20 → По данным опросов клиентов системы, 90% пользователей активно используют интернет-банк или мобильное приложение банка, притом, что каждый клиент EasyFinance.ru в среднем владеет картами трех-четырёх банков, и предпочтение отдаётся одному-двум приложениям той финансовой организации, чьи карты являются продуктами клиент пользуется чаще всего. Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) остальных, особенно тех, где находятся только срочные вклады или кредиты наличными, используют крайне редко.

В целом динамика положительна, активность клиентов в канале ДБО растёт, фокус смещается в мобильных приложениях (МБ), однако все сливки достаются ограниченному кругу наиболее технически продвинутых, таких как Сбербанк, Альфа-банк, «Русский стандарт» и «Тинькофф», утверждают в EasyFinance.ru.

Тимофей Шаров, руководитель дирекции «Северо-Запад» банка «Хоум Кредит», говорит, что примерно каждый четвертый активный клиент банка пользуется одним или несколькими его электронными каналами обслуживания. «Основных таких каналов у нас три. Помимо интернет- и мобильного банка, это еще и кредитный кабинет — наше ноу-хау, требующее для доступа к нему только мобильный телефон, который был указан в момент заключения кредитного договора. Кредитный кабинет предоставляет возможность получить информацию по кредиту или кредитной карте и внести платеж, в том числе с использованием карты стороннего банка. Он особенно удобен нашим POS-клиентам», — рассказывает господин Шаров.

Что касается других, то, например, около 15% активных клиентов Восточного экспресс-банка используют интернет или соответствующее мобильное приложение хотя бы один раз в месяц. По словам Алексея Казакова, директора электронного бизнеса Восточного экспресс-банка, процент использования варьируется в зависимости от продуктового профиля клиента: дебетовые и VIP-клиенты используют ДБО чаще, а кредитные — существенно меньше. «Зачастую у них нет выраженной потребности — вся информация о графике платежей у них есть на руках в бумажном виде, в случае возникновения задолженности банк сообщает об этом с помощью SMS, а если возникают текущие вопросы, то всегда проще позвонить в банк. Зато у нашего интернет-банка высокий коэффициент активного использования — более 30% посетителей. Используют в основном переводы и платежи, в среднем на одного активного пользователя приходится до шести транзакций в месяц», — приводит статистику господин Казаков.

В банке «Санкт-Петербург» число активных пользователей интернет-банкинга составляет более 500 тыс. из 1,5 млн клиентов. Из них две трети пользуются интернет-банком с персонального компьютера и треть — с мобильного телефона.

Однако не стоит забывать, что дистанционными сервисами пользуются не только физические лица, но и корпоративные клиенты.

Василий Юрченко, директор по разработке банковских продуктов банка «Точка» (полностью дистанционный банк для предпринимателей, входит в ФГ «Открытие»), рассказывает, что в их интернет-банке есть множество сервисных функций: автоматическое распознавание счета

и превращение его в готовую платежку, интеграция с мобильным приложением (чтобы подписывать в нем готовые платежи, созданные бухгалтером), управление всеми счетами (своих компаний и личных) в одном окне. «Важной функцией интернет-банка для предпринимателей могут стать дополнительные ключи для подчиненных с настраиваемыми доступами, интеграция с онлайн-бухгалтериями. Еще пару лет назад клиенты-предприниматели радовались самым простым функциям: возможности посмотреть выписку онлайн, послать платеж. Загрузить или выгрузить файлы в 1С вообще было пределом мечтаний», — вспоминает он.

РАЗГОВОР О ДЕНЬГАХ Банкинг постоянно развивается и перенимает технологии из других сфер. Сегодня усилия направлены не столько на изобретение новых технологий, функций интернет-банкинга, сколько на улучшение качества клиентского сервиса — общение.

