

«ПОЧТА БАНК — В АВАНГАРДЕ ЦИФРОВОЙ РЕВОЛЮЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ»

ПОСЛЕ ПОЯВЛЕНИЯ НА РЫНКЕ ПОЧТА БАНКА И САМОЙ БОЛЬШОЙ СЕТИ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ БЛАГОДАРЯ ПОЧТОВЫМ ОТДЕЛЕНИЯМ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ ДАЖЕ В САМЫХ УДАЛЕННЫХ РАЙОНАХ РОССИЯНЕ ПОЛУЧИЛИ ДОСТУП К ФИНАНСОВЫМ УСЛУГАМ. О СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ КОМПАНИИ, ДАЛЬНЕЙШИХ ПЛАНАХ ПО РАЗВИТИЮ, А ТАКЖЕ О ТОМ, КАКИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ РАЗРАБОТКИ ИСПОЛЬЗУЕТ В СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНК, В ИНТЕРВЬЮ BUSINESS GUIDE РАССКАЗАЛ ГЛАВА ПОЧТА БАНКА ДМИТРИЙ РУДЕНКО.

BUSINESS GUIDE: Год назад совет директоров ЦБ утвердил стратегию повышения финансовой доступности на период 2018–2020 годов. Значительная роль в ней была отведена «Почте России» как «потенциально крупнейшему платежному агенту в стране». Как соотносятся задачи стратегии ЦБ с целями и задачами Почта Банка, работающего в тесной связке с «Почтой России»?

ДМИТРИЙ РУДЕНКО: Почта Банк и был создан для решения этой задачи — сделать финансовые услуги доступными для всех граждан России, где бы они ни находились — в крупных городах и областных центрах, в удаленных и малых населенных пунктах. При этом мы понимали, что людям нужен не банк как красивое здание с большим количеством персонала, а именно возможность получить банковский сервис и банковские продукты и услуги: открыть счет, оформить вклад, взять кредит. Нам предстояло за короткое время развернуть большую сеть по обслуживанию клиентов, и повсеместное присутствие Почта Банка обеспечено тем, что в течение трех лет мы каждый год открывали по 6 тыс. точек в отделениях «Почты России» — это самая крупная сеть филиалов в России, если брать в сравнение все существующие сети: и ритейл, и банки.

Наше присутствие на почте позволило открывать новые представительства, не тратя время на строительство и обустройство площадок, а также дало прямой выход на клиентов, так как там посетители есть всегда. В результате Почта Банк показал абсолютный рекорд по темпам роста сети, финансовые услуги можно получить в каждом втором почтовом отделении, а воспользоваться терминалами для оплаты товаров и снятия наличных — почти во всех 42 тыс. почтовых отделений.

BG: Как реализуется стратегия наращивания розничного присутствия Почта Банка в регионах России? Удовлетворены ли вы результатами? Почему?

Д. Р.: В 2018 году мы практически завершили формирование основной сети, и сегодня Почта Банк представляют более 18 тыс. точек обслуживания в отделениях почтовой связи в 6 тыс. населенных пунктов по всей стране, 450 флагманских клиентских центров в стрит-ритейле и более 76 тыс. POS-точек в торговых центрах и магазинах. Также в прошлом году мы открыли новые форматы присутствия — представительства в МФЦ, которых до конца 2019 года будет около 300, включая локацию не только в крупных городах, но и в 500 км от областных центров. Мы вполне удовлетворены этими результатами, потому что выполнили все свои планы и обещания и добрались даже в самые труднодоступные населенные пункты. Это удаленные села Сибири, Дальнего Востока и Чукотки, острова Соловки, Олхон и Валаам, где финансовые услуги оказывает агент банка — сотрудник почты. Терминалы Почта Банка установлены практически во всех отделениях почтовой связи, и часто в этом поселке они являются как единственными устройствами для безналичной оплаты, так и единственной точкой, в которой можно получить наличные с карты.

BG: Оправдывается ли коммерчески присутствие банка в малонаселенных, удаленных регионах? За счет чего банку удается там зарабатывать?

Д. Р.: Конечно, говорить о сверхприбыли в условиях развития сети преимущественно в небольших населенных пунктах не стоит — это больше социальная миссия: создание финансовой инфраструктуры, обслуживание сельского населения. Такова концепция почтового банка. Мы не только думаем о прибыли, но и заботимся о наших согражданах. Low cost мо-

дель, которую мы используем, позволяет работать на территориях, где другие банки свернули свою деятельность. Но и в самых маленьких населенных пунктах, и в тех, где нет стабильного транспортного сообщения, тоже живут люди, они хотят и должны иметь равные возможности с другими нашими согражданами, и с появлением Почта Банка они могут их иметь. Поэтому мы открываем свои представительства в точках с населением от 100 человек, ставим терминалы для безналичной оплаты и обучаем сотрудников почты оказывать финансовые услуги. У нас очень большая страна с широко распределенным населением и не везде простой географией, но по-настоящему федеральный банк не может работать только в крупных городах и удобных локациях.

BG: Какие банковские услуги на текущий момент клиенты Почта Банка могут получить удаленно? Какие из них наиболее востребованы?

Д. Р.: За счет простой электронной подписи и возможностей единой биометрической системы (ЕБС) сегодня можно получить удаленно практически все услуги и оформить любые продукты банка. В дистанционных каналах наиболее популярны базовые банковские продукты, которые чаще всего оформляют и традиционным способом — через отделения при помощи сотрудника банка.

