
Дистанционное банковское обслуживание

Какой должна быть идеальная система дистанционного банковского обслуживания? Как заставить клиентов перейти на безналичные расчеты? Как организовать полнофункциональную систему дистанционного банковского обслуживания, учитывающую все потребности клиентов и в то же время не требующую особых затрат со стороны банка? В чем преимущества аутсорсинга по сравнению с покупкой продукта вендора?

Аутсорсинг сервисов дистанционного банковского обслуживания

Банковская отрасль переживает сложный период. Экономический кризис заставляет кредитные организации пересматривать бюджеты. Осторожные консерваторы ограничиваются простым сокращением расходов, более смелые перестраивают рабочие процессы, добиваясь их большей эффективности. Общий тренд последнего десятилетия заставляет банки вслед за медийными, звукозаписывающими и торговыми компаниями все больше уходить в цифровые каналы, менять концепцию работы с клиентами, выстраивать мультиканальные схемы обслуживания, смещая акцент с банковских отделений на дистанционные каналы. Небольшим и средним банкам все сложнее конкурировать в данных условиях с лидерами из топ-10.

Что нужно банку, чтобы не просто выжить, но и укрепить свои позиции на рынке, сохранить лояльность клиентов, сделать бизнес более эффективным?

Системы дистанционного банковского обслуживания: какими они должны быть?

Если оглянуться на пять лет назад, то можно так охарактеризовать ситуацию с системами ДБО для физических лиц в банках:

— с одной стороны, есть понимание необходимости наличия интернет-банкинга для физических лиц;



С.В. ОСАДЧУК,
ЗАО «ХэндиСоллюшенс», генеральный директор

Дистанционное банковское обслуживание

— с другой стороны, отсутствуют работоспособная бизнес-модель и реализующий ее инструмент, которые позволили бы банку не только инвестировать в еще одну информационную систему, но и органично развивать дистанционное обслуживание клиентов как часть своего бизнеса.

Нужно отметить, что системы интернет-банкинга для физических лиц концептуально развились из систем ДБО для юридических лиц. При этом в лучшем случае получался продукт с развитым функционалом управления средствами клиента на счетах в банке, то есть продукт, ориентированный на «продвинутого» пользователя — качественного розничного клиента. Для массового клиента такой интернет-банкинг оказывался неинтересен как в силу сложности, так и по причине отсутствия ориентированности на его ключевые потребности (о них — ниже). Для банков же реализовывался высокозатратный сценарий, который не мог привести к качественному развитию дистанционных каналов обслуживания.

Было необходимо решение:

— в основу которого положена бизнес-модель, позволяющая сделать дистанционное банковское обслуживание новым источником доходности банка, достигаемой в самой короткой перспективе независимо от размеров кредитной организации;

— максимально широко использующее уже имеющуюся в банке инфраструктуру (технологическую, операционную, административную);

— ориентированное на актуальные потребности массового клиента, соответствующее накопленным поведенческим стереотипам.

Можно смело утверждать, что наиболее актуальной потребностью массового клиента (в удовлетворении которой может участвовать банк) является платежная — это регулярные платежи за жилищно-коммунальные услуги, интернет, сотовую и стационарную связь, другие услуги. Подтверждается это и последней статистикой использования функций интернет-банкинга (рис. 1).

Конечно, выдача кредитов и привлечение средств во вклады для банков экономически более интересны, да и с точки зрения клиентов именно это основная банковская функция. Но при достаточно низком уровне проникновения дистанционного банковского обслуживания (особенно в регионах) именно задача вовлечения массового клиента в использование интернет- и мобильного банкинга выходит на первый план. Платежный сервис является ключевым инструментом вовлечения массового клиента в использование дистанционных банковских услуг и в безналичную модель поведения в целом. Применительно

Платежный сервис является ключевым инструментом вовлечения массового клиента в использование дистанционных банковских услуг и в безналичную модель поведения в целом.

Аутсорсинг сервисов дистанционного банковского обслуживания

Рисунок 1

Статистика использования функций интернет-банкинга



Источник: Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей. Аналитический отчет Центрального банка Российской Федерации, 2014.

к банковским клиентам-«зарплатникам», слабо использующим ДБО и продолжающим предпочитать наличные расчеты, возможно, это (платежный сервис) единственный эффективный инструмент, позволяющий изменить стереотип поведения: вместо 100% снятия наличных в банкомате и совершения регулярных платежей в терминальных сетях — платежный сервис, предлагаемый банком (там, где изначально и были его деньги). Таким образом, банк решает еще одну важнейшую задачу — удержание средств на счетах клиентов.