Ольга Дмитриева, руководитель маркетинговых коммуникаций LiveTex (компания предлагает решения для дистанционного обслуживания: чат, лидогенератор, звонки, виртуальный ассистент, mobile SDK), считает, что из-за распространения дистанционного обслуживания личное общение с клиентами сократилось, а вместе с ним снизилась и лояльность — всего 50% доверяют своему банку. «Повышенные ожидания пользователей интернет-банкинга спровоцировало и распространение электронной коммерции — пользователи испытывают раздражение, когда узнают, что клиентский сервис компании или банка не адаптирован для смартфонов или планшетов», — говорит она. Решение этой проблемы госпожа Дмитриева видит в использовании интерактивной поддержки клиентов в реальном времени.

Пионерами внедрения чата в мобильные приложения стали финтех-стартапы Rocketbank, Instabank, Modulbank. Так, Rocketbank 95% обращений обрабатывает через чат в мобильном приложении.

Сегодня чат представлен в мобильных приложениях Альфа-банка, Сбербанка, банка «Тинькофф» и некоторых других. В одних случаях разработка и внедрение велась внутренними ресурсами, в других — использовались готовые решения от вендоров.

В России новшества часто внедряются после успешной апробации на западных, более развитых рынках. Так произошло с видеочатом, который сейчас набирает популярность. По данным исследований, без личной консультации воспользоваться продуктами банков готовы только 10 из 85% клиентов, ищущих кредитные продукты онлайн. Видеочат эффективен в решении этой проблемы — по данным мирового опроса EY, он удобен 31% клиентам и 92% менеджерам банка и является лучшей имитацией живого общения.

В Великобритании доля пользователей мобильного банка, пробовавших видеочат, за два года выросла с 0 до 13%, доля клиентов мобильного банка, использующих текстовый чат, за то же время выросла с 14 до 48%, что говорит об имеющемся потенциале роста для первого.

На Западе видеочат уже используют Alior Bank, American Express, Hertz, Activision Blizzard, Target, Amazon, Google. У Bank of America видеочат даже встроен в банкоматы. В США растёт тенденция использования видеоконсультаций и в дру-

гих отраслях, например, в медицине для удаленного общения с врачами на сайтах медицинских центров.

В ОЖИДАНИИ НОВОГО Александр Попов, генеральный директор EasyFinance.ru, утверждает, что дистанционный банкинг — это будущее банкинга в целом. «Но в настоящий момент им охвачен лишь очень маленький сегмент расчетно-кассового обслуживания и кредитования. В тоже время огромный пласт финансовых услуг остается в офлайне», — замечает господин Попов.

Большинство банков вообще не имеет адекватных интернет-банков, тем более мобильных приложений, утверждает Инесса Назарько, руководитель консалтингового центра «Росналог». «Это касается и ситуации с физическими лицами, и с юридическими. Причем зачастую это касается крупных и даже крупнейших банков. Здесь речь идет не только о широком функционале, но и о наборе стандартных функций и удобстве их использования. Во многих интернет-системах банков сейчас нельзя сделать практически ничего», — констатирует она.

По словам генерального директора банковского сервиса PayQR, Глеба Маркова, в мобильный банкинг можно добавлять еще очень много, вплоть до полноценного привлечения и обслуживания клиентов: заключение договоров в электронном виде, выпуск банковских карт сразу в цифровом представлении, получение онлайн-кредитов. «А вот в интернет-банкинг уже добавлять нечего. Особая разница между Россией и остальным миром отсутствует — в нашей стране, как ни странно, ДБО находится на очень высоком уровне», — подчеркивает господин Марков.

По наблюдениям директора по развитию интернет-банкинга Связь-банка Алексея Ломоносова, одна из основных тенденций в развитии систем ДБО — интеграция в них системы персонального финансового менеджмента (ПФМ). «Объединенная система представляет собой уже не просто сервис по совершению платежей, а глобальную систему управления финансами клиента. Так, ПФМ позволяет клиенту увидеть структуру своих трат, на базе этой информации сформировать бюджеты, определить свои финансовые цели. Что касается сравнения с другими странами, то можно сказать, что российские банки по степени развития систем ДБО находятся на уровне иностранных банков, иногда и опережая их», — подтверждает слова коллег господин Ломоносов.

