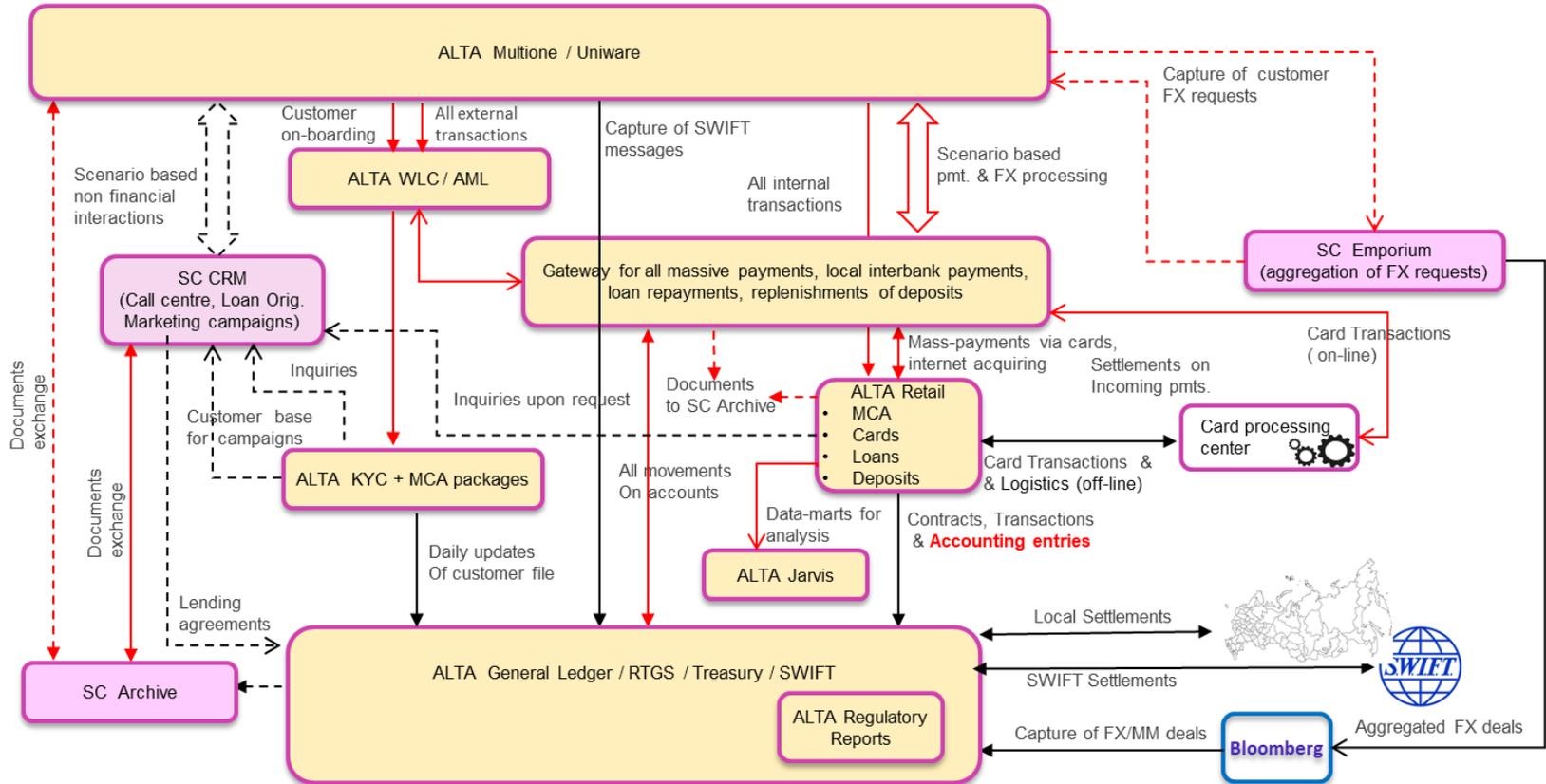
Вот архитектура, выстроенная полностью на наших продуктах



Вот разумный компромисс с местным поставщиком



А вот передача большей части проекта местному поставщику



Теперь несколько слов о самих стройматериалах

В состав комплексного решения для цифрового банка должны входить такие блоки как:

- Собственно цифровые каналы
- CRM-подсистема
- Конструктор розничных продуктов (включая карточные)
- Платежная подсистема (выполняющая все типы платежей)

**Давайте быстро пробежим по тем компонентам,
которые есть у нас в портфеле по этой части**



Сначала несколько слов о самом решении для цифровых каналов



Интернет- и мобильный банкинг в современной обертке



Finanzübersicht 17.07.2014, 09:45 Uhr

Max Mustermann, Verfügbar: 1

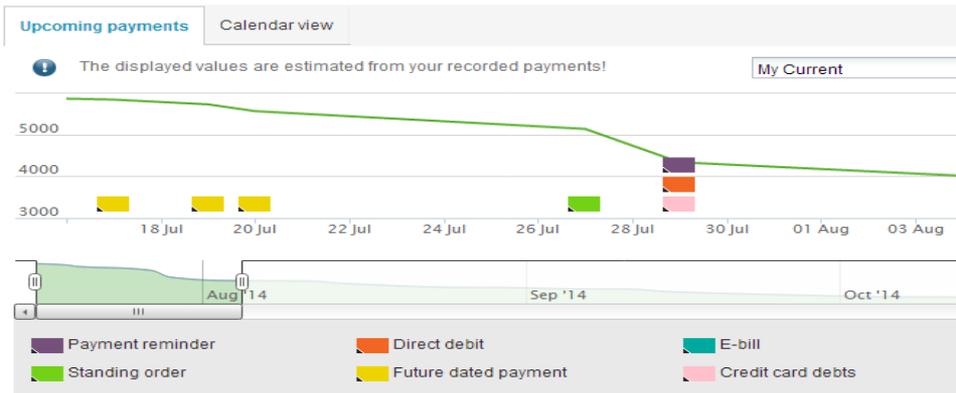
alle Bereiche erweitern/komprimieren Druck/Export

Girokonten (3)		EUR	712,09
IBAN	Kontobezeichnung		Saldo
AT160010000001100001	Max Mustermann	EUR	278,54
AT860010000001100002	Max Mustermann	EUR	121,17
AT590010000001100003	Karin Mustermann	EUR	312,38

Sparprodukte (3)		EUR	2.398,10
Bausparen (2)		EUR	7.234,22
Depots (1)		EUR	241.078,86
Kreditkarten (2)		EUR	-491,21
Finanzierungen (2)		EUR	-2.000,00
Versicherungen (2)			

Сегодняшние клиенты, воспитанные на видеоклипах, твиттере и мессенджерах, уже не читают сообщения длинее 3-4 строчек, а цифры предпочитают воспринимать образно – в графической форме

Upcoming Payments

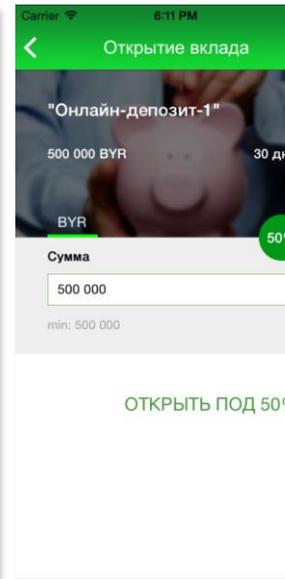
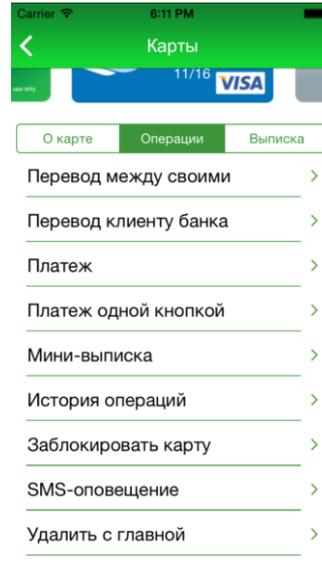


Type keywords to search in payments...