Принимая за основу приоритет платежных функций для конечного пользователя интернет-банка, естественно воспользоваться и бизнес-моделью, реализованной в международных платежных системах Visa и MasterCard, — построить межбанковскую платежную систему, в которой эмитентами являются банки, предоставляющие дистанционные платежные сервисы своим клиентам, а эквайрерами — банки, обеспечивающие расчеты с организациями — получателями платежей (мерчантами). При этом эмитенты оказываются заинтересованными в том, чтобы участвовать в системе также и в роли эквайрера: именно так они предоставят своим клиентам наиболее востребованных в регионе мерчантов и в то же время получат дополнительный транзакционный поток от платежей клиентов других банков — участников платежной системы в адрес «своих» мерчантов.

Дистанционное банковское обслуживание

Финансовая заинтересованность банков-участников обеспечивается торговой уступкой мерчантов, межбанковским вознаграждением (interchange), клиентским тарифом.

Имеющаяся инфраструктура обслуживания банковских карт (процессинговые центры, унифицированный стек протоколов взаимодействия, налаженные операционные процессы в банках) является готовой платформой для реализации платежных сервисов системы дистанционного банковского обслуживания.

Учитывая разную степень присутствия систем ДБО в банках, качество используемых систем ДБО и различную структуру клиентуры («зарплатники»/продвинутая розница), нужно выделить два основных продукта, которые банк может предложить своим клиентам — физическим лицам:

1) полнофункциональный интернет-банк — продукт, ориентированный на решение максимально широкого круга задач по дистанционному обслуживанию клиентов;

2) платежный сервис держателям банковских карт — востребованный клиентами сервис, ключевой инструмент вовлечения массового клиента в использование дистанционных банковских сервисов и безналичную модель поведения.

Причем для подавляющего большинства российских банков предложение клиентам второго продукта (платежного сервиса) в дополнение к имеющемуся ДБО оправдано целым рядом причин:

- недостаточным развитием приоритетного для клиента платежного функционала в имеющемся ДБО;
 - низким проникновением сервисов ДБО среди клиентов банка;
 - получением дополнительной транзакционной доходности;
- и рядом других.

А теперь — подробнее о каждом продукте.

Полнофункциональный интернет-банк для физических лиц

В идеальном представлении это набор сервисов дистанционного банковского обслуживания, которые устранят потребность клиента в банковском офисе. И сделают это качественнее, чем сотрудники в отделении банка-конкурента, и с лучшим результатом продажи новых продуктов и услуг, чем сотрудники в отделениях банка-конкурента.

Вот краткий перечень того, что должно быть доступно клиенту:

- информация по всем продуктам банка у клиента (карты клиента, открытые вклады, полученные кредиты, текущие счета, металлические счета, сейфовые ячейки и т.д.);

Аутсорсинг сервисов дистанционного банковского обслуживания

— управление всеми имеющимися продуктами (пополнение вклада и погашение кредита, блокирование карты, досрочное закрытие вклада и т.д.);

— возможность совершения денежных переводов (платежи федеральным, а также всем востребованным в регионе получателям платежей, переводы на карты международных платежных систем, в системы электронных денег, через системы денежных переводов и т.д.);

— возможность пополнения счета из других систем;

— персональные предложения и информация по всем продуктам банка, возможность дистанционно открыть вклад, заказать карту, воспользоваться любым другим предложением банка;

— система лояльности и аналитические инструменты (PFM/PFP), интегрированные со средствами управления продуктами банка у клиента;

— оперативная коммуникация с банком.

Перечень может быть продолжен.

Платежный сервис держателям банковских карт

Предложив своим клиентам новый сервис (может быть, в дополнение к существующему ДБО), удовлетворяющий вполне понятную потребность — оплата услуг и денежные переводы, банк получает:

- новый продукт для клиентов;
- чистую прибыль с каждой транзакции;
- отсутствие затрат;
- увеличение количества пользователей ДБО;
- повышение лояльности клиентов.

Пользователям сервиса может быть предложен широкий перечень основных функций по оплате услуг, денежным переводам, а также пополнению карт и счетов:

- оплата товаров и услуг;
- банковский платеж по реквизитам;
- налоговые платежи, оплата штрафов ГИБДД;
- онлайн-покупка авиа- и железнодорожных билетов;
- онлайн-конвертация;
- переводы на карты Visa/MasterCard, пополнение с карт Visa/MasterCard;
- платежи через системы денежных переводов;
- пополнение электронных кошельков и вывод средств из электронных кошельков;
- моментальные переводы на карты пользователей такой системы в других банках;

Дистанционное банковское обслуживание

— пополнение счетов из терминальных сетей, систем денежных переводов.