БАНКОМАТЫ КАК АТАВИЗМ Многие банкиры рассказывают, что банкоматные сети во всем мире убыточны для банков. При этом уйти от их использования в текущий момент невозможно, поскольку никто не отменил хождение наличных денег.

Кроме того, банкомат — это точка персонализированного взаимодействия клиента и банка, и современный уровень развития технологий позволяет формировать индивидуальные сценарии работы с клиентами. Например, предлагать пополнить телефонный счет, оказывать набор стандартных услуг, в сочетании с назначением платежей напоминать про оплату интернета, штрафов. Также можно реагировать на действия клиента с банкоматом, анализировать шаблоны поведения. В частности, запускать персонализированные марке-

тинговые кампании, делать заманчивые предложения клиентам, которые потенциально могут уйти.

Максим Андреев, директор по бизнес-приложениям компании КРОК, считает, что даже когда наступит время без наличных, пункты обслуживания клиентов, в которые превратятся банкоматы, имеют шансы не стать историей. «Безусловно, затраты на содержание можно и нужно оптимизировать, например, за счет более обоснованного размещения купюр в банкоматах — ведь в каждом аппарате может храниться до трех миллионов рублей», — замечает он.

Дело в том, что инкассация и обслуживание банкомата — помимо того, что рискованная, также довольно дорогая процедура. Поэтому многие банки заинтересованы в уменьшении количества инкассаций. При этом, с одной стороны, в банкомате всегда должны быть деньги (иначе банк теряет доверие и лояльность клиентов), с другой, нужно стремиться к тому, чтобы ровно перед инкассацией из кассеты с купюрами определенного номинала уходила последняя купюра. Для этого важно оптимально формировать купюрную разбивку (распределять какие купюры, каким достоинством и в каком количестве должны лежать в банкомате) и подстраивать запас средств под график инкассаций, чтобы обойтись без внеплановых выездов. Это классическая логистическая задача, только в качестве «товара» выступают купюры, а вместо магазинов — банкоматы, и решается она средствами прогнозирования и моделирования на базе как зарубежных, так и open source платформ либо специализированных решений.

По мнению Глеба Маркова, банкоматы — это атавизм, но их хотя бы можно снабжать функцией снятия наличных из различных мобильных банковских сервисов (в том числе с электронных средств платежа), как и функцией пополнения остатка платежа — через те же QR-коды или NFC-чипы. «Но банковские терминалы самообслуживания — еще больший атавизм, поскольку в них до сих пор отсутствует возможность пользоваться картами Visa/MasterCard. Хотя в идеале они вообще должны превратиться в информационные киоски, а все платежные операции с участием таких киосков должны инициироваться в мобильных платежных сервисах, то есть в телефонах плателльщицков. Расчет между банками в таком случае будет происходить в безналичной форме, это позволит избежать мошенничества с картридерами, фальшивых купюр и взломанных украденных кэшбоксов», — высказывается он.

Василий Юрченко рассказывает, что своих банкоматов у «Точки» нет. Они могут понадобиться только в случае, если клиенту-предпринимателю необходимо сдавать выручку наличными, но тогда он может воспользоваться банкоматами ФГ «Открытие». «На собственном опыте мы убедились: офисы и банкоматы не нужны ни клиентам, ни самому банку. Нынешние технологии вполне позволяют предоставлять качественные банковские услуги посредством интернета. Кроме интернет-банка, в этом помогает круглосуточный онлайн-офис. Его специалисты обладают достаточными компетенциями, чтобы решить все проблемы клиента в течение одного телефонного разговора», — уверен господин Юрченко. ■