

«Мы испытывали некое недоумение и не понимали, как выжить»

Пандемия стала серьезным испытанием для рынка интернет-эквайринга. С одной стороны, спрос на эти услуги стал расти в геометрической прогрессии, с другой — регулятор на шесть месяцев ограничил комиссии для мерчантов и тем самым свел к минимуму доходы эквайеров. О том, как в таких непростых условиях увеличить количество подключаемых клиентов в два раза, как проверять компании за полчаса, почему даже небольшой овощной палатке выгоднее подключить интернет-эквайринг и о новом платежном направлении для бизнеса «Тинькофф Касса» в интервью „Ъ“ рассказал его руководитель, вице-президент «Тинькофф» **Сергей Хромов**.

— платежи —

— **Онлайн-эквайринг — это тот сегмент, который, очевидно, только выиграл от пандемии. Насколько вам удалось вырасти за 2020 год?**

— Мы вдвое увеличили количество подключаемых к эквайрингу клиентов, которые присоединились к нашим онлайн-сервисам: сегодня их более 230 тыс. Не знаю, повезло нам или мы угадали, но незадолго до локдауна мы стали активно подключать службы доставки и поэтому хорошо отработали механизм.

Безусловно, пандемия стала очень серьезным вызовом для нас, так как работать пришлось в очень сложных условиях. Основным вызовом в начале пандемии стало ограничение комиссии с мерчанта в размере 1%, введенной регулятором с апреля по октябрь. В ситуации, когда большая часть отдавалась банку-эмитенту, а платежные системы не снижали комиссии для эквайеров, то в сухом остатке эквайеру ничего не оставалось. Конечно, мы испытывали некое недоумение и не понимали, как выжить.

С другой стороны, мы понимали, что это временная мера и регулятор не заинтересован нас душить. Осознав это, мы поняли и то, что на самом деле — это некая возможность для нас, ведь мы оказались в равных условиях по тарифам с нашими конкурентами.

В тот момент мы стали активно развивать собственные онлайн-сервисы и пропагандировать в том числе среди наших клиентов из числа среднего и малого бизнеса, что сейчас самое время выходить в онлайн. И это принесло плоды, причем удалось привлечь даже крупных клиентов. Как убедить клиента? Мы показывали, что у нас лучше конверсия, но все равно это надо попробовать на практике, сравнить с альтернатив-

ными вариантами. Мы это понимали и предлагали компаниям поставить нас резервным или альтернативным каналом. В конечном счете, попробовав наш сервис, они видели, что мы быстрее и удобнее, и выбирали нас в качестве основного эквайера.

— **Насколько быстрее и удобнее?**
— Например, скорость подключения торговой точки с момента подачи заявления до первой транзакции у нас составляет около получаса, в то время как у большинства банков это занимает два, иногда — три дня. При этом полчаса — это то время, за которое мы делаем проверки клиента и его бизнеса.

Для PSP-сервисов (Payment service providers. — „Ъ“) очень важно, чтобы подключение было максимально быстрым. У банков обычно другой подход, но мы сразу пошли путем «два в одном»: создать удобный личный кабинет, чтобы клиент быстро прошел из пункта А в пункт Б без лишнего звена, который бы добавлял стоимость обслуживания. Наше решение: мы стали эквайером и PSP-сервисом в одном флаконе.

— **На чем вы решили строить отличие «Тинькофф Кассы» от аналогичных решений на рынке?**

— В первую очередь у нас технологически надежный сервис: «Тинькофф Касса» — это сервис банка без каких-либо лишних прослоек. Мы предоставляем целый набор услуг: фискализация в онлайн-е всех покупок, РКО, POS-терминалы, регистрация клиента в различных системах, прием онлайн-чаевых (сервис CloudTips). Мы не останавливаемся на этом и в ближайшее время внедрим онлайн-кредитование, рассрочку для покупателей и многое другое. Бизнес получает все услуги по платежному сервису в одном месте: от безопасных сделок до оплаты чаевых и Системы быстрых платежей. Мы за то, чтобы клиент подписал один договор и получил полный спектр услуг.



