

За отечественного ИТ-производителя

Среди российских банков высокотехнологичное промышленное решение, поддерживающее работу на всех клиентских и серверных платформах и браузерах iSimpleBank 2.0, стало востребованным в считанные месяцы. О причинах популярности отечественного системного продукта мы беседуем с председателем совета директоров iCAM Group Дмитрием Барсуковым, генеральным директором iSimpleLab, управляющим партнером iCAM Group Дмитрием Мирошниковым и управляющим партнером iCAM Group Станиславом Хоменко.



Текст:
Вероника
Новикова

– Сколько контрактов на внедрение системы удалось заключить?

Дмитрий Мирошников: С начала 2012 по октябрь 2013 было заключено 32 контракта с банками на внедрение iSimpleBank 2.0. из них 4 банка ТОП-100. До конца года их будет более 40. Радует то, что наши первые клиенты — это довольно креативные, «продвинутые» банки с точки зрения бизнеса и технологий. И мы надеемся, что наш продукт будет оценен по достоинству и использован банками как инструмент повышения доходности.

– Чем объясняется такой интерес со стороны банков?

Дмитрий Барсуков: Все просто. Продукт построен и развивается с учетом мирового опыта и тенденций, и позволяет банку создать собственное индивидуальное решение. Кроме того, iSimpleBank 2.0 разработан по порталным технологиям и позволяет подстраиваться под каждого клиента банка с учетом его индивидуальных потребностей.

Решение включает в себя полноценный интернет-банкинг, систему нотификации, а также мобильный банкинг, работающий на платформах (Apple iOS и Google Android). В отличие от аналогов, используемых сейчас массово, это единая система для физических и юридических лиц банка.

Дмитрий Мирошников: Для того, чтобы проект был удачным, чтобы система ДБО приносила результаты, решение, которое внедряется в банке, должно соответствовать ожиданиям банка и ожиданиям клиентов, соответственно. На данный момент банки, внедряющие систему ДБО, ориентируются на то, что в системе будут доступны все банковские услуги. В нашей системе они есть.

– Стандартный набор банковских услуг?

Дмитрий Мирошников: Да, мы говорим как минимум о стандартном наборе банковских услуг системы ДБО. Их вы можете найти в нашей системе.

– Каковы ожидания «стандартного» клиента банка от системы ДБО?

Дмитрий Мирошников: Клиенты банка привыкли работать в том месте, на том устройстве и в то время, когда им это удобно. То есть клиенты ориентируются на мультиплатформенность. Разрабатывая систему, мы заложили в нее эти технологии. И поэтому наш клиент может работать с ней на любом устройстве, в любом месте, в любое время, когда ему это удобно.



Дмитрий Мирошников

– Что нестандартного в предпочтениях банков?

Станислав Хоменко: У банков есть определенные технологические предпочтения. И в этом мы стараемся банки не ограничивать. Если банк привык работать на технологии Oracle, мы ее поддерживаем. Если на другой технологии – проблем нет. В этом смысле наша система тоже позволяет банку не быть зажатым в каких-то рамках. Современные технологии, индивидуальный дизайн, готовые средства интеграции – все это необходимые аспекты для хорошего внедрения, быстрого стандарта и уверенной эксплуатации системы дистанционного банковского обслуживания. В нашей системе все эти преимущества тоже можно найти.

– Почему же все-таки некоторые системы ДБО, которые внедряются банками, не работают? Вроде банк все правильно сделал: хорошо внедрил, выбрал нормальную платформу, внедрил решение, запустил, но система не работает?

Станислав Хоменко: Любый клиент, не только клиент банка, который хочет получить ту или иную услугу, купить тот или иной продукт, начинает знакомство с продуктом с витрины. Поэтому витрина должна быть для клиента интересной. Клиент, который хочет купить что-то, но видит ужасную витрину, никогда не зайдет в магазин. Поэтому при внедрении наших продуктов мы стараемся интерфейс для клиентов сделать красивым. В наших внедрениях вы не найдете ни одного повторяющегося.

Кроме этого, при внедрении мы стараемся учесть определенные особенности банка, как минимум, раскрасить систему в красивые цвета, как максимум – сделать из нее хороший интересный интерфейс, удобный для клиента и приятный для общения клиента и банка.

Дмитрий Мирошников: Если у банка уже есть витрина, банк считает ее достаточно удобной, и хочет, чтобы витрина системы ДБО выглядела таким же образом, то мы представляем наш интерфейс похожим на web-сайт банка. Клиент, работая на сайте банка, решив совершить финансовую транзакцию, попадает в систему ДБО в привычном ему интерфейсе, в привычной организации меню и при этом понимает, что работает именно с этим банком, а не с каким-то другим. Представление витрины заключается не в том, что где-то в уголке размещен логотип банка и тем самым закончена кастомизация, нет – кастомизации подвергается весь интерфейс.

Клиент не любит, когда интерфейс системы слишком перенасыщен, когда слишком много пунктов меню, когда для того, чтобы выбрать какое-то действие, необходимо залезть в несколько ссылок, нажимать кнопки. Клиент любит минимализм. Поэтому мы в ряде банков реализуем упрощенную систему, когда клиенту для того, чтобы выполнить какую-то процедуру, достаточно нажать одну-две клавиши.

Более того, в современных витринах ДБО банки предпочитают не только представить клиенту традиционные транзакционные сервисы, но и дополнительные услуги. Пожалуйста, в нашей витрине банк может разместить рекламные объявления о своих продуктах, например, кредитах, депозитах, возможности работать в системе мобильных устройств.

