

Решения меняются вслед за изменением рынка

Компания «iSimpleLab», входящая в консорциум «iCAM Group» — новая компания, рождённая в 2012 году, начала массовое продвижение на рынок новой современной системы дистанционного банковского обслуживания под брендом «iSimpleBank 2.0». О текущей ситуации на рынке дистанционного банковского обслуживания, о том, почему рынку нужен новый продукт, почему новая компания рассчитывает на успех и как сможет догнать конкурентов, ведь время и деньги, вложенные ими в разработку своих систем, существенно больше, чем у новой компании, мы беседуем с Директором по консалтингу «iCAM Group» Сергеем Черняковым.



Сергей Черняков

iSimpleBank 2.0 уже сейчас серьезно конкурирует на сложившемся рынке систем ДБО

— На банковском рынке сегодня представлена уже далеко не одна система ДБО. Эти системы с каждым годом обрастают все новым и новым функционалом, у них уже есть свой сложившийся рынок, они становятся все сложнее и дороже.

Нужен ли рынку новый продукт? Что «iCAM Group» предлагает такого, чего нет у других?

Сергей Черняков: Основные принципы нашей работы — простота решений и понимание рынка. Мы не делаем всемогущих монстров, — мы делаем простые решения, понимая потребности пользователей.

— Почему Вы верите в успех? Почему на Ваше решение стоит обратить внимание?

Сергей Черняков: На мой взгляд, у успеха на нашем рынке две основных составляющих: соответствовать ожиданиям потребителей продукта (удовлетворять их потребности) и соответствовать уровню развития технологий на нём.

— Почему Вы решили, что Ваше решение сможет найти свое место на рынке?

Сергей Черняков: Мы считаем, что имея соответствующий опыт, а также понимая интересы и потребности всех участников рынка, создать хорошее решение достаточно просто. К сожалению, на рынке сегодня много обратных примеров. Это приводит к снижению эффективности систем и проблемам в достижении целей их внедрения.

Развитие старой системы не может продолжаться до бесконечности, в какой-то момент система перестает соответствовать тенденциям развития ИТ-технологий и её становится проще написать заново, чем пытаться реанимировать.

Старые системы неизбежно заменяются новыми, неизменным остается только бесценный опыт в разработке, внедрении и эксплуатации систем, а в этих вопросах мы далеко не новички.

Кроме того, эволюционное развитие системы ДБО приводит к тому, что она обрастает не самыми удачными решениями (к сожалению, это становится понятно только спустя некоторое время), которые делают поддержку и развитие системы дороже, при этом развитие системы замедляется.

Мы считаем, что сократить разрыв между функциональностью новой системы и давно присутствующей на рынке возможно в короткие сроки, если пойти по интенсивному пути развития — четко видеть цели системы и выработать эффективные решения для их достижения. Но, зачастую, развитие системы ДБО идет по экстенсивному пути — разработчик наращивает второстепенную функциональность с целью увеличения стоимости системы. В итоге, клиент кредитной организации не видит пользы в системе, так как его потребность всё ещё не удовлетворена в полной мере, а ему предлагают дополнительный функционал.

Чтобы данные утверждения не казались просто словами, дополню их примерами из жизни. Но прежде отмечу простые принципы, на которых, по моему мнению, строится обслуживание физических лиц.

Во-первых, мы считаем, что каждый клиент по-



Текст:

Вероника
Новикова

своему уникален и требует персонального подхода. Во-вторых, маржа от обслуживания отдельно взятого клиента незначительна, и поэтому для получения прибыли на рынке физических лиц необходимо обслуживать существенный поток клиентов. В-третьих, мы исходим из того, что человек, получающий банковскую услугу по дистанционному каналу — это не профессионал на банковском рынке и не должен обладать профессиональными навыками в области финансов или ИТ, чтобы пользоваться банковскими услугами.

