



ПРЕСС-СЛУЖБА «ТИНЬКОФФ БАНК»

Stories» — это алгоритм на базе machine learning, который анализирует ваши траты и поведение и предлагает интересные именно вам варианты и предложения. Уже сейчас через наше приложение можно забронировать столик в любимом ресторане, в ближайшее время появятся новые возможности. Это важная часть нашей экосистемы, которая увеличивает время, проведенное клиентами в нашем приложении.

Мы также запускаем «покупку в рассрочку» для существующих клиентов «Тинькофф». Наши клиенты могут выбрать рассрочку от наших партнеров в мобильном приложении (сейчас их несколько сотен, скоро будет несколько тысяч).

— У вас есть проект «Тинькофф Мобайл» — это тоже часть вашей экосистемы, какова его роль?

— Виртуальный мобильный оператор «Тинькофф Мобайл» работает через партнера Tele2. В данном случае мы просто арендуем их пропускную способность, то есть пользуемся их сетью. Это дополнительная услуга для существующих клиентов и возможность привлечь новых. Мы убрали традиционные болевые точки клиентов, которые есть у большой четверки, к нам легко перевести старый номер, мы предлагаем классный продукт и очень удобное приложение. Со временем мы будем интегрировать клиентов «Тинькофф Мобайл» в единую систему лояльности по всем банковским и не банковским продуктам. Но мы запустились только в декабре и сейчас оттачиваем нашу систему, пытаемся понять, где есть спрос, что работает и не работает. Нам очень важен экосистемный эффект, и «Тинькофф Мобайл» — экосистемный продукт.

— Что должна включать ваша экосистема в более долгосрочной перспективе?

— Я уже перечислил достаточно много продуктов, конечно, у нас есть планы, но мы не готовы делать все сразу, чтобы не упало качество.

— Говоря о финтехе, нельзя не затронуть блокчейн и криптовалюты. Как вы видите развитие этого направления для себя?

— Все технологии по-разному интересны. Что касается блокчейна, я бы не сказал, что это технология, которая изменит нашу жизнь в «Тинькофф» или наш бизнес прямо сейчас. Это технология, которая, конечно, будет влиять на развитие рынка, и мы будем участвовать в пилотах. Но сами форсировать эту тему мы не будем, поскольку пока не видим большой перспективы для нашего бизнеса. Эта технология более применима в межбанковских проектах. Криптовалюту мы бы очень хотели предложить своим клиентам, но на текущий момент это невозможно — мы ждем по-

явления законодательства и регулирования в этой сфере. Есть более актуальные технологии — биометрия (распознавание голоса и лица), — которые мы уже у себя давно и активно используем и которые мы внедрили первыми в России. Некоторые наши разработки в этой сфере — например, аутентификация по голосу в колл-центре — показывают результаты лучше, чем известные российские и мировые решения.

— Мы обсудили, наверное, почти все нюансы финтеха, вы, как самый технологический банк, считаете, что это главное? Или главное все же люди?

— Технология — это всего лишь инструмент. Если нет талантливых людей, нет правильной корпоративной культуры — то ничего не выйдет. Мы можем потратить миллиарды рублей на технологии, но ничего не добиться без правильных людей в правильной среде. Как привлечь талантливого специалиста сейчас — очень большой вопрос.

— И что вы делаете?

— Изначально при запуске проекта 11 лет назад Олег Тиньков собрал основной костяк из специалистов, окончивших мехмат и физтех МГУ. Этот костяк построил «Тинькофф», и потом мы вели его через все фазы — стартап, кризис, рост, построение экосистемы. И этот костяк потом обрастал другими людьми, в основном математиками, физиками, инженерами из лучших вузов России. Но мы должны были масштабировать бизнес быстро, и возникла необходимость нанимать талантливых людей в большом количестве. Мы запустили ряд проектов, направленных на привлечение талантливых разработчиков, технологов, аналитиков и других. Это и программы с вузами, «Тинькофф Школа Финтех», хакатоны, олимпиады и др. Мы делаем все, чтобы молодые специалисты приходили к нам и быстро росли. Для этого у нас есть все условия. У нас нет иерархии, бюрократии, у нас в компании — горизонтальная структура организации, мы готовы попробовать любую идею, готовы рискнуть и делегировать ответственность. Это очень важная часть нашей корпоративной культуры. И есть различные приятные условия: это и бесплатный фитнес, бесплатная еда в нашем кафе для всех сотрудников головного офиса, фрукты по утрам и др. Однако даже при всем этом мы не можем привлечь достаточное число специалистов, поэтому мы открыли восемь региональных центров разработки (в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Саратове, Ижевске и Иннополисе). И это оказалось очень правильным решением. Поэтому, резюмируя, хотел бы сказать, что талант команды — это наш основной драйвер развития. ●

декс», Mail.ru и некоторые мобильные операторы постепенно выходят в это поле. Мы с ними и кооперируемся, и конкурируем. То есть сегодня это уже не только конкурентная борьба с банками, в перспективе трех лет конкуренция будет все больше и больше идти между IT- и онлайн-гигантами.

— Если говорить о конкуренции, она происходит на уровне продуктов, то есть важен ли людям бренд?

— Бренд имеет огромное значение, мы очень много вкладываем в продвижение и развитие нашего бренда — и не только в финансовой области. Мы вкладывали существенные деньги в продвижение бренда «Тинькофф» на всех рынках, где представлены, потому что многие не понимали, насколько наш сервис удобен и доступен, насколько многообразны наши продукты и услуги и насколько мы состоялись как стабильный и большой финансовый игрок. В самом начале, 12 лет назад, мы были нишевым игроком и не пытались быть банком для всех, но лет пять назад мы значительно расширили нашу продуктовую линейку. И сегодня мы уже не только банк для массового сегмента, но и для молодого профессионала, для путешественника, для состоятельного клиента — в принципе всем активным людям, которые ценят сервис, есть что предложить. То есть на текущий момент мы покрываем все сегменты экономически активного населения. Средний возраст наших клиентов 25–40 лет.

— Вы упомянули о том, что вы не ограничиваетесь исключительно

банковскими услугами и рассматриваете выходы в иные сегменты. Не могли бы вы рассказать об этом подробнее.

— Мы сейчас очень активно развиваем сервис «Тинькофф Инвестиции» и запускаем собственную брокерскую платформу. Раньше нашим партнером был БКС, и это было удачным сотрудничеством. Но мы решили работать на этом рынке сами, поскольку видим здесь большие перспективы. Мы получили брокерскую лицензию в ЦБ, построили собственную IT-платформу, собрали команду и в этом месяце запускаем «обновленные» «Тинькофф Инвестиции 2.0». Это целый ряд инвестиционных продуктов, персональные менеджеры, аналитика, доступ к материалам о разных инвестиционных возможностях. К покупке акций и облигаций «в один клик» мы добавляем ИСЖ, ETF, структурированные ноты, ПИФы и др.

Кроме того, мы развиваем наш сервис «Тинькофф Travel», где наши клиенты могут бронировать отели, автомобили, купить авиа- и железнодорожные билеты по выгодным ценам. Сейчас мы продаем авиабилеты через партнеров, но в ближайшее время запустим собственное онлайн-агентство для путешествий.

В области «контента» у нас есть еще такая фишка — «Тинькофф Stories», которые вы видите сразу, как открываете наше мобильное приложение. Это разные лайфстайл-советы, подсказки по использованию всех возможностей продуктов «Тинькофф», по самым интересным вариантам досуга (театры, кино, выставки и пр.). Технология «Тинькофф