

«ВЫИГРАЕТ ТОТ, КТО НАУЧИТСЯ ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ПОТОКАХ „ВОКРУГ“ КРУПНОГО БИЗНЕСА»

За последние годы технологии обслуживания корпоративных клиентов существенно выросли: руководители компаний уже подписывают платежные документы со смартфонов и наблюдают в режиме онлайн за движением средств по счетам. В ближайшее время банкиры намерены внедрить несколько новых IT-разработок, которые будут особо интересны финансовым управленцам крупных компаний. О банковских инновациях рассказывает руководитель корпоративного блока Промсвязьбанка Евгений Козеренко.



Западные банки сейчас пересматривают стратегию работы с корпоративными клиентами и создают так называемые клиентские экосистемы. Что дает банкам такой подход?

— Рентабельность корпоративного банкинга в мире неуклонно снижается. Эта тенденция постепенно распространяется и на компании среднего бизнеса, поэтому банки стали искать решение. Мы считаем, что выиграет тот, кто научится зарабатывать на потоках «вокруг» крупного бизнеса, тот, кто предложит качественные финансовые решения всей цепочке поставок, от крупной компании до ее подрядчиков.

— Готовы ли российские игроки формировать экосистемы по обслуживанию крупных клиентов и их партнеров?

— В целом, да. Другое дело, что сложностей на этом пути немало. В стандартных структурах банков подразделения работают с клиентами изолированно друг от друга: корпоративный блок отвечает за отношения с крупной компанией, блок МСБ работает с различными поставщиками и дистрибуторами этой компании, региональные отделения обслуживают малый бизнес, который тоже является частью сети. На стыках между подразделениями возникают потери в производительности и, как следствие, потери в деньгах. Для создания экосистемы необходимо выстраивать «сквозные» процессы. Уже в этом году в пилотном режиме мы предложим несколько интересных решений для крупных корпоративных клиентов и их партнеров и начнем тестировать «бесшовный» банк.

— Кардинальные изменения происходят, как правило, после каких-то масштабных событий. Какие важные вехи в развитии технологий корпоративного банкинга вы можете выделить?

— Определенной «встряской», которая заставила бороться за клиентов, в том числе и с помощью внедрения инновационных решений, а не только процентной ставкой по кредиту, стал кризис 2008–2009 годов. На рынке стали более

активно появляться технологичные мобильные банки для корпоративных клиентов, хотя ранее больше внимания уделялось развитию интернет-версий. В 2015 году мы вывели на рынок мобильное приложение, которое позволило финансовым директорам акцептовывать платежи, отслеживать в режиме онлайн движение средств по счетам, анализировать денежные потоки и контрагентов и многое другое. Среди других «прорывов» на российском рынке отмечу внедрение решений кэш-менеджмента и внедрение технологии Host-to-Host (h2h) — интеграции банковской системы с учетными системами клиента. Это решение позволяет отказаться от классических схем работы, когда сотрудникам бухгалтерии или казначейства приходилось сначала делать документы в своих бухгалтерских системах, а затем выгружать или создавать их в системе банка.

— Банки сейчас не заинтересованы в существенном росте кредитного портфеля, инвестиционная активность также невысокая. Ка-

кие драйверы в корпоративном сегменте существуют?

— В первую очередь транзакционный бизнес за счет развития продуктового ряда, внедрения технологичных решений, повышения уровня клиентского сервиса. В Промсвязьбанке около 70% инвестиционного бюджета корпоративного блока — это расходы на развитие транзакционного бизнеса. И это типично для игроков рынка, претендующих на технологическое лидерство и в дальнейшем.

В начале следующего года мы будем готовы презентовать рынку новую систему дистанционного банковского обслуживания (ДБО). И сейчас наш интернет-банк для корпоративных клиентов является одним из лучших на рынке, что подтверждается различными наградами. Однако двигаться вперед необходимо, а постоянный рестайлинг одной и той же модели делать невозможно. Мы решили осуществить качественный прорыв — полностью переписываем ядро программного обеспечения, интерфейс. Основная цель — сделать ДБО еще более

«На рынке стали более активно появляться технологичные мобильные банки для корпоративных клиентов, хотя ранее больше внимания уделялось развитию интернет-версий»