	Payment name	Amount	Date	Category
✖	Personal Loan Repaymen	EUR -228.00	07/05/2014	🎓
✖	My gas bill - TIGAZ	EUR -35.00	07/11/2014	🏠
✖	Buying a new camera - Bu	EUR -300.00	07/15/2014	🎵
🟡	Gábor Gyenes	EUR -23.00	Today	?
🟡	Boda József	EUR -114.00	07/19/2014	🎁
🟡	Amazon.com	EUR -164.00	07/20/2014	🎵
🟢	Buying a new home - Buyir	EUR -425.00	07/27/2014	🎵
🟡	My Visa Card repayment - I	EUR -649.50	07/29/2014	?

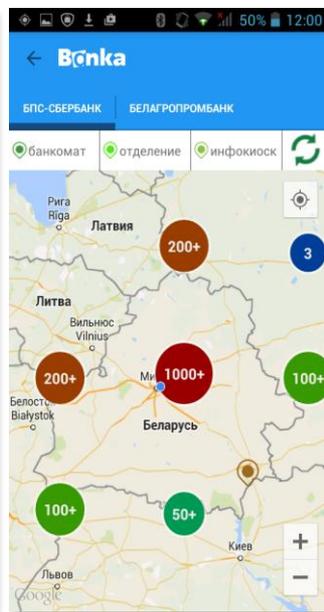
SC Digital MOB: Весь банк у вас в кармане

- Он-лайн информация о балансе на счетах, картах, кредитах, депозитах и т.д.
- Платежи различным поставщикам услуг
- Подробная история всех ваших платежей
- Установка PUSH и SMS-оповещений
- Переводы с карты на карту (по картам любых банков)
- Открытие новых счетов и заказ новых карт желаемого дизайна
- Выбор и открытие срочных вкладов и внесение средств
- Заявки на кредиты
- Погашение кредитов
- Выписки за любой период
- Полная информация по продуктам и услугам банка
- Инфо-сервисы: банк на карте, курсы валют
- Блокировка/разблокировка карт
- Доступ к службе поддержки



А это наше новое и новаторское приложение – “Banka”

- С помощью Banka сразу несколько банков могут объединить свои мобильные сервисы в единое приложение
- Это создает беспрецедентный уровень удобства для клиентов
- Ваши клиенты смогут теперь управлять всеми своими финансами из одной точки
- Они получат доступ к продуктам всех своих банков и ко всем их отделениям по стране
- Только так они смогут реально планировать свой бюджет и проверять, попадают ли в установленные рамки
- И это реально создает основу для более разумного подхода к своим расходам и сбережениям



Banka profile page for Veronika. It shows the user's name, profile picture, and active status for two banks: БПС-СБЕРБАНК and Белагпропромбанк. The phone number 9865608797 is displayed. There are buttons to 'Изменить' (Change) and 'Удалить' (Delete) for each bank.

Banka card management screen showing a list of cards under the heading 'Карточки'. The cards listed are:

- MasterCard Gold ye (Balance: USD)
- Visa Electron белки (Balance: BYR)
- Visa Electron bel (Balance: BYR)

Banka currency exchange table showing rates for various currencies. The table has columns for 'Валюта', 'Покупка', and 'Продажа'.

Валюта	Покупка	Продажа
1 RUB	240	249 ⁻¹
1 CHF	14622 ⁻¹⁴	15422 ⁻⁷²
1 GBP	21845 ⁻¹⁶⁹	23045 ⁻²⁵¹
1 USD	15000	15200 ⁻⁵⁰
1 EUR	15850	16100 ⁻¹⁰⁰
1 UAH	100	650
1 PLN	3757 ⁻²⁵	3964 ⁻³⁹

Banka transaction history screen showing a list of transactions. The current transaction is for 'Автомобиль' (Car) with a date of 2015-03-13 08:54:00. The screen prompts the user to 'введите сумму' (enter amount) and shows a date selector for February 2014 to April 2016.

В Беларуси 20% банков объединили свои ресурсы в рамках этой системы

Диджитал он-боардинг, как его реализовать?

- **Вторичная идентификация с опорой на соответствующую государственную инфраструктуру**

Эта схема реализована сегодня в Беларуси: там построена централизованная система коммунальных платежей ЕРИП и в привязке к ней создана централизованная картотека сертифицированных клиентов с единой системой их межбанковской идентификации – со своим единым паролем я могу входить одновременно в цифровые каналы всех банков республики. Они ближе всех подошли сегодня к так называемому «мобильному мультибанкингу» и уже есть «первые ласточки».

- **Вторичная идентификация с опорой на открытые API цифровых каналов третьих банков**

Это европейская схема – согласно директиве PSD2

- **Первичная офф-лайн идентификация через курьера**

По этой схеме работает сейчас Тинькофф

- **Первичная офф-лайн идентификация с опорой на партнерскую сеть**

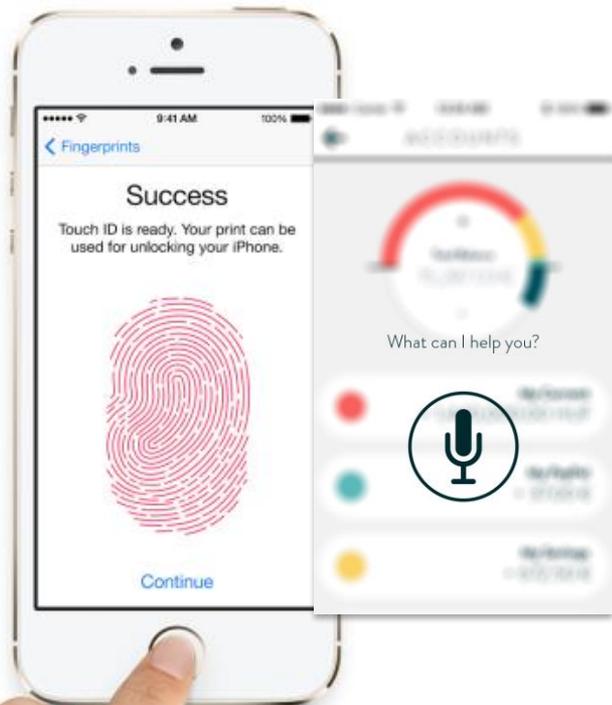
Это схема, по которой работает Связной Банк – все сотрудники салонов оформлены «на полставки» в банк и наделены правами первичной идентификации клиента

- **Первичная он-лайн идентификация (диджитал он-боардинг)**

Эта схема разрешена сегодня в 20-ти европейских странах, но не в России, однако именно ей, как мы думаем, принадлежит будущее – ее мы сейчас и рассмотрим



Многофакторная биометрическая идентификация снижает риск подделки личности практически до нуля



Проблемы безопасности у нас всегда в центре внимания

- Мы неустанно учим клиентов всем мерам предосторожности
- Заставляем их менять пароли, задаем высокий уровень их сложности
- Но и я сам, и моя жена, и большинство моих знакомых стараемся использовать во всех системах регистрации один и тот же пароль 😞 (ведь иначе их запомнить невозможно, а записывать нельзя)
- Да, это недопустимый риск, а что остается делать?

О биометрической идентификации много говорят, и конечно мы готовы подключиться к ЕБС, но...

