

«ЭЛЕКТРОННАЯ СРЕДА ОБЕСПЕЧИВАЕТ ПРАЙВАТ-БАНКИНГ ДЛЯ МАСС»

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ БАНКА

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» ОКСАНА СИВОКОБИЛЬСКА РАССКАЗАЛА КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG ЮЛИИ ЧАЮН О ТОМ, ЧТО МЕШАЕТ РАЗВИВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГУ В РОССИИ, УЙДУТ ЛИ КОГДА-НИБУДЬ ФИЗИЧЕСКИЕ БАНКИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО В ЭЛЕКТРОННУЮ СРЕДУ И КАКОЙ ФУНКЦИОНАЛ ВНЕДРЯЕТ БАНК ДЛЯ СВОИХ КЛИЕНТОВ.

BUSINESS GUIDE: Расскажите, пожалуйста, что такое удаленный банкинг?

ОКСАНА СИВОКОБИЛЬСКА: Как ни парадоксально, самый обычный клиент может рассказать о том, что он хотел бы получить в интернет-среде, даже больше, чем на данный момент в ней обеспечивается со стороны банков. Наши клиенты проводят сейчас в электронной среде настолько значимое количество времени, ими потребляется настолько большое количество продуктов, что банки — это уже та отрасль, которая, скажем так, догоняет тренды, которые более проявлены в других отраслях. Однако если мы рассмотрим долю клиентов, пользующихся интернет-банкингом, среди общего количества пользователей, то доля эта оставляет желать лучшего. В ближайшие три-пять лет она достигнет своих 70–80%, сейчас же она достаточно мала.

BG: А вы можете привести пример какой-нибудь клиентской просьбы, которую интернет-банк не способен выполнить?

О. С.: Скажем так — функционал у интернет-банков уже очень неплох. Мы сейчас должны катализировать, ускорять внедрение новых привычек, которые медленно, но прививаются. Старые привычки заключаются в том, что клиент, получив зарплату на карту, идет к банкомату и почему-то снимает деньги. А ведь спектр удаленных услуг очень велик. Те деньги, которые снимает клиент, он почему-то несет к электронному киоску и оплачивает там свои счета, а ведь можно было бы использовать интернет-банк. Весь функционал, который предлагают сети платежных терминалов, уже есть в интернет-банке. Присутствие налички в экономике — это главный вызов. Мы, банки, не конкурируем друг с другом, это конкуренция банков с наличными деньгами.

BG: Но ведь дело далеко не только в привычке. Ведь не везде принимаются к оплате карточки.

О. С.: Например?

BG: Допустим, в транспорте, в некоторых кинотеатрах, в аптеках.

О. С.: Для оплаты транспорта банк выпускает зарплатные карты с транспортным приложением «Подорожник», которое может использоваться в качестве проездного билета различных видов и электронного кошелька для оплаты проезда в пределах имеющейся на этом кошельке суммы. Причем пополнять приложение можно любым удобным способом — в интернет-банке, банкоматах или в офисах. Это хороший пример того, что даже активный пользователь интернет-банкинга по привычке снимает деньги, чтобы купить проездной только потому, что он «не переключился». Что касается тех компаний, которые не предоставляют возможность расплатиться карточкой, то я уверена, что если у них спросит каждый второй клиент, может ли он расплатиться карточкой, то они не устоят и введут у себя услугу эквайринга. Спрос рождает предложение. Наша цель — чтобы цикл получения и использования денег не требовал налички: вы получили деньги на счет, вам удобно пользоваться расчетной картой, банкоматом, платежным киоском и интернет-банком для оплаты покупок и услуг со своего счета. Вы даже можете в интернет-банке настроить регулярные платежи и экономить время — банк будет выполнять ваш регулярный платеж, а вы получите о нем смс-уведомление или посмотрите выписку в том же интернет-банке. Банк в электронной среде — это экономия времени клиента, максимальная доступность услуги круглосуточно и часто более выгодные для клиента условия продукта.

BG: Какой функционал предлагает интернет-банкинг?

О. С.: Первая ассоциация, связанная с интернет-банкингом, — это платежи, хотя на самом деле функционал разнообразен. Уже сейчас посредством удаленного банкинга можно размещать депозиты. Причем большинство банков для того, чтобы оптимизировать свои расходы, готовы предложить повысить ставку по депозитам в том случае, если вы для его оформления воспользуетесь удаленным каналом, а не поедете в офис. Наш опыт показывает, что за прошедшие год-полтора мы выстроили удобно настроенную функцию в интернет-



банке и правильно организованное ценообразование, общий объем размещенных вкладов посредством интернета достиг 40% от общего числа депозитов.