Стоит отметить, что цели и интересы участников взаимосвязаны — нельзя достичь целей кредитной организации, не удовлетворив потребностей клиентов. Поэтому недостатки системы ДБО в обслуживании клиентов непосредственно влияют на достижение целей кредитной организации.

Понять поведение потребителя

Сергей Черняков: Конфликт безопасности и удобства приводит к тому, что сервис невостребован. Можно просто реализовать весь функционал во всех каналах ДБО, а далее пусть клиент кредитной организации сам разбирается, как им пользоваться. А можно представить себя на месте клиента и продумать варианты использования системы, понять поведение потребителя в различных ситуациях.

Например, одна кредитная организация предложила своим клиентам вполне современный мобильный банкинг — с использованием смартфона можно получить доступ ко всем своим счетам, введя одноразовый пароль, хранящийся на скретч-карте. Некоторое время назад эта кредитная организация проводила опрос своих клиентов на тему: «почему они не пользуются пластиковыми картами для расчетов в магазинах». Многие ответили, что им неудобно контролировать свои расходы. А ведь верно: пластиковая карта лишена некоторых функций обычного кошелька — нет возможности взять с собой только часть средств, нет возможности оперативно пересчитать оставшиеся и т. д.

Вы можете себе представить как, стоя в очереди в кассу, вам необходимо понять, хватит ли денег на карте или нет?

— Вы достаете скретч-карту, стираете защитный слой... В чем суть такого мобильного банкинга, когда он не очень удобен в «полевых» условиях?

Сергей Черняков: По сути, он просто дублирует возможности обычного интернет-клиента. В итоге использовать его станут не повседневно, а только в случае крайней необходимости.



Что ждет клиент банка от системы ДБО:

- В системе доступны банковские услуги, которые ему необходимы.
- Предоставленный сервис безопасен.
- Предоставленный сервис прост.
- Предоставленный сервис удобен (именно для него и в конкретных жизненных ситуациях)

— Так почему бы клиентам не предложить полноценную модель обычного кошелька?

Сергей Черняков: Возможны различные варианты ограничения суммы расходов. Допустим, клиент заведет отдельную карту для расчетов за покупки в магазинах. Позвольте клиенту самому определить, баланс какой карты он хочет видеть без ввода сеансовых ключей. Сделайте пластиковую карту лучше обычного кошелька, позволив ее оперативно пополнить «одним кликом» в системе мобильного банкинга. Разрешите клиенту самому решить, хочет ли он иметь такую возможность, и если «да», то на какую сумму он желает иметь возможность «одним кликом» пополнить карту, используемую для покупок в магазине. Только понимая варианты использования системы, можно сделать её действительно полезной.

Сложность решения делает его недоступным для массового обслуживания населения

Сергей Черняков: Есть еще одно интересное решение в области мобильного банкинга, имеющееся у ряда разработчиков. Пожалуй, ни для кого не секрет, что практически все обладатели простых мобильных телефонов пользуются SMS, но немногие устанавливают на такие телефоны приложения. Так почему этим клиентам не предложить SMS-банкинг, зачем их заставлять устанавливать приложения на свой телефон? Ведь это может оказаться для них не так-то просто.

Разработчики программного обеспечения это понимают, некоторые из них разрабатывают процедуры, в соответствии с которыми кредитные организации должны взять установку приложения на мобильные телефоны клиентов на себя.

Если не говорить про всю сложность разработки универсального приложения под абсолютно разные платформы, то основной недостаток решения состоит в том, что оно не является массовым.

— Можно представить, о каком множестве клиентов идёт речь?