- Клиенты боятся её пока – считают, что биометрия пока не особенно надежна (1% ошибок)
- Но ведь при одновременном использовании двух-трех биометрических эталонов вероятность ошибки снижается мультипликативно и падает до десятитысячной доли процента

И вовсе не нужно чрезмерно усложнять этот вопрос

- Мы ведь уже даже научились проводить транзакции с чиповых карт суммой до 1000 руб вообще без пин-кода!
- Нужно просто осознать, что при тройной биометрии ожидаемые потери для транзакции на миллион рублей составляют всего ОДИН РУБЛЬ

PFM (управление личными финансами) и его перспективы

Отношение к PFM на Западе и в России существенно различается:

На Западе это «восходящая звезда» цифрового банкинга:

- все следят за своими расходами, тщательно распределяя их по категориям (в основном автоматически!)
- все на что-нибудь копят деньги (целевые накопления)
- все банки стремятся предоставить клиентам удобную для этого среду (понимая, что основываясь на этой информации им гораздо проще «зацепить» клиента на какой-либо из своих продуктов!)



В России PFM не особо популярен:

- за расходами не уследишь (они в основном оплачиваются «налом» и автоматическая их категоризация невозможна)
- деньги мало кто копит (так как и копить особо нечего), а если кто и копит, то ни на какие ни на цели, а просто «на черный день»
- поскольку спроса особого нет, то и банки относятся к таким приложениям весьма прохладно
- клиенту, вероятно, хотелось бы как-нибудь уследить за своими долгами, но никакого инструментария для этого ему, увы, никто не предлагает

Что же делать?

Нужно как-то переосмыслить само содержание концепта PFM применительно к нашим реалиям, смещая акценты с накоплений на задолженности и планирование кэш-флоу с учетом их погашения. Как только этот запрос будет сформулирован, приложения себя ждать долго не заставят

Элементы FX-трейдинга для клиентов банка: без сложностей, без риска, мгновенное закрытие сделок – новый сервис

- Ответы на запрос котировок
- Подтверждение транзакций
- Совершение транзакций от лица клиента

АБС
(бэк-офис)

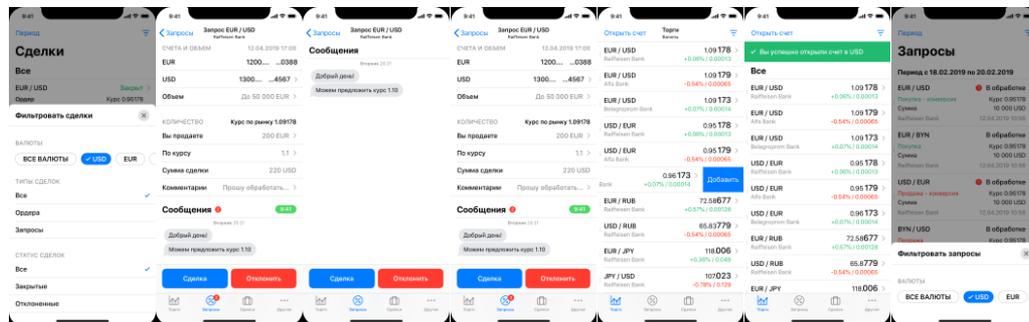
Электронная валютная торговая
площадка
SC-EMPORIUM

- Параметризация расчета банковских котировок
- Ручное и автоматическое управление ходом торгов
- Управление автоматическими B2B взаимодействиями



REUTERS

- Он-лайновая передача котировок рынка



- Автоматическое подтверждение транзакций
- Запрос индивидуальных котировок
- Электронные транзакции по ETP-стандартам

Выход

Действия

Настройка



Имя
Фамилия

Статусы

Таблица статусов

Таблица статусов

Теперь немного о CRM-компоненте

The screenshot shows a CRM system interface. On the left is a sidebar with navigation options. The main area displays a table with columns for 'Имя', 'Фамилия', 'Телефон', 'Почта', 'Дата рождения', and 'Дата окончания'. Below the table are several sections with orange headers and icons, including 'Список клиентов', 'Список клиентов', and 'Список клиентов'. The interface is clean and professional, typical of a business management tool.

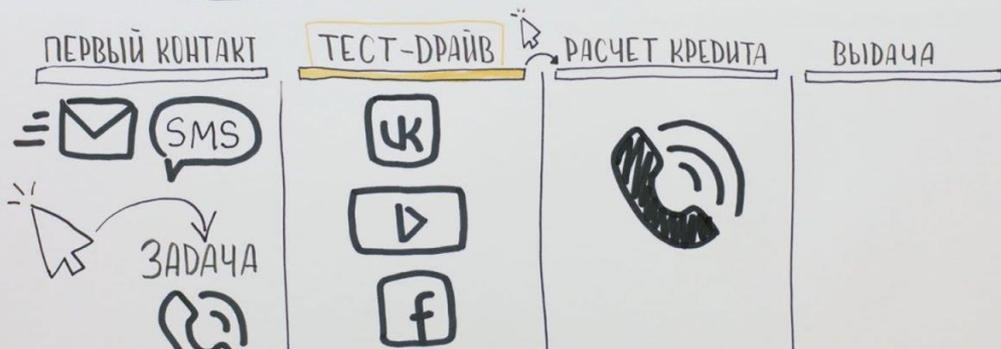
Диджитал сэйлс или «цифровые продажи»

Цифровые каналы как основной канал продаж – это сокровенная мечта всех банкиров

- Реализуют же эту мечту они очень по разному:
- Большинство, «не мудрствуя лукаво», просто рассылают всем клиентам предложение своего нового депозита в надежде, что кто-то вдруг откликнется (как бы не так☹)
- Другие, наоборот, углубляются в дейта-майнинг, биг дата и машин лёрнинг, пытаются вычлнить тот единственный сегмент, который «кlyюнет» на их замечательную кредитную карту (но в распоряжении у них только их собственная история, ничего похожего там нет и машин лёрнинг, увы, бесполезен☹)



DIGITAL ВОРОНКА



А ведь для цифрового банка это вообще единственный канал продаж, что же делать ему?

- Прежде всего нужно осознать, что банковские услуги как таковые вообще никого не привлекают – людям нравятся новые машины, квартиры, холодильники, но никак не новые кредиты!
- Отсюда следует, что путь к сердцу клиента лежит через партнеров, которые продают нужные ему, зримые и материальные вещи
- Значит банковские продукты лучше подавать как сопутствующие, присоединяя их к основному партнерскому предложению
- Самое же замечательное, что это существенно упрощает и процесс сегментации!

На самом же деле без полноценного CRM-решения здесь не обойтись

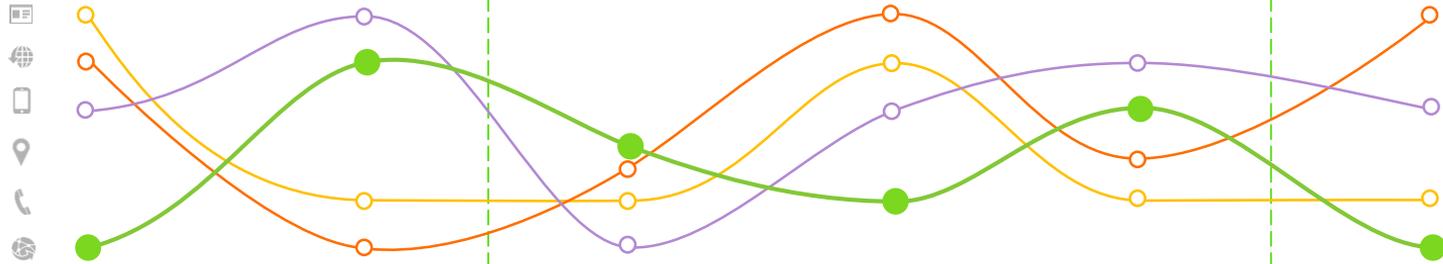
- И эта компонента, вероятно, не менее важна для цифрового банка, чем ДБО
- Сюда входит очень много функций:
 - Здесь и единая картотека клиентов и проспектов банка, причем не просто с их реквизитами, а с информацией об их кредитоспособности, рейтинговыми данными, связанными с ними лицами, рекомендованными им продуктами и многое другое
 - Здесь и колл-центр, причем не просто колл-центр, а желательно с чат-ботами, видеосвязью и другими прелестями типа перевода голоса в текст, архива с контекстным поиском и т.п.
 - Здесь и библиотека банковских продуктов плюс полный кредитный конвейер – разный для разных типов клиентов
 - Здесь же и сбор просроченной задолженности
 - Но не менее существенен и маркетинг: с сегментацией, ведением триггерных кампаний, воронками продаж и анализом социальных сетей на предмет сантиментов
- В банках часто пытаются решать эту задачу по частям, закупая разные функциональные блоки у разных вендоров. При этом никто почему-то не задумывается о том, что взаимная интеграция разных CRM-платформ ни у кого никогда не окупалась и не окупится. Все компоненты из этого блока желательно брать от одного производителя или как минимум на одной и той же платформе.