А также удобные сервисные функции:

- автоплатеж;
- шаблоны платежей;
- получение платежных документов по почте, e-mail и др.

Необходимо обратить внимание на такой важный вопрос, как способ подключения клиентов к сервисам дистанционного обслуживания. Способ подключения определяет как скорость вовлечения клиентов в ДБО, так и общее количество клиентов, использующих дистанционные сервисы:

— онлайн-активация на сайте сервиса — наиболее эффективный способ подключения клиентов, при котором выполняется процедура идентификации клиента, получения согласия с правилами предоставления услуг, а также задаются параметры аутентификации пользователя при работе с системой;

— дистанционная регистрация на сайте сервиса — клиент идентифицируется в процессе совершения проверочной транзакции по карте при условии ввода секретных данных транзакции, которые могут быть известны только владельцу карты;

— регистрация клиентов через интерфейс, предоставленный сотрудникам банка, или через автоматизированные интерфейсы взаимодействия с банковскими системами (для варианта предоставления ДБО на основании заявления, полученного от клиента в офисе банка).

Каковы варианты организации системы ДБО в банке?

Одно из решений — аутсорсинг готовых сервисов. И дистанционное банковское обслуживание является одним из наиболее предпочтительных направлений с точки зрения переноса в аутсорсинг бизнес-процессов в банке. Причины этого легко понять, рассмотрев возможные варианты организации системы ДБО в банке (рис. 2).

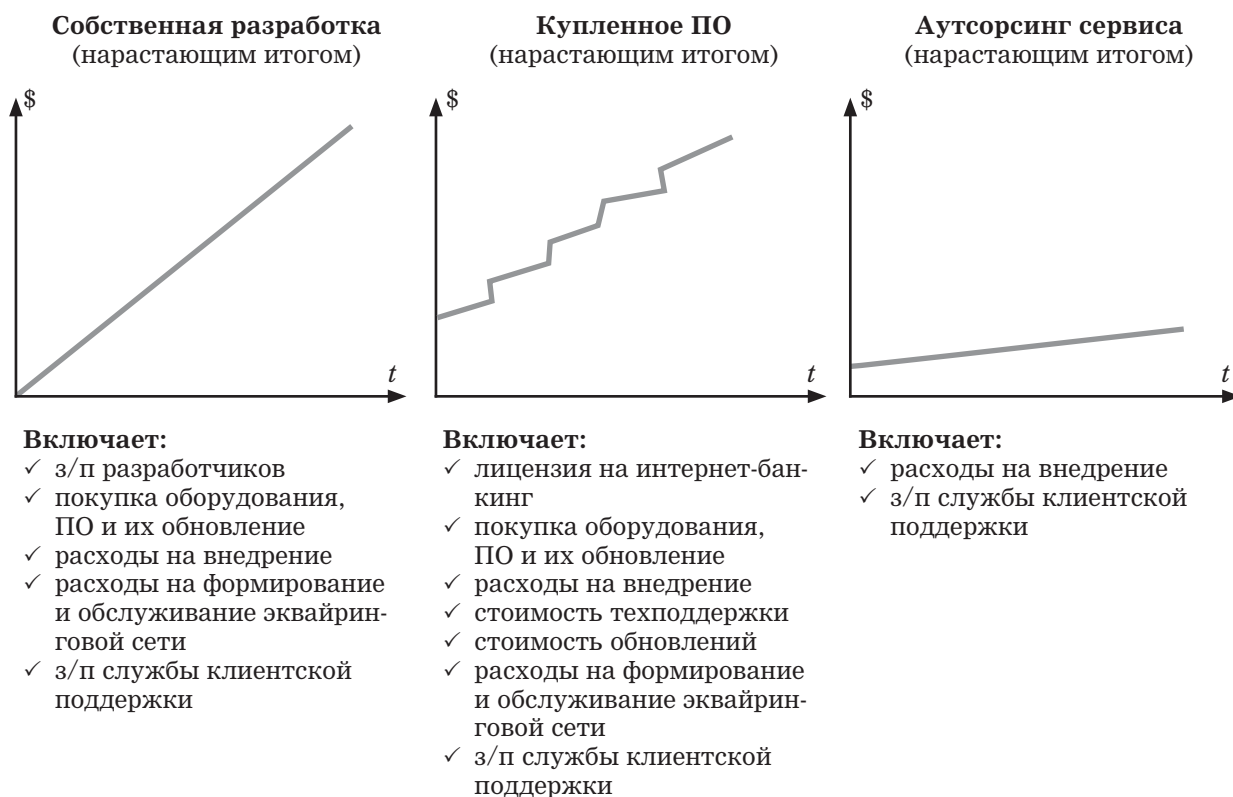
1. Собственная разработка.

