



# Интернет-банкинг - выбор направления развития

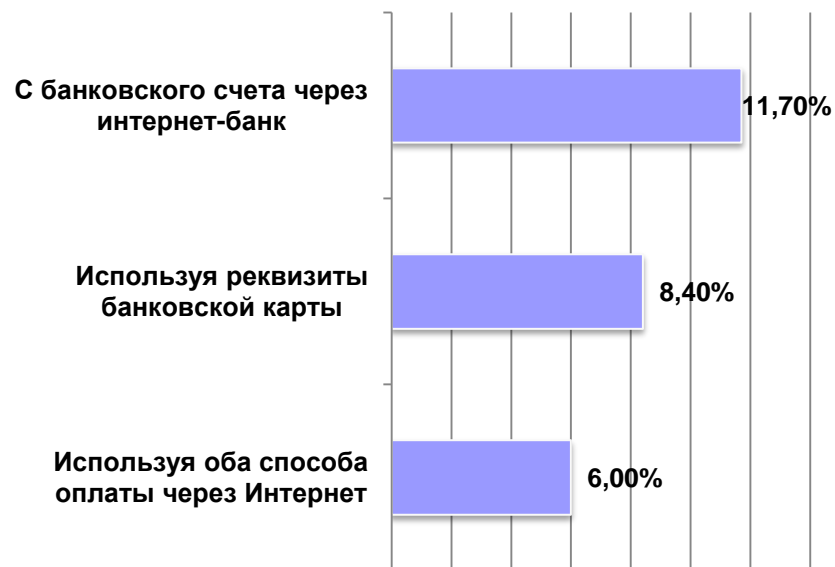
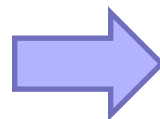


интернет-банкинг

**HandyBank**

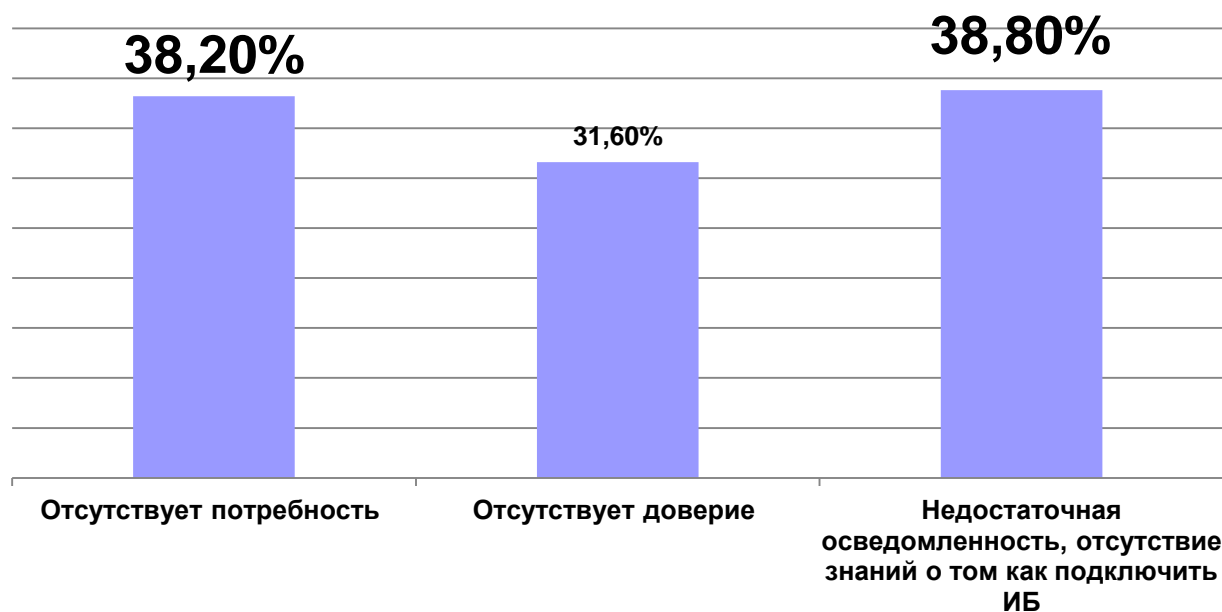
Докладчик: **Сергей Осадчук**,  
Генеральный директор системы HandyBank

# Статистика осуществления платежей и переводов через Интернет\*



\* По материалам аналитического исследования, проведенного Банком России совместно с Национальным агентством финансовых исследований «Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей»