Ниже мы чуть-чуть скажем о том, какие решения из этого блока есть в нашем портфеле...

CRM-приложения покрывают весь функционал Bank's Customer Journey

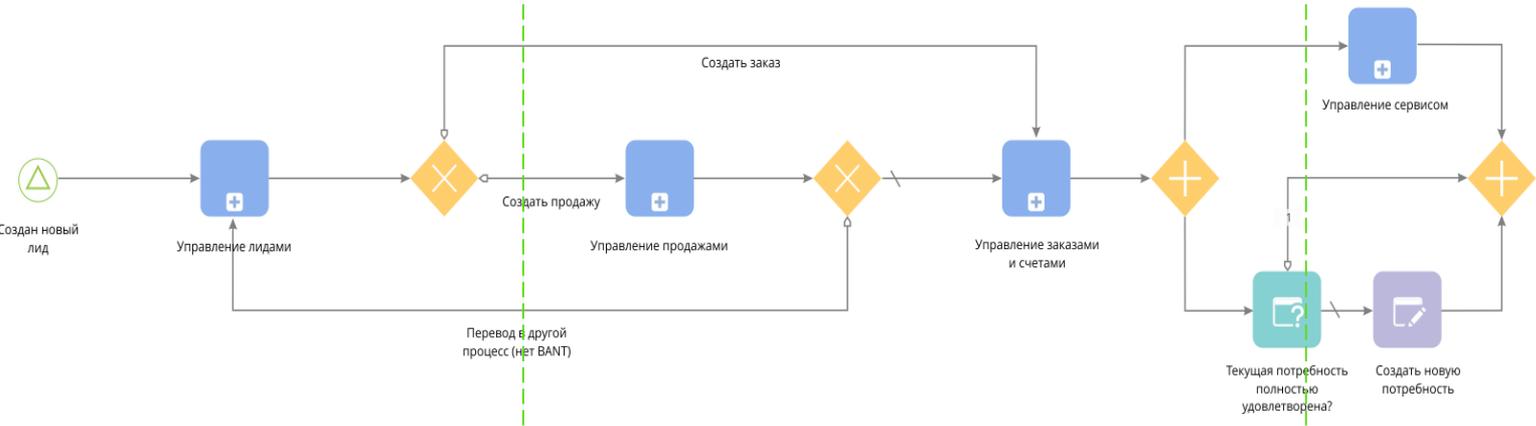
Знакомство ▶ Изучение ▶ Сравнение ▶ Решение ▶ Покупка ▶ Обслуживание



Как видит это взаимодействие сам клиент:
Омиканальное
в т.ч. Цифровое
Социально-ориентированное

А вот так это взаимодействие видит банк:

полный охват
лучшие практики
интеллектуальный анализ потребностей клиента



Маркетинг

Продажи

Сервис

Есть и CRM-карточка с 360-градусным обзором клиента

Павличенко Александр Давидович Что я могу для

ЗАКРЫТЬ ДЕЙСТВИЯ

 100%  16:36, Минск

ФИО*
Павличенко Александр Давидович

Полное название должности
Ведущий маркетолог

Тип
Сотрудник

Уровень обслуживания
Mass

Ответственный
Мирный Евгений

Филиал
Наша компания

Мобильный телефон
488 26 10

Рабочий телефон
365 28 21

Email
pavlichenko@gmail.com

Работодатель
Залман Групп

Тип

СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ (2)

Провести встречу с клиентом по оформлению кредита
24.05.2017 | Мирный Евгений

Отправить список необходимых документов
24.05.2017 | Мирный Евгений

ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ МЕСТО РАБОТЫ ИСТОРИЯ ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ

Дата рождения	02.05.1992	ИНН	5086403975
Гражданство	Беларусь	Место рождения	Минск, Беларусь
Тип клиента	Клиент Банка	Пол	Мужской
Обращение	Г-н		

Регистрационные документы + :

Основной	Тип документа	Серия	Номер	Дата выд
Да	Внутренний паспорт	ЧР	5465578	01.12.201

Средства связи + :

Рабочий телефон 365 28 21 Мобильный телефон 488 26 10

Email pavlichenko@gmail.com

Не использовать E-mail Не использовать почту

Адреса + :