BG: Какие препятствия на пути диджитализации банковского бизнеса вы видите и как преодолеваете их?

Д. Р.: Если говорить про диджитализацию банковского бизнеса, то можно отметить только то, что она давно уже состоялась и теперь просто набирает силу. Все операционные процессы в большинстве современных банков в целом, и у нас в частности, уже давно автоматизированы и цифровизированы. Банковская отрасль сегодня является самой передовой и инновационной в России. В современных банках уже давно нет специалистов, которые сидят со счетами или вручную отсчитывают клиентам деньги. Любой банк сегодня — это тех-

нологическая организация. Цифровая революция, о которой модно говорить сегодня, в банковской сфере идет уже давно, и Почта Банк, конечно, находится в авангарде этого процесса.

BG: Как реализуется ваша синергия с «Почтой России» в области цифровых услуг? Есть ли какие-либо планы на этот счет?

Д. Р.: Вполне естественно, что мы развиваем совместные инициативы с нашими акционерами. Если с ВТБ мы реализовали возможность через «Почта Банк Онлайн» размещать денежные средства в паевые инвестиционные фонды «ВТБ Капитал Управление инвестициями», вскоре — приобретать облигации ОФЗ-н, то интеграция с «Почтой России» начинается для каждого клиента, пожалуй, с того, что в мобильном приложении банка он может отслеживать движение заказанной на почте посылки по трек-номеру. Или, заказав карту в индивидуальном дизайне, он онлайн может следить за ее готовностью. В момент, когда карта поступила на почту, придет оповещение в приложение. Карта геймера у нас заказывается на сайте, а выдает ее сотрудник почтового отделения. Теперь картой можно оплачивать и посылку, которую на дом приносит курьер.

BG: Какие совместные с «Почтой России» проекты вы планируете развивать до конца года?

Д. Р.: В 2019 году мы совместно с «Почтой» реализуем возможность оплачивать письма и посылки, отправленные наложенным платежом, с помощью банковских карт.

BG: Вы стали пионерами внедрения биометрии среди банков — речь и о внутренней, и о внешней биометрии в партнерстве с «Ростелекомом». Что дальше? Придет ли биометрия на почту?

Д. Р.: Да, биометрия проникла во все сферы деятельности нашего банка. С момента основания Лето Банка для защиты от мошеннических операций мы применяем свою внутреннюю идентификацию клиентов по изображению лица. Обра-



ПОЧТА РОССИИ

зец изображения лица каждого клиента записывается при первом визите в банк, и в дальнейшем слепок используется для его идентификации при каждом обращении (помимо предъявления паспорта). А голосовая биометрия помогает нам узнавать клиентов во время звонка в контакт-центр. В наших флагманских клиентских центрах и точках обслуживания на почте, где работает сотрудник банка, эта технология применяется уже давно, а до конца этого года мы масштабируем ее также на те почтовые отделения, где наши услуги предоставляет агент банка — сотрудник почты. Уже закуплено необходимое оборудование и ведутся технические работы. Биометрические технологии также используются при оформлении онлайн-заявок на получение продуктов и сервисов, подтверждении операций в интернет- и мобильном банке.

Что касается биометрии, в настоящий момент сдать образцы в Единую биометрическую систему можно уже во всех флагманских клиентских центрах Почта Банка — их более 400 по всей стране, и не только в крупных городах. В этом году мы проведем оценку возможности развернуть сбор биометрических данных в самых передовых почтовых отделениях — так называемых ОПС будущего. Самый важный фактор здесь — чтобы площадка соответствовала требованиям информационной безопасности и организации рабочего пространства.

BG: А какие результаты внедрения ЕБС в вашем банке? Как относятся к этому клиенты, насколько охотно сдают данные и есть ли уже те, кто пользуется услугами по такой технологии?

Д. Р.: Конечно, пока рано говорить об массовом использовании гражданами возможности удаленной идентификации. Традиционно для того, чтобы любая новая технология стала привычной, нужно время. Тем не менее в наших отделениях граждане уже сдают биометрические данные. При этом к процессу подключилась уже вся страна: лидерами по количеству сданных шаблонов у нас являются Сибирский регион, Северо-Запад, Москва и Поволжье. Важно, что это не только города-миллионники, мы видим активность граждан и в средних, и в малых городах, где у нас также расположены клиентские центры, сдают биометрию и в сельских населенных пунктах.

В нашем банке по этой биометрической технологии уже открыты счета — как через интернет-банк, так и через мобильный банк. В основном пользуются этой услугой люди из так называемой экономически активной категории — от 20 до 50 лет, но также есть пенсионеры и молодые люди. На текущий момент люди пользуются классическими банковскими услугами: открывают вклады, делают переводы, платят, подают заявки на кредит. Стимулами к дальнейшему развитию сервиса могут стать популяризация его преимуществ, а также расширение возможностей по использованию биометрических данных.

BG: Какие диджитал-проекты банка можете отметить как наиболее перспективные? Помогают ли они бизнесу?

Д. Р.: В настоящее время клиентам банков важны не только надежность и прибыльность, но и быстрое и простое обслуживание — никто не готов тратить время на очереди и многоступенчатое длительное оформление банковских продуктов. Среди банков в этой гонке побеждает тот, кто может предложить клиентам максимально короткую дорогу к получению необходимой услуги, поэтому мы уделяем большое внимание работе над проектами, которые служат этой цели.

Интервью взял СЕРГЕЙ НЕВЕРОВ