— **Насколько ваша система оказалась устойчивой к возросшей во время пандемии нагрузке? Были ли сбои в работе?**

— В целом наша система еще до пандемии прошла проверку на прочность, так как среди наших партнеров, например, Aliexpress, где постоянно проходит большой объем транзакций. То есть у этой площадки изначально повышенные требования к надежности и качеству. Мы всегда готовились, например, к «Черной пятнице» и работали над усилением устойчивости технологической платформы.

Я думаю, что в принципе нет идеально работающей системы, важнее другое — как быстро система восстанавливается и как часто бывали сбои. Иногда нас может подвести провайдер, где-то DDoS-атаки. Мы всегда делаем работу над ошибками, чтобы это больше не повторилось. В целом нагрузка на систему действительно росла, но серьезных сбоев у нас не было.

— **Анонсируя проект, вы заявили, что обязательно открывать расчетный счет в «Тинькофф». Как тогда вы за полчаса проверяете добросовестность клиента в соответствии с требованиями платежных систем?**

— У нас многоступенчатая проверка, и после подключения мы проводим дополнительную проверку. Мы стараемся не мешать бизнесу работать. PSP-сервисы в том числе выбирают нас за скорость. В целом 99% плохих клиентов отсеиваются на первом

этапе проверки. Но есть небольшой процент тех, кто заходит с нормальными витринами, а после начала транзакций превращается в витрины на то, что не разрешено к продаже. Бывает, что такие компании подключаются через посредников-агрегаторов. Мы как банк отвечаем за добросовестность клиентов и с такими компаниями не работаем и отключаем их, когда выявляем.

— **Какое количество клиентов из тех, кто подключен к онлайн-эквайрингу, открывает расчетный счет в банке?**

— У нас нет такого требования, и решение о том, нужен ли клиенту расчетный счет, в первую очередь связано с тем, каким образом и как часто он хочет получать возмещение от банка. Может быть ежедневное возмещение денежных средств, включая выходные дни. Это важно для ритейла. У нас много МФО среди партнеров, кто погашает и выдает кредиты через нас. Им важно онлайн-зачисление, чтобы получить деньги и пустить их в оборот. В этом случае им нужен расчетный счет. То есть это зависит от специфики бизнеса — большинству клиентов достаточно получить деньги один раз в рабочий день.

— **Онлайн-эквайринг — это еще и наступление на Р2Р-сервисы переводов, которыми раньше мерчанты решали проблему отсутствия наличных. Многие ли продавцы готовы отказаться от приема платежей на карту в пользу интернет-эквайринга, ведь первый вариант бесплатный, а второй — нет?**

— У меня есть история из личного опыта на эту тему. Рядом с моим домом есть небольшая овощная палатка, и в пандемию я подключил ее к интернет-эквайрингу. Я так и сказал: «Я покупатель, и мне неудобно делать переводы на карту или платить наличными». В целом это вопрос лояльности со стороны магазина. Ведь на рынке много людей, кто пользуется кредитными картами, а значит, им придется платить комиссию за такой перевод. Да что там кредитки! Несмотря на активное развитие Системы быстрых платежей, чему мы тоже способствуем, даже по дебетовым картам возможны комиссии. Но и это не все. Сегодня клиенты активно пользуются кэшбэк-программами от банков и мерчантов и не хотят терять свой кэшбэк. Кроме того, и самой торговой точке это выгодно — интернет-эквайринг — это более цивилизованный способ приема платежей и с точки зрения отсутствия вопросов от регуляторов. Магазин может поставить терминал или подключить онлайн-оплату, это несложно.

— **Почему многие онлайн-маркетплейсы ввели в пандемию онлайн-оплату и не отменяют ее? Сколько они экономят на этом?**

— На самом деле ничего не экономят, так как комиссия за онлайн-эквайринг точно не ниже, а иногда — выше. Онлайн-операции считаются более рискованными. Более того, маркетплейсам приходится оформлять большое количество возвратов. Их экономика в другом. С их помощью микробизнес выхо-

дит в онлайн, не предпринимая ничего, но получая большой трафик.