Тип адреса	Адрес	Город	Страна
Регистрации	Киевская, 14,	Минск	Беларусь

Единая база физических
и юридических лиц

Оценка полноты профиля

Сегментация клиентской базы

Интеллектуальное обогащение данных

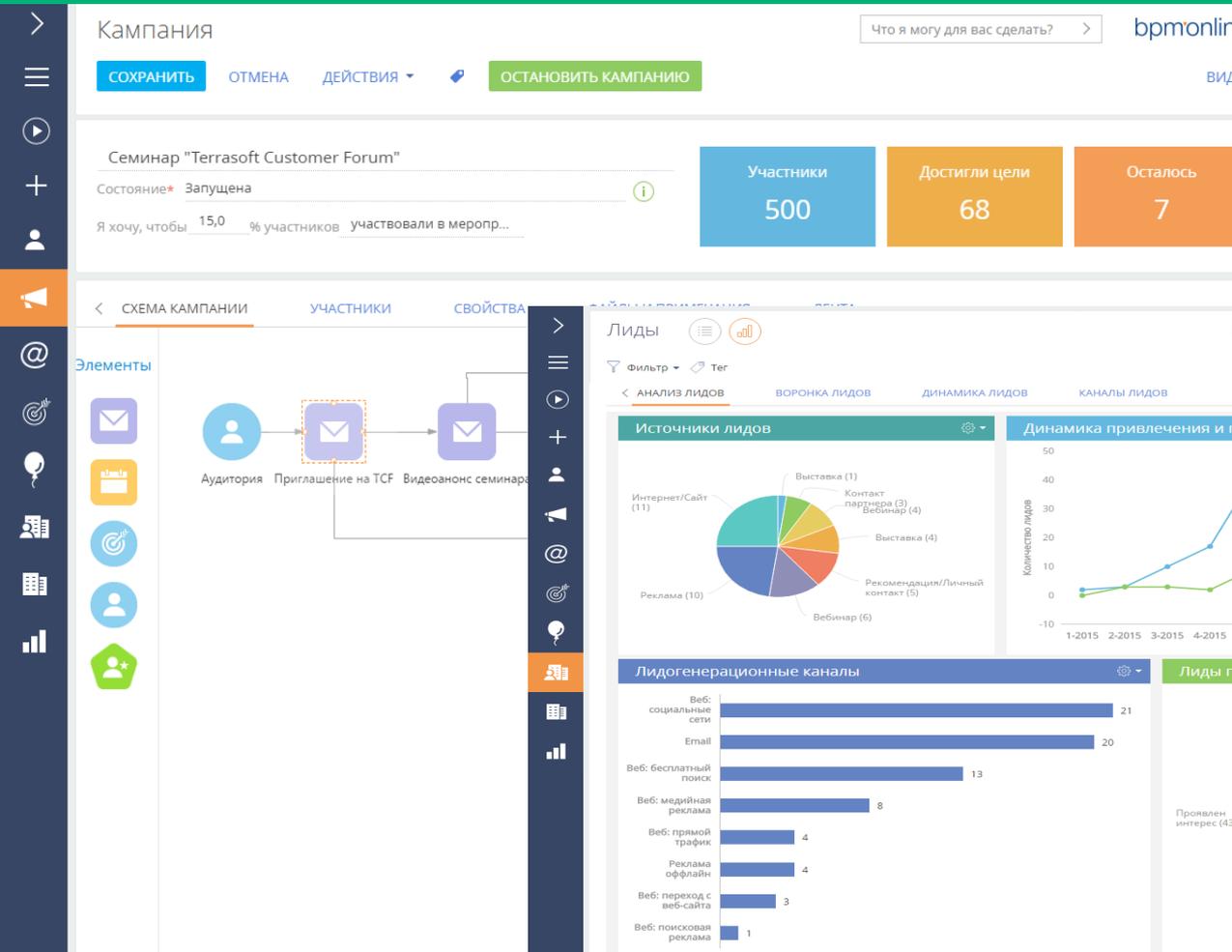
Полная история взаимоотношений

Обогащение данными
из социальных сетей

Поиск и слияние дублей

Аналитика по клиентской базе

И маркетинговые кампании с генерацией лидов и «воронкой продаж»



Визуальный дизайнер кампаний

Запуск кампаний сразу для всей аудитории либо по событию для каждого из адресатов:

Активность на сайте

Покупательская активность

Данные профиля

Комбинация событий разных типов

Автоматизированные цепочки писем / сообщений

Ветвление кампаний в зависимости от перехода по конкретной ссылке в письме

Генерация лидов из кампаний

И колл-центр с поддержкой чат-ботов и видеосвязи

The screenshot displays the Webitel interface within the bpmonline system. At the top, there is a search bar with the text "Что я могу для вас сделать?" and the Webitel logo. Below this, there are navigation options for "ПЕЧАТЬ" and "ВИД".

The main interface is divided into several sections:

- Contact List:** A list of contacts with profile pictures and names. Visible contacts include:
 - Авдоров Сергей Валентин...** (Admin department, phone: +7 495 780 80 82, duration: 00:01)
 - Макаров Дмитрий** (Sales department, phone: +7 495 277 07 98, extension: 3365)
 - Максимов Игорь** (Sales department, phone: +7 863 903 78 92, extension: 2104)
- Call History:** A table with columns for "Напра...", "Номер От", "Номер Кому", "Длитель...", and "Контакт".
- Analytics Dashboards:** Two pie charts and a line graph. The pie charts show "By country" and "TOP 5 Hangup cause". The line graph shows "variables.start stamp per 3 hours".
- Map:** A world map with colored circles indicating call activity in various regions.

Прием и выполнение звонков в интерфейсе системы

Работа со звонком: удержание, донабор номера, перевод звонка, видеозвонки, конференции

История набранных и принятых звонков, история переговоров, запись разговора

Поиск абонента из СТИ-панели

Готовые коннекторы с корпоративными АТС: Avaya, Cisco, Webitel, Oktell, Infinity

Звонки из браузера без IP-телефона

Настройка различной маршрутизации звонков в рабочее и нерабочее время

Настройка IVR-меню

Возможность подключения внешних средств анализа для получения статистики по звонкам

И полный кредитный конвейер – и для корпоратов, и для розницы

Домашняя страница

Что я могу для вас сделать? GO 7.2 ?

Кред. карта. Очередь заявок ОС Очередь заявок для СБ ГО

Дата создания	Очередь	Дата измене...
06.02.2018 11:52	Очередь заявок для ОС	17.05.2018 19:41
06.02.2018 11:33	Очередь заявок для ОС	17.05.2018 19:41
28.10.2017 17:43	Очередь заявок для ОС	11.04.2018 14:50
28.10.2017 17:43	Очередь заявок для ОС	17.05.2018 19:40

Кредитная карта

Что я могу для вас сделать? GO

ДЕЙСТВИЯ

- ОТПРАВИТЬ НА ИСПРАВЛЕНИЕ
- ПЕРЕСЧИТАТЬ
- ВЕРНУТЬ В ОЧЕРЕДЬ
- ОТЛОЖИТЬ

ДАЛЕЕ

Проверка полноты и корректности заполнения оригинала Заявления-Анкеты
Результат: Подтвердить

Проверка наличия подписи потенциального Заемщика на Заявлении – Анкете
Результат: Отправить на исправление

Проверка соответствия данных, документов и Заявления-Анкеты
Результат: Подтвердить

Соответствие параметров кредитной заявки требованиям действующих условий кредитования
Результат: Отправить на исправление

Проверка документов
Результат: Подтвердить

Клиент: Матвеева Юлия Павловна
Заявка: 4382
Анкета заявки: Матвеева
Продукт: Золотая Кредитная карта "МИР"
Сумма: 307 007.00

Подтвердить

Отправить на исправление

Комментарий

Файлы и ссылки

Регистрационные документы

Тип документа	Есть файлы	Обязательный	Физ. лиц.
Паспорт	Да	Да	Матвеева Юлия Павловна
Справка о доходах с места работы или выписки с зарплатного счета	Нет	Нет	Матвеева Юлия Павловна
Справка/выписка по счету из банка, подтверждающая размер пенсии	Нет	Нет	Матвеева Юлия Павловна
Копия трудовой книжки	Да	Да	Матвеева Юлия Павловна
Дополнительный документ	Нет	Нет	Матвеева Юлия Павловна
Справочное свидетельство ГосПенсионного фонда	Нет	Нет	Матвеева Юлия Павловна
Заявление-анкета на получение кредита	Да	Да	Матвеева Юлия Павловна
Копия трудового договора/контракта	Нет	Нет	Матвеева Юлия Павловна

В очереди

Обработано сегодня

В работе

В очереди

Управление очередями заявок

Настройка и формирование условий сделки

Мониторинг финансового состояния заемщика:

Информация о доходах и расходах, владении собственностью
Наличие текущих кредитных обязательств

Скоринг

Андеррайтинг заявки:

Сводная информация по заявке
Изменение окончательных условий и фиксация результата рассмотрения

Подбор пакета документов

Настройка печатных форм

Есть и процессинг программ лояльности для привлечения клиентов



Возможные схемы лояльности:

Внутрибанковские программы (бонусы и начисляются и списываются внутри банка)

Программы ритейлеров (бонусы начисляются и списываются за счет ритейлеров)

Программы для ритейлеров с привязкой к банковской карте (розничные бонусы подпитываются банковскими и взаимно пересекаются друг с другом)

- Подобный проект компания TSi ведет сейчас в торговом центре МЕГА в Алматы вместе с ДБ Сбербанком

Ко-брендинговые программы

Лотерейные программы (банковские бонусы с перераспределением посредством лотерейного розыгрыша)

- Эту схему сейчас внедряет VISA

«Игровые» программы (банк запитывает своими бонусами игровые «счета» клиентов)

- Здесь тоже есть свои первопроходцы (эту схему использует, например, Альфа Банк в Минске)

**Бэк-офисная часть
должна, по возможности,
обходиться без людей**



Необходимый бэк-офисный функционал

У многих банкиров до сих пор есть иллюзия, что для запуска цифрового банка достаточно развитого приложения для цифровых каналов, а АБС сойдет какая есть