Наиболее дорогостоящий вариант, имеющий наибольшие риски развития. Банк фактически становится «заложником» команды, разрабатывающей ДБО. Ошибки в работе этой небольшой группы сотрудников могут оказать существеннейшее влияние на развитие банка. Выбор такого варианта может быть обусловлен как рациональными причинами — желанием иметь уникальный продукт, реализующий новаторские идеи, получить конкурентное преиму-

Аутсорсинг сервисов дистанционного банковского обслуживания

Рисунок 2

Оценка стоимости владения системой ДБО



щество перед другими игроками рынка, так и простым лоббированием интересов департамента IT в банке.

2. Продукт вендора.

В долгосрочной перспективе этот вариант менее затратен по сравнению с предыдущим. Специализация вендора на разработке ДБО гарантирует развитие и последующую поддержку внедряемого решения. При этом банк, кроме собственно покупки лицензий и оплаты сопровождения, должен приобрести необходимое серверное оборудование, системное программное обеспечение, нанять сотрудников для поддержки этого программно-аппаратного комплекса.

3. Сервис, предоставляемый аутсорсинговой компанией.

Это наименее затратное решение. Банк получает готовый сервис ДБО, который может предложить своим клиентам от своего имени, сосредоточив усилия на маркетинге предложения. Как обеспечение

Дистанционное банковское обслуживание

функционирования сервиса ДБО («железо», ПО, персонал), так и его развитие — это задача, решаемая аутсорсинговой компанией самостоятельно. Конкуренция между компаниями, предлагающими услуги аутсорсинга систем ДБО, а также вынужденная конкуренция с предложениями вендоров ДБО естественным образом подталкивают аутсорсеров к развитию своего продукта, обеспечению лучшего качества оказываемых услуг.

Объединив два эффективных подхода к построению в банке системы ДБО: аутсорсинг готовых сервисов и участие в межбанковской платежной системе, российская компания ЗАО «ХэндиСолюшенс», являясь оператором Платежной системы HandyBank (№ 0009 в Реестре операторов платежных систем Банка России), предложила рынку комплекс сервисов дистанционного банковского обслуживания (бренд HandyBank), которые могут использоваться как самостоятельный продукт, интегрироваться с другими информационными системами банка или дополнять их функционально:

Сервисы дистанционного банковского обслуживания HandyBank могут использоваться как самостоятельный продукт, интегрироваться с другими информационными системами банка или дополнять их функционально.

1. Платежный сервис держателям банковских карт: благодаря технологии интеграции, выполняемой на банковский процессинг, затраты банка на внедрение данного решения минимальны. А готовая интеграция с 17 ведущими мультибанковскими процессингами позволяет предложить работающее решение действительно быстро — за 2–4 недели.

2. Встроенный в интернет-банк платежный функционал: в 2014 г. сотрудники ЗАО «ХэндиСолюшенс» получили новый интересный опыт, участвуя в проекте, где HandyBank был интегрирован как платежный режим непосредственно в интернет-банк. Данное решение должно заинтересовать банки, имеющие систему ДБО со слабо развитыми платежными возможностями.

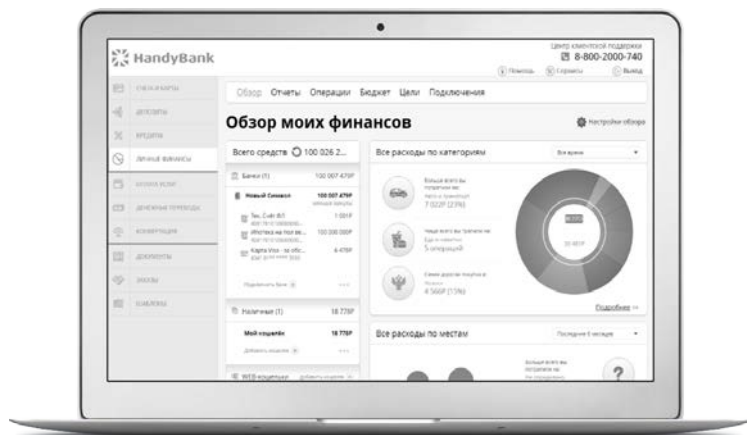
«ХэндиСолюшенс» предлагает использовать легко интегрируемый в интернет-банк платежный функционал в любой выбранной комбинации: оплата услуг, денежные переводы, налоговые платежи и штрафы и т.д. Если в большинстве случаев платежный режим интернет-банка реализует подключение к какому-то одному платежному агрегатору, то «ХэндиСолюшенс» — это еще и интегратор платежных агрегаторов. Имея прямые договоры со значительным количеством востребованных поставщиков услуг, банки — участники системы HandyBank расширяют список получателей платежей за счет подключения HandyBank к шлюзам российских платежных агрегаторов.