Сергей Черняков: Какой процент пользователей простых мобильных телефонов умеет устанавливать приложения на телефон? — Писать SMS умеют практически 100% пользователей, гораздо меньше людей умеют устанавливать приложения. С появлением современных смартфонов желающие использовать мобильное устройство не только для общения выбирают именно их. Есть и приверженцы простых мобильных телефонов, но им не нужны дополнительные виды коммуникаций. Есть некоторое множество пользователей обычных телефонов, которые не могут себе позволить смартфон только из-за высокой стоимости устройства. В итоге, кредитная организация предлагает устанавливать приложения тем, кто не может его установить из-за отсутствия необходимых навыков. Кредитная организация предлагает устанавливать приложения тем, кто не хочет этого делать, так как он выбрал мобильный телефон только для общения голосом и SMS. Кредитная организация предлагает тем, у кого нет денег на смартфон, например, узнать остаток на карте, используя сравнительно дорогой GPRS-трафик.

Система, безусловно, стала лучше для незначительного числа клиентов кредитной организации, которые упорно устанавливают приложения на простые мобильные телефоны, но это решение не позволит обслуживать большой поток клиентов, а соответственно и эффективность системы ДБО будет невелика.

Эволюционный путь развития старых систем ДБО

Сергей Черняков: Интересы участников рынка взаимосвязаны. На стороне кредитных организаций тоже существуют проблемы. Это сейчас нам кажется все так просто и понятно: для обычного телефона лучше подошел бы SMS-банкинг, а приложения следовало бы приберечь для смартфонов. Все просто, когда есть с чем сравнивать. Но, на тот момент развитие систем ДБО шло в ногу с развитием технологий, некоторые из которых стали тупиковыми. А решения, основанные на данных технологиях, стали балластом для разработчиков систем ДБО. Преимущество же новых систем в том, что они еще не обросли подобными решениями.

Не совсем удачные решения, имеющиеся в старых системах ДБО, усложняют процесс поддержки и развития системы. Даже если Ваша кредитная организация не использует подобное решение, она косвенно несет расходы на его поддержку.

За деньги на поддержку системы производитель развивает функционал, который Вам не нужен, тем самым делая другие необходимые для бизнеса функции дольше и дороже, что позволяет Вашим конкурентам раньше выводить новые банковские продукты и сервисы на рынок.

— А что делать тем банкам, кто уже давно работает с системами ДБО?

Сергей Черняков: Ждать когда в процессе эволюции «отвалится хвост» или сразу адаптироваться к новым условиям существования, выбрав современную систему ДБО.

— У старой системы есть не совсем удачные решения, но, ведь у нее функциональность богаче, чем у новой?

Сергей Черняков: Непрерывный процесс развития ИТ-технологий минимизирует задел старых систем перед новыми, так как развитие технологий не только открывает новые горизонты, но и меняет ожидания пользователей от того, что уже реализовано. Дело в том, что развитие информационных технологий не стоит на месте, и платформа, выбранная много лет назад для реализации системы, устаревает. Например, архаичный интерфейс системы ДБО, не позволяющий клиенту настроить систему под себя, отбивает желание у клиента обслуживаться в кредитной организации, предоставляющей такой сервис, также как офис в ветхом состоянии.

В какой-то момент производитель ДБО начинает больше вкладывать в поддержку платформы, чтобы она еще некоторое время хотя бы внешне соответствовала текущему уровню развития ИТ-технологий. Естественно, это отражается на стоимости владения системой ДБО. Соответственно дистанция между старыми и новыми системами оказывается не такой большой, как кажется на первый взгляд.

«Гонка вооружений» за безопасность систем ДБО

— Как соблюсти баланс между удобством и безопасностью использования системы ДБО?

Сергей Черняков: В «гонке вооружений» за безопасность систем ДБО, клиенту предлагаются все новые и новые устройства и способы защиты, которые становятся все сложнее. Но новые устройства не решают проблему, а только дают отсрочку до тех пор, пока злоумышленники не найдут способ обойти защиту. Кроме того, следуя в данном направлении, банки в некотором смысле перекалдывают свою

первую историческую функцию (безопасное хранение денег) на клиентов.

Чтобы клиенты банка не встали перед выбором между безопасным хранением, либо удобством дистанционного обслуживания, мы хотим предложить взять на себя часть функций по обеспечению безопасности взять кредитной организации.