Эта утопия разительно отличается от реальности – почти все, о чем мы говорили выше, требует очень **сильного бэк-офисного** фундамента:

- это и **расширенная картотека** клиентов / проспектов, по которой можно вести маркетинговые кампании
- это и **бэк-офис пластиковых карт** внутри АБС, что сегодня не часто встретишь
- это и **поддержка** любых композитных продуктов (для чего недостаточно обычных кредитов/депозитов, по сути дела нужен конструктор новых продуктов внутри АБС)
- а типологически полный транзакционный фронт-офис вообще ни к какой обычной АБС прикрепить не удастся – здесь нужен такой бэк-офис, который умел бы **«расщеплять» транзакции** на источник (дебет) и приемник (кредит), равно как и собирать единую проводку из двух полупроводок

Так что рассматривать программные решения, предлагаемые для реализации цифрового банка, лучше всего «в паре» (чтобы потом не мучаться с их несовместимостью)



Композитные продукты

Клиенты становятся все более и более привередливыми и завлечь их, предлагая простой депозит, кредит или пластиковую карту, уже нереально.

На повестке дня так называемые композитные продукты, объединяющие в единое целое несколько простых сущностей (а иногда даже нескольких клиентов)

Хорошим примером подобного продукта являются карты рассрочки: **Халва и Совесть**

- сама карта играет скорее роль «ключа» к продукту, его идентификатора
- основной продукт – это кредитная линия, выделяемая клиенту для покупки товаров у ритейлеров-партнеров банка
- сумма основного долга по каждому траншу такой линии переводится партнеру в качестве оплаты купленного у него товара (купленного со скидкой!)
- сам же долг (уже без скидки!) выставляется на клиента – тем самым банк как бы сразу выставляет ему всю сумму долга с процентами
- очередные платежи по всем кредитам (рассрочкам) суммируются и предъявляются к ежемесячному погашению, которое должно быть внесено через эту карту
- непоступивший в срок платеж выносится на овердрафт, куда начисляются штрафные проценты

На наш взгляд именно таким составным продуктам принадлежит будущее и любой уважающий себя цифровой банк должен иметь их в своем арсенале!



Что делать с карточками?

Карточки в России и СНГ исторически развивались как отдельный банковский продукт, хотя на самом деле это не продукт, а просто отдельный дистанционный канал обслуживания

Это крайне неблагоприятно сказалось на архитектуре банковских ИТ-решений:

- сами карточки, включая бэк-офис, полностью обслуживаются процессинговым центром
- АБС зачастую вообще ничего не знает о карточках клиента, иногда все ограничивается просто сводными счетами остатков, обновляемыми раз в день
- в результате банк в АБС «не видит» полной финансовой картины по клиенту (можно возразить, что он видит ее в хранилище, но это уже не он-лайн, да и хранилище такое есть не у всех)
- крайне осложняется интеграция с цифровыми каналами, которые должны «видеть» все счета клиента
- операции между карточками и обычными счетами часто идут с суточной задержкой

- наконец, почти все банки вынуждены заводить собственный процессинг, не считая возможным отдавать эту функцию на аутсорсинг (ведь там живут все их карточные продукты!)

Очевидно, что этой «чересполосице» должен быть положен конец:

- процессинг должен заниматься только процессингом и ничем другим – тогда и аутсорсинг не страшен
- бэк-офис карточек должен быть погружен в АБС и должен иметь он-лайновую связь с процессингом

Для вновь создаваемого цифрового банка это даже не вопрос, а императив!



Блок розничных продуктов SC Retail работает по принципу конструктора

Конструктор банковских продуктов

- тарификация (формулы или процентные ставки по всем видам долга, комиссии, плата за обслуживание и др.)
- действия, операции, автоматические процессы, сопутствующие услуги
- документы, настройки для ведения бухучета
- доступность в каналах дистанционного обслуживания
- формирование сложного продукта как комплекса более простых составляющих
- настройка расчетных алгоритмов продукта по принципу конструктора из библиотеки реализованных алгоритмов

Благодаря этому конструктору новые продукты можно выводить на рынок быстрее конкурентов

Кредитные продукты и бухгалтер

- Настройка перечня доходов по кредитному продукту, их начисление и выставление требований на оплату
- Расчет графиков погашения и автоматическое списание с текущего счета
- Вынос на просрочку и урегулирование резерва
- Классификация всех активов кредитополучателя
- Настраиваемая модель бухучета по всем событиям каждого договора



SC Retail содержит также полный бэк-офис пластиковых карт

Поддерживаемые карточные продукты:

- расчетная (платежная) карточка
- сберегательная карточка
- карточка с кэш-бэком
- кредитная карточка (в т.ч. с грейс-периодом)
- платежная карточка с овердрафтом
- корпоративные карточки для сотрудников предприятий
- комбинированные продукты (в т.ч. карт ы рассрочки)
- Создание и ведение кредитов, выдаваемых на карту
- Интеграция с программами лояльности
- Настройка комиссий, рассчитываемых или при совершении операции, или в регламентное время

Поддерживаемые операции по логистике пластиковых карт:

- Получение заготовок (пластик), передача заготовок на эмбоссирование, бухгалтерский учет заготовок и эмбоссированных карточек
- Выпуск карточки (объект БД), получение персонализированной карточки и ее выдача клиенту, уничтожение карточки
- Управление статусами карточек (мягкий, жесткий стоплист), лимитами на совершение операций.
- Интеграция с большинством популярных процессинговых центров в режимах онлайн и оффлайн
- Ведение справочника терминальных устройств банка, обработка файлов с расчетной информацией по терминальным устройствам из процессингового центра
- Формирование бухгалтерских проводок для взаиморасчетов с другими участниками платежной системы, формирование аналитической отчетности по операциям в устройствах банка