3. Третий вариант аутсорсингового решения — полнофункциональный интернет-банк на платформе системы HandyBank (рис. 3).

Аутсорсинг сервисов дистанционного банковского обслуживания

Рисунок Э

Интерфейс интернет-банка системы HandyBank



Это пакет информационно-финансовых сервисов, подключение которых позволяет оказывать самый широкий комплекс дистанционных банковских услуг:

- предоставление информации по всем счетам клиента, управление средствами на счетах;
- фронт-офис «Мой Банк»;
- бонусный модуль;
- сервис управления личными финансами.

Рассмотрим более подробно данный функционал.

Кроме предоставления информации по всем открытым в банке счетам, клиентам в интернет-банке становится доступна информация по арендуемым сейфовым ячейкам или другим «объектам учета» по заключенным с банком договорам. Клиент получает следующие возможности по управлению своими средствами в банке:

- пополнение вклада;
- погашение кредита;
- пополнение карты (с текущего счета или вклада);
- перевод средств между собственными счетами или на счета других (физических и юридических) лиц, открытые в банке.

Продвижение продуктов и услуг банка, а также обеспечение взаимодействия с клиентами — другие важные задачи, которые должен решать интернет-банкинг. ЗАО «ХэндиСолюшенс» предлагает сервис «Мой Банк», в задачи которого входят:

- а) дистанционное продвижение продуктов и услуг банка:

Дистанционное банковское обслуживание

- предложение продуктов и услуг банка в интернет-банке;
 - открытие депозита с одновременным зачислением средств (например, с зарплатной карты);
 - формирование заявки на предоставление кредита;
 - электронные заявления по формам, определенным банком;
 - б) организация коммуникаций с клиентами банка:
 - уведомления всем клиентам в интернет-банке;
 - персональное извещение клиентов;
 - для клиента — возможность обращения в банк с запросом.
- К сообщению можно приложить файл произвольного формата (электронный документ, скриншот чека и т.д.).

Бонусный Handy-модуль — инструмент для создания программ лояльности с самыми разными правилами начисления и использования баллов. Возможно создание программ как с поощрением клиентов условными единицами (бонусы, мили авиакомпаний и т.д.), так и по схеме cash back. В качестве инструмента накопления баллов может выступать банковская карта, карта лояльности, интернет-банк.

Поддерживается одновременное существование нескольких программ лояльности (например, для разных типов карт) с разными условиями.

Бонусный модуль имеет интерфейсы:

- клиента — участника бонусной программы;
- сотрудника банка для администрирования работы программы, а также для операционного управления;
- сотрудника предприятия — партнера программы;
- API для взаимодействия с внешним программным обеспечением.

Благодаря наличию API бонусный модуль может быть интегрирован не только непосредственно в интернет-банк системы HandyBank, но и в собственный интернет-банк банка как внешний аутсорсинговый модуль.

Сервис управления личными финансами в интернет-банкинге — новый драйвер роста популярности использования дистанционного банковского обслуживания. Ориентирован данный сервис в первую очередь на клиента, но ценность его для банка преувеличить просто невозможно. И главное здесь — построение коммуникации с клиентом. При этом пользователь интернет-банка получает следующие новые возможности:

- автоматическая категоризация расходов, построение отчетов;
- управление личным бюджетом;
- учет наличных расходов;

Бонусный Handy-модуль — инструмент для создания программ лояльности с самыми разными правилами начисления и использования баллов.

Аутсорсинг сервисов дистанционного банковского обслуживания

— постановка финансовых целей, контроль их достижения, что дает банку новые преимущества:

- увеличение активности клиентов в интернет-банке;
- дополнительные продажи продуктов и услуг;
- привлечение поставщиков продуктов и услуг к совместным программам;
- повышение лояльности клиентов.

Это лишь краткий обзор трех основных вариантов использования системы HandyBank — системного аутсорсингового решения, используя сервисы которого можно построить значительное количество оригинальных продуктов для решения задач каждого конкретного банка. Причем моделирование может вестись как вокруг ядра системы — интернет-банкинга HandyBank — добавлением необходимых сервисов и их кастомизацией, так и путем интеграции отдельных сервисов HandyBank в IT-инфраструктуру банка. 