BG: Как вы полагаете, этот показатель будет расти?

О. С.: Да, мы ставим перед собой задачу достигнуть 60% за три года. В принципе, не вижу никаких препятствий. Главное — просто умелое попадание в момент какой-либо потребности клиента с предложением функционала через электронный канал. У нас однозначно функционал наполнен всем тем, что обеспечивает клиенту удобную, быструю, на данный момент бесплатную возможность оплаты всех счетов, размещения депозитов с премией, получения беззалоговых кредитов. Что касается последнего, у нас в интернет-банке обеспечен функционал предрасчитанных лимитов, что позволяет получить кредит в один-два клика. Можно говорить о том, что развитие электронного канала позволяет обслуживать массовые сегменты с индивидуальным подходом. Получается, что электронная среда обеспечивает прайват-банкинг для масс. Почему всегда различали массовый и немассовый сегмент? Обслуживать индивидуально — это дорого, а электронная среда позволяет это делать эффективно с точки зрения экономики и так, что каждый конкретный клиент ощущает, что ему предложили именно тот продукт и тот функционал, который ему нужен. Речь, в том числе, и об умении управлять контекстным предложением: в нашем интернет-банке вендоры по оплате услуг автоматически приоритизируются для каждого клиента по частоте использования. Система может сама подстраиваться под ваши пользовательские предпочтения.

BG: Что подталкивает развитие электронных каналов оказания банковских услуг?

О. С.: Вы знаете, что интернет-банкинг развивается в северных странах активнее, чем в южных? Связано это с тем, что для того, чтобы выйти из своего дома, нужно одеться и выйти не на солнечную улицу, а иногда на мороз –20 градусов. В северных странах мы больше находимся в помещениях, в течение полугода у нас меньше мотивации выходить из дома за потреблением какой-то услуги. Мы с большей радостью делаем это в интернете. Поэтому я думаю, что для России электронные каналы будут очень важным и перспективным сегментом по темпам развития. Уже сейчас есть любопытные статистические данные. К примеру, Россия — страна номер

один среди других стран по количеству времени, проводимому в социальных сетях активными пользователями интернета.

BG: Кстати, насчет сетей. Вы активно представлены в социальных сетях — что это дает банку?

О. С.: Мы не ставим задачу привлекать дополнительных клиентов через социальные сети. Сети для нас — это канал общения, мы максимально оперативно делимся с сообществом актуальными для нас новостями. Для нас это очень ценно, так как клиенты в социальных сетях самые активные, значит, они имеют мнение, значит, у нас будет обратная связь. По сути, это бесплатная консультация, тестирование наших услуг, продуктов. Клиенты говорят, что нам можно улучшить. Благодаря социальным сетям мы можем быстро отреагировать на какие-то несовершенства в нашей работе. Когда мы запускали в прошлом году в ноябре новую версию интернет-банка, обратная связь была очень активная. В том числе нам нужны были нагрузочные тесты.

BG: Расскажите, пожалуйста, о том, что нового вы внедряете в своем интернет-банке?

О. С.: Когда банк развивает возможность оказания удаленных услуг, важен интегрированный подход системного развития всех взаимосвязанных IT-систем. Два года назад мы начали с базового, с фундамента — сменили свою IT-платформу, перейдя на промышленную — «ЦФТ Банк», которая обеспечила нам качественный фундамент для дальнейшего развития электронных каналов. Год назад мы внедрили совершенно новую платформу интернет-банкинга, написанную для нас под заказ. Он удобен для клиентов, наполнен всем тем функционалом, который востребован клиентами, и мы продолжаем внедрять новые услуги. На днях мы запустили новую версию мобильного приложения интернет-банка, адаптированного для iOS и Android. Что касается объема инвестиций, то примерно \$12 млн у нас ушло на разработку и внедрение всех перечисленных новшеств. Эти инвестиции позволяют нам сейчас идти в ногу со временем и обеспечивают нам лидирующие позиции в электронной среде, где мы однозначно собираемся закрепиться и быть навсегда. Хочу отметить, что, несмотря на бурное развитие удаленных каналов, физическое присутствие банка будет оставаться всегда, так как клиенты заинтересованы в персонализированном контакте с сотрудниками банка. ■