Карточки не оторваны от остальной розницы, что очень редко бывает

**Платежная же
подсистема должна
быть полностью
универсальной**

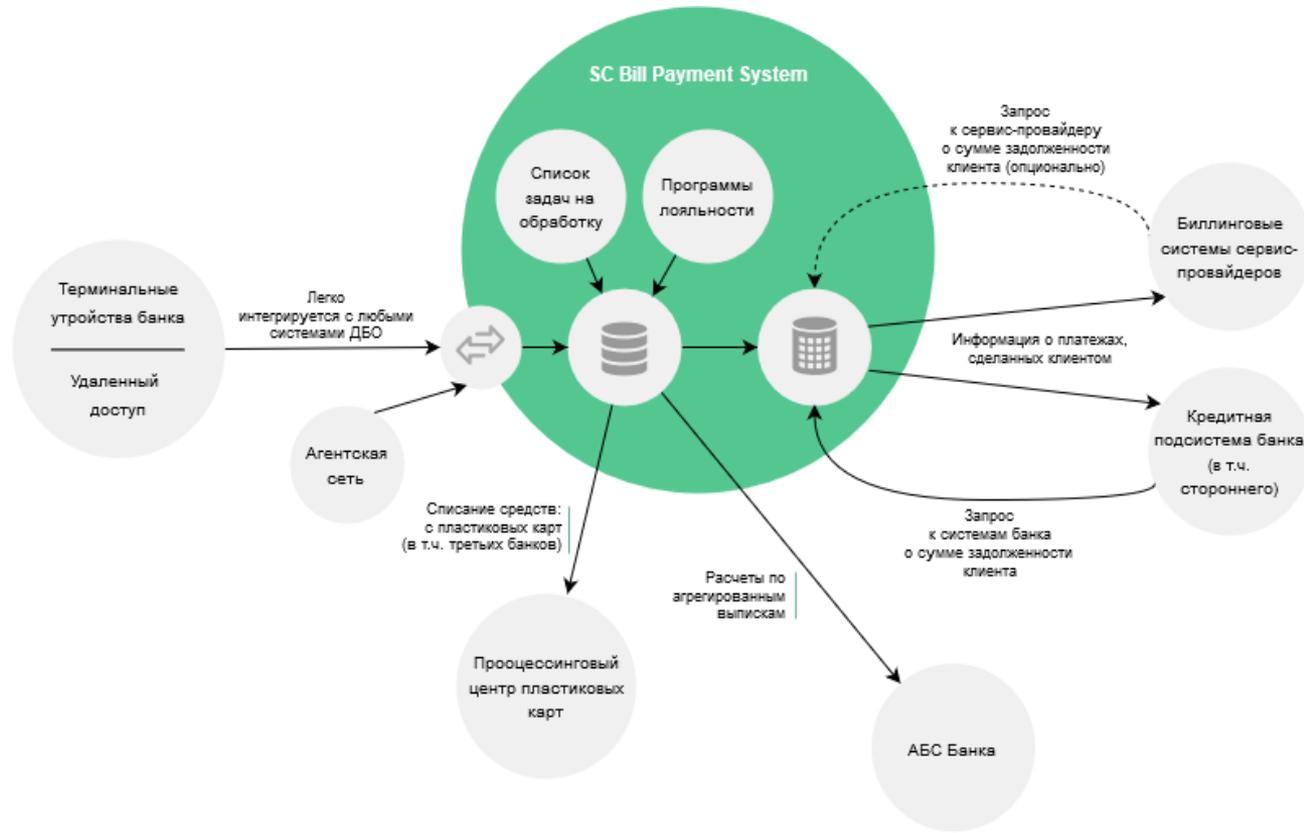


Основная нагрузка ДБО – это клиентские транзакции

Источник / Адресат	Наличные	Тек.счет	Своя карта	Чужая карта	Ден.перевод	Коммуналка	Кредит	Депозит
Наличные	Конвертация	Внесение	Внесение		Отправка	Без откр.счета	Погашение	Взнос
Тек.счет	Снятие	Платежка	Внутр.транз.			Оплата услуг	Погашение	Взнос
Своя карта	Снятие	Внутр.транз.	Внутр.транз.	Эквайринг		Оплата услуг	Погашение	Взнос
Чужая карта	Банкомат		Эквайринг	Эквайринг			Погашение	
Ден.перевод	Получение							
Зарплаты / Пособия	Получение	Пост.поруч.	Пост.поруч.					
Кредит	Получение	Получение	Получение					
Депозит	Снятие	Снятие	Снятие					

- **Зеленые** клетки – это транзакции привычные для всех, **желтые** тоже кое-кто уже освоил, а вот **красные** – это те типы операций, которые пока не делает практически никто 😊
- Первая строка и первый столбец таблицы – это касса, здесь банки освоили практически все типы операций, а вот без обращения к наличным многие операции, увы, никак и не выполнишь:
 - На чужие карты и денежные переводы вообще мало кто обращает внимание (даром, что именно эти инструменты активно востребованы миллионами гастарбайтеров)
 - С зарплатами и пособиями тоже стоит работать активнее – для этого надо просто научиться расщеплять транзакции
 - Наконец, кредиты с депозитами тоже хорошо бы освоить пошире (включая перекредитовку)
- Да, но ведь у цифрового банка вообще нет никаких касс...
- Поэтому ему точно необходимы все типы транзакций! (иначе он всегда будет проигрывать кассе)

В части платёжных операций мы имеем решение SC Bill Payments System



Эта подсистема является ядром ЕРИП (Единого Расчетно-Информационного пространства Беларуси) и её производительность проверена практикой

ЕРИП (Единое Расчетно-Информационное Пространство) – это автоматизированная информационная система, организованная Национальным Банком Беларуси для обработки всех массовых платежей в республике. Разработчиком решения является компания СофтКлуб



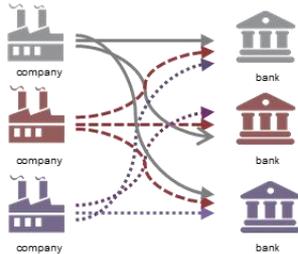
Публичный сектор			
Коммунальные платежи	Образование и развитие	Налоги и штрафы	Здравоохранение
Квартирная плата	ВУЗы, ССУЗы	Штрафы ГАИ	Больницы
Водоснабжение	Школы, Гимназии	Земельный налог	Поликлиники
Электроснабжение	Детские сады	Налог на недвижимость	Центры косметологии
Газоснабжение	Спортивные школы	Таможенные платежи	Центры социального обслуживания
Отопление	Школы искусств	Фонд социальной защиты населения	
Общезия	Музыкальные школы		
	Образовательные курсы		
	Автошколы		

Частный сектор			
Недвижимость	Бытовые и юридические услуги	Телекоммуникации	Билеты
Стоянки, гаражи, парковки	Автосервис	Мобильная связь	Театр, кино
Риэлтерские услуги	Домофонные системы и видеонаблюдение	Стационарная связь	Концерты
Приватизация	Туристические платежи	Интернет	Спортивные матчи
Строительство	Адвокаты	Телевидение	Железнодорожные билеты
			Авиабилеты



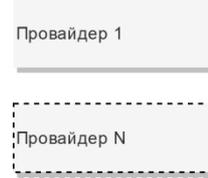
Оплата 70,000 услуг от 20,000 провайдеров обрабатывается в системе ЕРИП

Исходно данная подсистема предназначена для агрегации массовых платежей



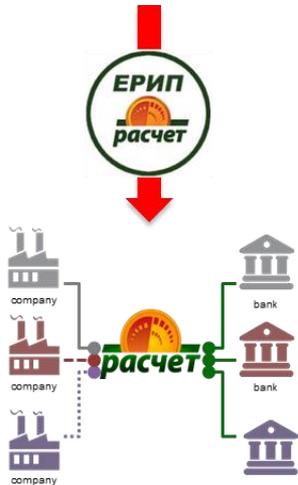
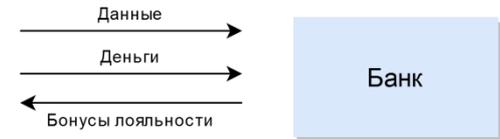
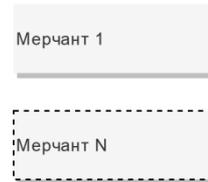
Исходно в рамках проекта ЕРИП Банк собирает с населения платежи в пользу провайдеров

- Получается, Банк продает их услуги
- И берет комиссию



Но эта схема может быть и вывернута наизнанку

- Мерчанты продают населению свои товары
- И перечисляют банку процент от выручки в счет погашения долга по МСА
- В целом мало что меняется и обрабатывать транзакции можно теми же средствами
- Распределение сумм (с учётом лояльности) может быть весьма сложным



Внутренние механизмы SC Bill Payment System

Эмуляция диалога при вводе платежа

Правила идентификации:

- Номер Договора

Правила отображения атрибутов платежа:

- Исходное показание (счетчик)
- Тариф
- Оплачиваемый период
- Другие необходимые параметры

Правила контроля ввода атрибутов платежа:

- Выбор Тарифа
- Конечное показание (счетчик)
- Объем потребления
- Сумма к оплате

ДБО банка

АБС банка

ПЦ банка

Взаимодействия с внешними системами



Расчеты (раз в день, раз в...)