# Причины низкой популярности платежей и переводов через Интернет\*



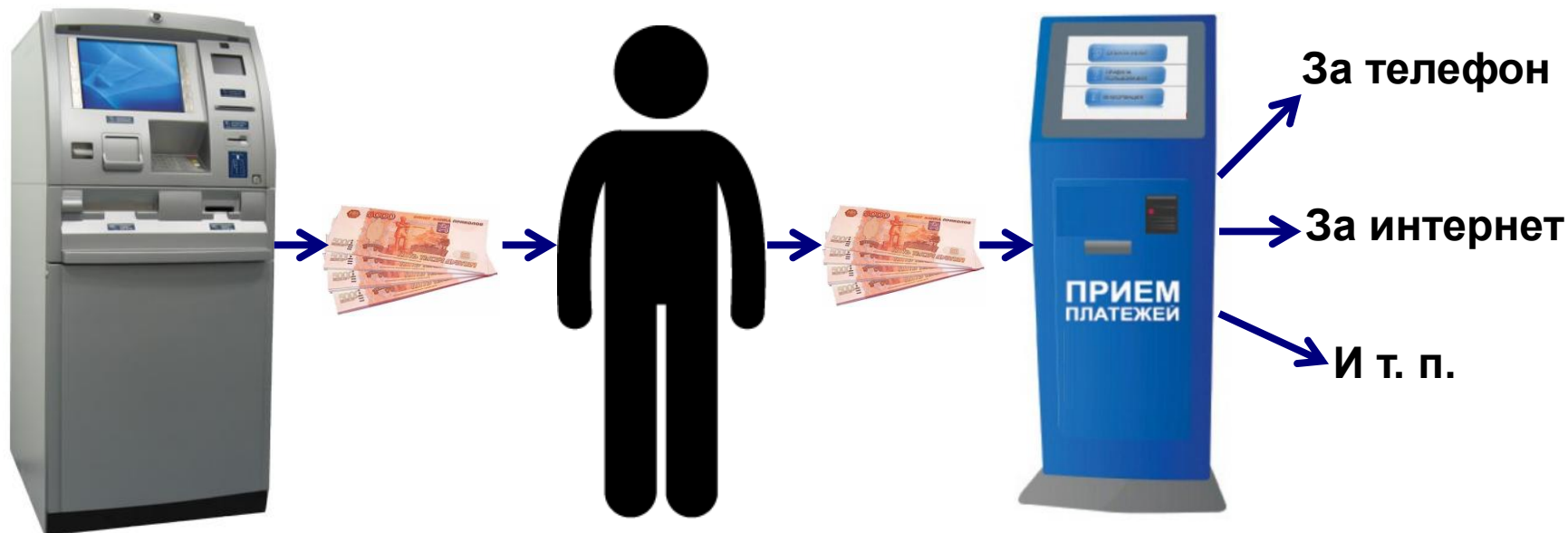
\* По материалам аналитического исследования, проведенного Банком России совместно с Национальным агентством финансовых исследований «Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей»

# Развитие интернет-банкинга ориентируется на конкуренцию за клиентов уже использующих ДБО



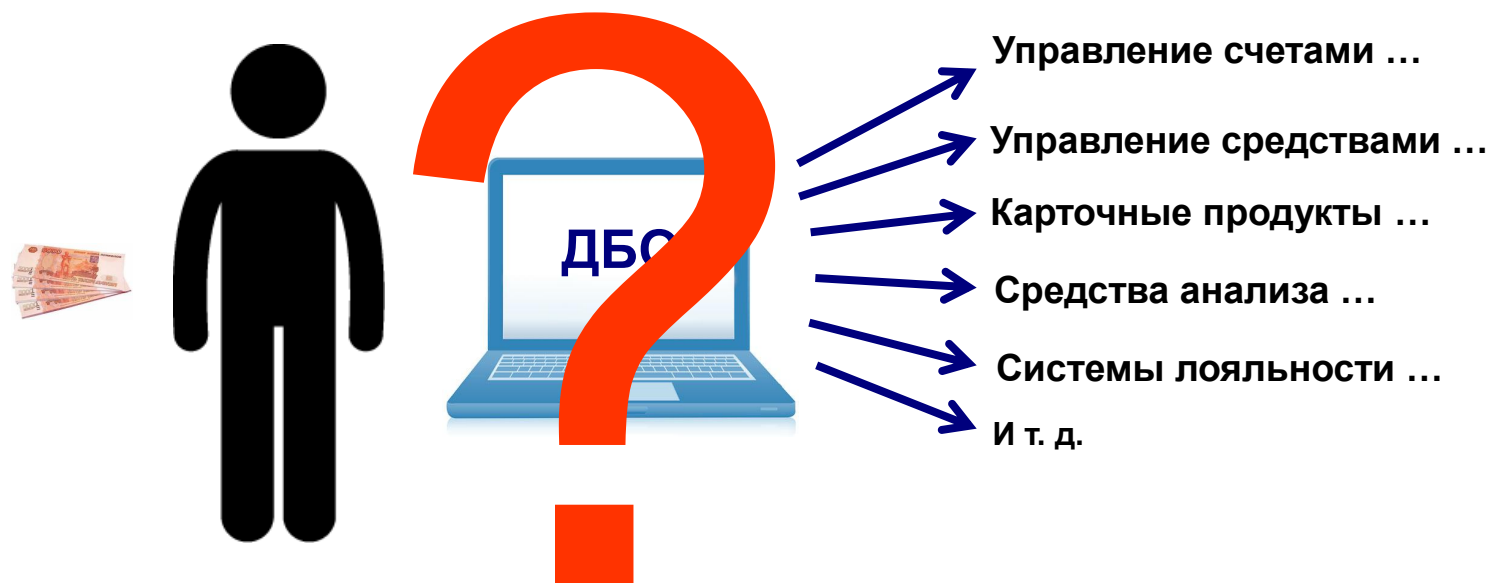
Данный подход предполагает значительные финансовые вложения и не дает существенного прироста аудитории пользователей ДБО