Кстати, при работе с такими площадками важно, как эквайер работает с оспариваниями и проблемными историями. Например, нередко случаи, когда мошенники используют chargeback (отмена проведенного платежа. — „Ъ“), то есть покупают, забирают товары и пытаются вернуть деньги на карту. У нас есть служба фрод-мониторинга, которая отслеживает такие истории, стараясь не допускать их. Но если до этого доходит, мы всегда стараемся урегулировать эти ситуации, защищать мерчанта, отстоять его позиции.

Еще один вопрос — возвраты. До сих пор возврат денежных средств у некоторых эквайеров может быть несколько дней, а мы за то, чтобы это было максимально быстро. Мы возвращаем в режиме онлайн и сразу отправляем эмитенту, а дальше уже дело за эмитентом — когда он зачислит этот возврат. Хотя зачастую думают на эквайера, что на его стороне задерживаются деньги.

— **Как вы считаете, сохраняются ли такие темпы подключений к онлайн-эквайрингу в текущем году?**

— Мы на это рассчитываем и ставим перед собой цель — удвоить количество клиентов. План на 2021 год — в три раза увеличить рост подключений новых партнеров. Исходя из того, что только наша собственная база МСБ — порядка 650 тыс. клиентов, потенциал роста очень велик. У нас большое количество клиентов малого бизнеса — это компании с выручкой от 100 тыс. руб. до 1 млн руб. Мы выстроили процесс так, что у нас неплохие позиции и в сегменте компаний от 50 млн руб. С нами работают Wildberries, S7, «Авито», «Яндекс» и другие. Мы специально поделили отделы продаж, чтобы каждая команда фокусировалась на своем сегменте.

Мы стремимся к лидерству на этом рынке. В 2018–2019 годах мы занимали третье место по количеству транзакций среди интернет-эквайеров в России и даже входили в сотню мировых эквайеров, по данным Nilson Report. По итогам прошлого года думаем, что займем вторую строчку в России.

— **А какова емкость этого рынка?**

— Ее все очень по-разному оценивают. Например, по оценкам разных ассоциаций, она чуть более 1 трлн руб. в год, однако мы считаем, что ее объем — не менее 5 трлн руб.

— **Какой доход сегодня этот бизнес вам приносит и какие у вас целевые показатели?**

Сегодня у группы «Тинькофф» около 40% дохода — некредитный доход, и 15% этого дохода — эквайринг, и мы хотим растить этот бизнес, увеличивая его долю в общем доходе.

Записала Мария Синицына

ТИНЬКОФФ

КАССА

Интернет-эквайринг

Торговый эквайринг

Онлайн-кассы

Оплата через Систему быстрых платежей

Рекуррентные и автоплатежи

Прием платежей из стран СНГ

Прием платежей через Apple Pay и Google Pay

Прием платежей в соцсетях, мессенджерах и по смс

CloudTips – прием чаевых для курьеров или официантов

Сервис «Безопасная сделка» для физических лиц и компаний посредников

Сервис моментальных выплат на карты физическим лицам

Платежи через суперприложение «Тинькофф»

Интеграция с услугами РКО и другими банковскими решениями для бизнеса (овернайт, страхование и др.)

МИЛЛИОН ПЛАТЕЖЕЙ — ОДНА КАССА

«Тинькофф» объединил все платежные сервисы и услуги в «Тинькофф Кассу», предложив сервис «одного окна» для бизнеса. «Тинькофф Касса» позволяет мерчантам решать любые вопросы по финансам в онлайн-е и офлайн-е. Для того чтобы ее использовать, даже не нужно открывать расчетный счет в Тинькофф Банке.