Национальная расчетная система

Правила расчета суммы к оплате
Ограничения на сумму платежа

Правила расчета комиссий

Правила расчета штрафов за задержку оплаты

Правила расчета участия в программах лояльности

Правила формирования сводных платежных поручений

Интеграционные возможности SC Bill Payment System



Эту систему можно эффективно применять:

- И для обработки любых массовых платежей населения
- И для сбора погашений
- И для пополнения карт
- И для приема депозитов
- И для расчетов с мерчантами, агентами, партнерами и т.п.
- Причем этот функционал можно вывести на ЛЮБЫЕ каналы обслуживания – начиная с собственных кассовых мест банка, и кончая cash-in киосками и даже системами ДБО сторонних структур

Пример быстрого «насыщения» ДБО всеми типами платежей при помощи BPS – “все и сразу”



Задача быстрой адаптации западного ДБО (исходно там были платежи типа SWIFT)



Удалось сразу воспроизвести все привычные типы платежей

Для таких задач, как обработка кредитной заявки, диалог по оплате коммунальных услуг, диалог по приему/отправке денежных переводов поддерживается процессно-ориентированный экранный диалог

XML-описания экранов передаются в подсистему ДБО и динамически эмулируются в ее экранных интерфейсах (а также в экранных интерфейсах всех остальных каналов)

BILL PAYMENT SYSTEM - ЕДИНСТВЕННЫЙ интерфейсный шлюз к любым провайдерам услуг и системам платежей

Провайдеры и
Агрегаторы
оплаты услуг

Агрегаторы по
странам СНГ

Агрегатор
денежных
переводов

Электронное
правительство

Сеть Cash-in
терминалов

Процессинго
вый центр

АБС банка

Розничная
подсистема
банка

CRM-
подсистема
банка

Провайдеры
услуг (по РФ)

Провайдеры
услуг
(по СНГ)

Системы
Денежных
Переводов

Территориал
ьные центры
Госуслуг



VISA

MasterCard

Интерфейсы с Государственной
Системой Идентификации, с
Процессинговыми Центрами
тоже реализуются здесь

**И несколько общих
советов в
завершение**





Игровые элементы

- Новое поколение выбирает игры (на самом деле вся их жизнь в интернете сейчас выглядит как одна большая онлайн-игра)
- Многочисленные попытки скрестить рутинные банковские операции с игровыми элементами (так называемая геймификация) успехом не увенчались – финансы по природе своей все же достаточно скучны
- Но отказываться от игр нельзя – нужно просто публиковать на своем сайте ОБЫЧНЫЕ ИГРЫ, самые новые, может быть даже за собственные деньги

Что нужно сделать, чтобы ваш цифровой банк действительно ожил

Сайт и другие ресурсы привлечения внимания

- Недавно видел объявление Тинькофф-банка о найме дизайнера сайта (явно из-под пера самого Олега Тинькова©). Там был такой пассаж: «те, кто будет предлагать тонкое на тонком, серое на сером – все идут лесом»
- Для цифрового банка естественно привлекать внимание там, где его потенциальные клиенты проводят большую часть своего времени – в первую очередь в социальных сетях. Там у него должна быть своя страничка, пестрящая фото-, видео- и игровыми материалами (и эта страничка должна периодически «приглашать в друзья» всех, кто еще на нее не подписан)
- Не следует обрасывать со счета и сайты партнеров – там вы тоже должны присутствовать (лучше всего с предложением сопутствующих продуктов, причем обязательно с элементами лояльности)



Точки оффлайн доступа (подтверждение регистрации и взнос наличных денег)

- Светлое будущее диджитал он-бординга пока не для нас – у нас есть закон и в соответствии с ним регистрация клиента должна проводиться с его физическим присутствием
- Логичный выход – передача этой функции партнерам на аутсорсинг
- Нельзя также сбрасывать со счета и взнос наличных денег, это тоже необходимо – впрочем, это сегодня не проблема – многочисленные сети кэш-ин автоматов к вашим услугам!



Что нужно сделать, чтобы ваш цифровой банк действительно ожил



Взаимодействие с партнерскими сетями

- В свете всего сказанного выше по поводу стратегии цифровых продаж, ясно, что наличие партнерских сетей имеет первостепенное значение
- Принцип здесь весьма прост: ритейлеры помогают вам продавать ваши продукты потому, что вы помогаете им продавать их товары
- Впрочем, это взаимодействие может быть глубже, чем простое кредитование покупателей, ведь сами партнеры тоже нуждаются в оборотных средствах
- Единственно, мы бы не рекомендовали заикливаться на парном кобрендинге с партнерами. Лучше попытайтесь сделать все бонусы своих клиентов взаимно конвертируемыми через ваш банк!

Но как потом перенести все эти достижения на основной бизнес банка?

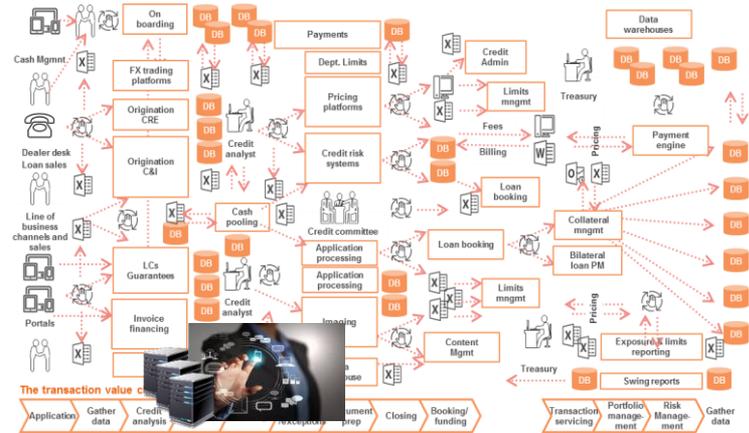
Запустив отдельный цифровой банк, вы затем просто выстраиваете двустороннюю он-лайнтовую репликацию между ним и основной ИТ-инфраструктурой

Да, это сложно, уйдет не менее года

Но зато, добившись этого, вы можете далее КАЖДОГО своего клиента обслуживать в любой из двух систем!

А далее просто терпеливо выжидаете, пока критическая масса клиентов перейдет на обслуживание преимущественно во вновь созданном цифровом банке!

Вероятно, некоторые блоки из старой инфраструктуры все же уцелеют, оставаясь востребованными и в будущем (касса, например – куда же без нее!), однако основную ее часть через некоторое время можно будет вывести из эксплуатации.



Usability как двуликий Янус...

Странно, не правда ли... Насчет usability понятно, но причем тут Янус?...

- И тем не менее:
 - Usability или удобство пользования, безусловно, является одним из важнейших условий для широкого продвижения цифровых каналов в массы
 - Более того, именно низкий уровень usability, вероятно является причиной недостаточно глубокого проникновения цифровых банковских услуг
 - Однако пользователи этих каналов очень и очень разные:
 - Среди них есть и молодые люди и пожилые – первые воспринимают нововведения и перемены с энтузиазмом, вторые с раздражением
 - Есть люди очень собранные, упорядоченные, а есть беззаботные разгильдяи
 - У кого-то больше развит логический аппарат (левое полушарие мозга) – эти предпочитают воспринимать информацию в виде текста и цифр
 - У кого-то напротив сильнее образное восприятие (правое полушарие мозга) – этим ближе диаграммы, картинки
 - Ниоткуда не следует, что возможен такой интерфейс, который одинаково комфортен для всех
 - Я бы скорее говорил о паре интерфейсов:
 - Один с жесткой структурой меню и четко описанной последовательностью действий
 - Другой – портального типа, со множеством независимых окон, с обилием графики и картинок



А Янус... Одни считают, что он у римлян был богом солнца, другие – что богом хаоса☺

SoftClub

Спасибо за
внимание!



У вас остались вопросы?

office@softclub.by
+375 17 279 33 00
softclub.com

gennady.zamanskiy@softclub.com
+7 903 130 78786