Конечно, все зависит от клиента, но большинство операций среднестатистического клиента банка являются типовыми для него. Так не проще ли изучить поведение клиента и упростить выполнение типовых операций (соответствующих модели поведения), чем заставлять подтверждать всеми возможными способами каждую операцию?

Поскольку, контроль будет осуществляться на стороне банка, это уменьшит шансы злоумышленников на успех, и позволит банку в полной мере выполнять функцию безопасного хранения денег.

— Как сочетать индивидуальный подход и массовое обслуживание? Нужна ли для этого уникальная система ДБО?

Сергей Черняков: Банк знает индивидуальные потребности каждого своего клиента? Банк знает, сколько надо затратить средств, чтобы их узнать? Банк уверен, что маржа от обслуживания его клиентов покрывает эти расходы, и что потребности разных клиентов не будут диаметрально противоположными? Банкиры, конечно, сами могут решить, что нужно их клиентам, и потратить деньги на создание уникальной системы ДБО, например, с меню по диагонали, но вряд ли это решение понравится всем. Как нам кажется, ответ на все эти вопросы один: «Позвольте вашим клиентам самим настраивать систему ДБО в соответствии с их потребностями».

То же самое относится и к платформе. Если вам интересны все ваши клиенты, не пытайтесь за них решать, на какой платформе должна работать система. Платформа должна быть «любой» как с клиентской стороны, так и с серверной. Кроме того, используемая криптография не должна накладывать ограничений. Обратитесь к статистике посещения вашего сайта и посмотрите, какой части клиентов вы навяжете свое решение, выбрав одну, пусть даже, самую популярную в списке операционную систему и один браузер. Кредитные организации также по своему уникальны: одна умеет считать деньги, затрачиваемые на серверное ПО и оборудование. У другой — корпоративный стандарт. У третьей, например, по соображениям производительности подходит только одна конкретная СУБД и т. д. Подобные ограничения для кредитной организации оборачиваются потерей



Что ждет кредитная организация от системы ДБО:

- Уменьшения стоимости обслуживания своих клиентов;
- Увеличения клиентской базы, за счет устранения географических границ присутствия;
- Получения возможности более удобного обслуживания своих клиентов, за счет «сокращения дистанции» между клиентом и банком;
- Получения возможности оперативного вывода на рынок новых продуктов и сервисов.
- Кроме того, кредитные организации перестали видеть в системе ДБО только средство, позволяющее уменьшить издержки, система ДБО — инструмент, приносящий доход.

лояльности клиентов, для разработчика системы — уменьшением рынка (меньше рынок — меньше средств на развитие и поддержку, либо дороже стоимость решения).

Таким образом, несоответствия имеющихся на рынке решений ожиданиям потребителей дают нам возможность предложить свои продукты и услуги. Мы понимаем, что в погоне за технологиями и новыми функциями, не стоит забывать о целях и потребностях конечных потребителей. Нельзя отставать от технологий, так как они порождают новые ожидания и предпочтения потребителей, меняя рынок систем ДБО.

К сожалению, недостатков у существующих на рынке решений гораздо больше, чем те, которые мы обсудили, но и этих примеров достаточно, чтобы понять нашу позицию. Мы считаем, что система «SimpleBank 2.0» займет свое место на рынке благодаря нашему пониманию того, какой должна быть современная система ДБО.

Мы не первые, кто говорит о том, какой должна быть новая система дистанционного банковского обслуживания. Но мы одни из первых, кто готов предложить системы нового поколения и подтвердить свои решения мнением банкиров, выбравших их.

— А если банк устраивает имеющаяся система ДБО, но при этом заинтересовал ваш взгляд на поведение потребителей?

Сергей Черняков: То мы готовы предложить ряд консалтинговых услуг, чтобы вместе с банком изучить потребности его клиентов, выявить преимущества и недостатки имеющейся системы ДБО и определить направления ее развития.