В настоящий момент до 91% платежей в России происходит онлайн, и это хорошая возможность для бизнеса повысить свои продажи. Подключение к интернет-эквайрингу позволяет увеличить рост спонтанных покупок, получать предоплату от покупателя, снизить затраты на персонал при интеграции по API, контролировать финансовые потоки и не только. Покупатель получает возможность оплатить покупку, где ему удобно: в онлайн-чате сайта, через соцсети, по СМС, в электронном письме и т. д. Кроме того, клиент может привязать карту к сайту и оплачивать покупки буквально на пару кликов с любого устройства. Это значит, что процент незавершенных заказов существенно снизится.

Компания подключает способы оплаты — Apple Pay, Google Pay, СБП — одной кнопкой в личном кабинете. Ей не нужны разработчики

для настройки и лицензии других компаний. А покупателю, в свою очередь, не нужно идти за картой — он оплачивает прямо с телефона, что увеличивает число спонтанных покупок. В конечном счете это и обеспечивает рост продаж магазина в целом. Стоит отметить и еще одно важное преимущество: магазин может принимать платежи от клиента даже без сайта — ссылку на оплату можно отправить в письме или мессенджере.

Конверсия в «Тинькофф Кассе» очень высока — до 99%. Следить за конверсией можно в личном кабинете, и если происходит задержка по вине банка, это сразу будет видно. Конверсия существенно увеличивает выручку магазина. Например, имея конверсию в одном банке на уровне 97%, клиент с оборотом 1 млн руб. получает выручку 970 тыс. руб., а с конверсией на уровне 84% в другом банке тот же клиент получит выручку в размере 840 тыс. руб. Разница очевидна. Платежная форма повышает конверсию за счет того, что нет никаких лишних полей, есть возможность запомнить карту и не вводить ее данные каждый раз, а также клиент может выбрать способ оплаты — картой или с помощью телефона (Apple Pay и Google Pay).

Бизнес получает несколько бонусов — во-первых, это возможность холдирования денежных средств на время подтверждения заказа. Во-вторых, можно удобно делать частичный или полный возврат денег в режиме реального времени. В-третьих, разморозка на счете покупателя происходит моментально. Это удобно для интернет-магазинов со складами, сервисов по доставке и бизнеса с исполнителями.

В «Тинькофф Кассе» есть опция — сплитование, что актуально, если товары поступают от нескольких партнеров. Размер доли настраивает площадка, а покупатель получает удобный сервис, оплачивая один счет, а не несколько. Расчеты между партнерами максимально просты. Это подходит компаниям в сфере ЖКХ, маркетплейсам и торговым точкам, работающим по франшизе.

Новая платежная платформа объединяет в себе как уже существующие платежные технологии экосистемы «Тинькофф», так и новые решения, в том числе услуги компании CloudPayments — одного из лидеров российского рынка онлайн-платежей. Кроме того, «Тинькофф Касса» обеспечивает интеграцию с другими популярными кассами: CloudKasir, «АТОЛ Онлайн», Orange Data и др.

«Тинькофф Касса» позволит бизнесу решать целый комплекс задач в рамках одной платформы, например провести фискализацию платежей, превратить телефон в платежный терминал, предоставить покупателям POS-кредит или рассрочку онлайн, настроить аналитику по продажам, подключить онлайн-чаевые CloudTips для курьеров и т. д.

Интернет-эквайринг можно подключить за один день, что в три раза быстрее, чем в среднем по рынку. Также клиенты «Тинькофф Кассы» получают доступ к детализированной аналитике и самым простым на рынке решениям для запуска продаж с конструкторами сайтов.

Кроме того, каждый клиент работает с персональным менеджером, который доступен в любое время по личному мобильному телефону.

Сегодня партнерами эквайринга и платежных сервисов «Тинькофф» являются более 200 тыс. компаний и ИП. Среди партнеров — крупнейшие российские и международные компании: розничные онлайн- и офлайн-магазины, маркетплейсы, брокеры и управляющие компании, МФО, сервисы такси, авиакомпании, предприниматели в соцсетях и другие представители малого, среднего и крупного бизнеса.

Мария Синицына