# Массовый клиент выбрал банкомат, платежный терминал и электронные кошельки



Прилагаемые усилия по вовлечению клиентов в использование ДБО недостаточны, либо не эффективны.

# Как вовлечь массового клиента в использование интернет-банкинга?



**Нацелиться на своего текущего клиента:  
предложить продукт максимально  
ориентированный на его потребности – платежный  
сервис**

# Статистика использования интернет-банкинга подтверждает этот тезис\*



\* По материалам аналитического исследования, проведенного Банком России совместно с Национальным агентством финансовых исследований «Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей»

# Продвижение платежных сервисов, как воспитание пользователей интернет-банкинга

- ↓ Совершение платежей с банковского счета сопровождается появлением необходимых для этого остатков
- ↓ Наличие остатков на счете естественно приводит к мысли о возможности управлять своими финансами
- ↓ Из пользователя платежного сервиса клиент становится пользователем многофункционального интернет-банкинга



# А зачем банку нужен интернет-банкинг?

1. Потому что есть у всех
2. Повысить лояльность клиентов
3. Канал продажи новых продуктов/услуг
4. Снизить расходы на фронт-офис
5. Как способ коммуникации с клиентом

**и все? ...**

# Но почему мы не говорим о столь важном?

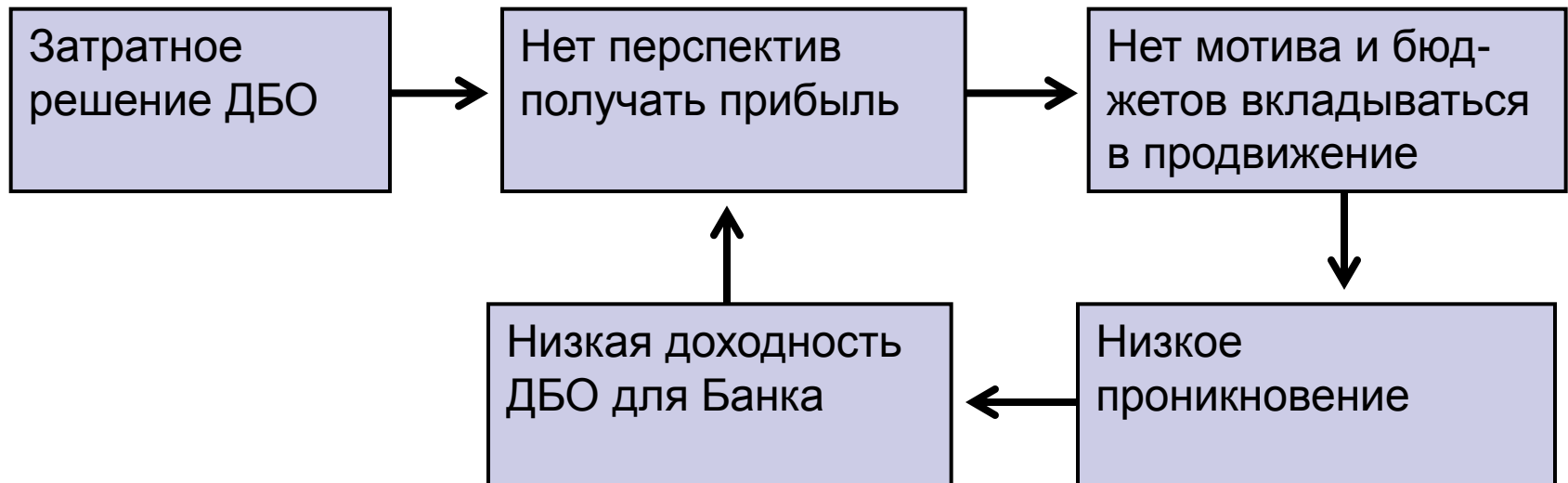
## Интернет-банкинг это:

1. Средство получения дохода
2. Способ увеличения остатков на счетах клиентов



# Однако для большинства банков два последних аргумента не актуальны

- Большинство банков используют высокочатратные системы ДБО
- Высокочатратная система ДБО вводит Банк в замкнутый круг



# Когда инструмент приносит прибыль?

Когда расход меньше чем доход  
или  
Когда доход больше чем расход?

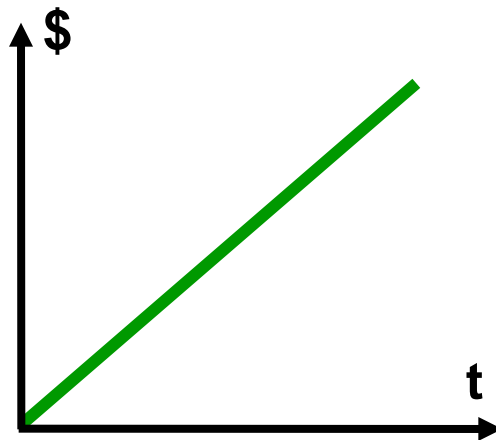
$$\text{Прибыль} = \text{Доход} - \underbrace{\text{Создание/приобретение} - \text{Обеспечение функционирования}}_{\text{Стоимость владения}}$$

В обоих случаях:

Стоимость владения – ключевой параметр, определяющий возможность получения прибыли от системы интернет банкинга

# Стоимость владения интернет-банкингом

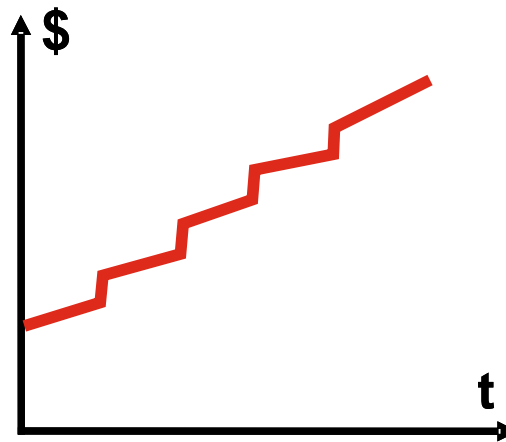
Собственная разработка  
(нарастающим итогом)



Включает:

- з/п разработчиков
- покупка оборудования, ПО и их обновление
- расходы на внедрение
- расходы на формирование и обслуживание эквайринговой сети
- з/п службы клиентской поддержки

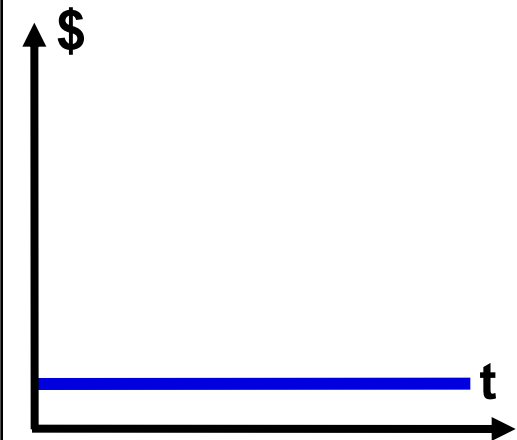
Купленное ПО  
(нарастающим итогом)



Включает:

- лицензия на интернет-банкинг
- покупка оборудования, ПО и их обновление
- расходы на внедрение
- стоимость тех.поддержки
- стоимость обновлений
- расходы на формирование и обслуживание эквайринговой сети
- з/п службы клиентской поддержки

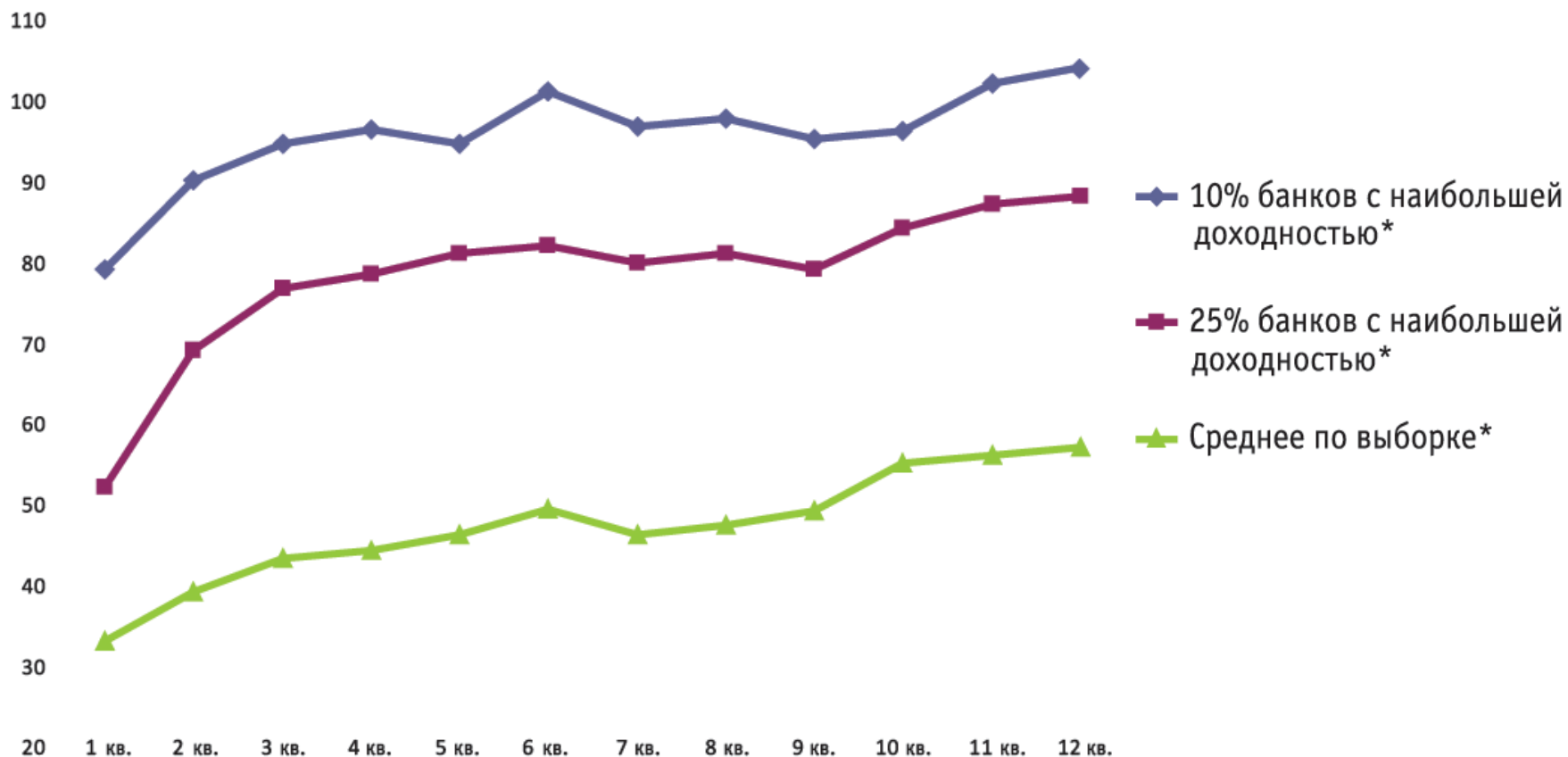
Аутсорсинг сервиса  
(нарастающим итогом)



Включает:

- расходы на внедрение
- з/п службы клиентской поддержки

# Комиссионная нетто-доходность продукта HandyBank для Банка-участника (руб/клиент/мес)



\* Без учета трех банков с максимальной доходностью (max = 250 руб/клиент/мес), а также без учета процентных доходов от размещения дополнительных остатков

# Во что инвестировать?

В IT-инфраструктуру и технологию?

*или*

В маркетинг, продажу услуг и продвижение своего бренда?

Аутсорсинг позволяет сконцентрироваться на маркетинге и продвижении

Аутсорсинг решения стоимостью **0.00** рублей позволяет при этом еще и получать прибыль

**HandyBank** – пример интернет-банкинга, ориентированного на получение прибыли Банком

**HandyBank** – пример интернет-банкинга, ориентированного на вовлечение массового клиента в ДБО

# Спасибо за внимание!

Осадчук Сергей

Тел. (495) 740-01-11

E-mail: [osadchuk@handybank.ru](mailto:osadchuk@handybank.ru)

Сайт: [www.handybank.ru](http://www.handybank.ru)