– Итак, допустим, у банка нет четкого понимания, как должна выглядеть система ДБО. Он просит сделать аналогию с сайтом, и если мы сейчас зайдём на сайт банка, то увидим ровно такой же интерфейс. А это означает, что для клиента переход из «не ДБО» в ДБО является достаточно легким. Клиенту приятно, клиент пользуется этим сервисом. Клиент не пугается с сайта банка попасть в некий другой мир ДБО. Для него это продолжение сайта. И так происходит всегда?

Дмитрий Мирошников: В ряде проектов наши дизайнеры предлагают банкам свое видение, как должен выглядеть вход в банк, как должна выглядеть витрина после него. Соответственно, клиенту уже приятно работать с банком до того, как он ввел логин с паролем. Он испытывает положительные эмоции еще до начала работы.

Станислав Хоменко: В оформлении интернет-банка многие наши заказчики любят размещать девушек.

В одном из наших проектов, в рамках которого мы реализовали интеграцию с нашим партнером – компанией eKassir, клиент при оплате услуг работает в привычном для него ему интерфейсе как если бы он работал на терминале банка – все прозрачно, приятно, красиво.

– В группе компаний есть дизайн-бюро?

Станислав Хоменко: Все наши шедевры реализованы нами без привлечения специализированных дизайнерских агентств. Трудятся наши штатные дизайнеры, раскрашивают систему, исходя из предпочтений банка. Нам передавали брендбук,

нам рассказывали, каким хочется видеть интернет – банк.

Дмитрий Мирошников: В ряде проектов заказчики говорили нам, какие web-сайты им нравятся, и что они хотели бы видеть систему ДБО похожей на эти сайты. Причем часто сайты называли не банковские. И мы справлялись с этой задачей. Технология построения интерфейса позволяет нам не быть жестко завязанными на какие-то рамки. Таким образом, мы можем оформить витрину банка так, как ему удобно, как приятно будет его клиентам.

– Важный вопрос при внедрении системы дистанционного банковского обслуживания – это вопрос безопасности. Как решается проблема защиты клиента?

Станислав Хоменко: Этот вопрос банки задают при каждой встрече. Вопрос безопасности – это, действительно, бич современности. В последние три года атаки на системы ДБО стали привычным событием. Именно поэтому при реализации своей системы мы сразу же заложили стандарты безопасности современного уровня, а в некоторых случаях с опережением на шаг вперед.

– Но это – отдельный бизнес...

Станислав Хоменко: Мы не стали создавать здесь собственную компанию, а пошли по пути партнерства с компаниями-лидерами этого рынка. Например, для работы с электронной цифровой подписью нашим основным партнером является компания «Аладдин Р.Д.». Эта технология позволяет нам реализовать работу с электронной цифровой подписью под различными платформами и браузерами. Мы клиента не агитируем работать в IE определенной версии или для работы с ЭЦП должен обязательно поставить Java-машину.

– А если клиент любит работать на планшете?

Станислав Хоменко: Пожалуйста! С карточкой «Алладина Р.Д.» он может работать. В стандартный разъем планшета подключается ридер для карт, и клиент получает возможность подписывать банковские документы сертифицированными средствами электронной подписи.

Также необходимо сказать, что средства обеспечения безопасности системы работают в интеграции с Fraud-анализом. Защищать систему нужно с двух сторон: со стороны клиента и со стороны банка. Именно поэтому при разработке



системы мы сразу приняли, что наше решение должно защищаться со стороны банка нормальной, рабочей, технологичной современной системой антифрода. Поэтому мы не пошли по пути проб и ошибок, а выбрали партнера, который в этой области является, по нашему мнению, профессионалом для организации безопасности, который разработал систему антифрода. Таким образом, на данный момент мы можем утверждать, что безопасностью в системе iSimpleLab все хорошо. Она достигается многими факторами. Эти факторы играют, по отдельности. Если свести все вместе, то безопасность значительно повышается.

– Если вернуться к вопросам технологическим.

Почему иногда не работают системы в банках, которые считается, что нормально внедрили?

Дмитрий Мирошников: Потому что нет интеграции. Система ДБО iSimpleLab позволяет клиентам проводить достаточно большой перечень транзак-

ций, как финансовых, так информационных, так и заявочных. Но все они не работают без нормальной интеграции. Если клиент хочет что-то сделать, это обязательно должно найти отражение в его учетных системах, в платежных, или в CRM-системах банков.

Именно поэтому в рамках своих проектов мы стараемся идти по пути налаживания тесных партнерских, технологических отношений с разработчиками учетных систем, процессингами и др. Когда с обеих сторон предлагается технология, которая поддерживается обеими компаниями, которая регламентирована, и которая не зависит ни от каких событий, связанных с технологическими изменениями, как с одной, так и с другой стороны.

Интеграция – это один из ключевых моментов в рамках внедрения системы дистанционного банковского обслуживания. Поэтому к этому вопросу мы относимся достаточно трепетно.

За неполных два года работы мы провели проекты по интеграции с большинством промышленных решений разработчиков автоматизированных банковских систем, разработчиков процессинговых центров, разработчиков платежных систем. Но и в этом вопросе мы пошли дальше. Мы предложили рынку универсальный интерфейс взаимодействия, универсальный шлюз, и банки по нему работают, часто используя инструменты по самостоятельной настройке.

Таким образом, подводя итог сказанному, можно утверждать, чтобы система работала, нужно дать нормальную витрину клиенту, успокоить его в части безопасности, дать ему понять, что работа системы ДБО будет безопасной, надежной, и его деньгам ничто не угрожает. А со стороны банков – дать возможность быстро внедрить систему, предоставив правильные интеграционные возможности. Но, как показывает практика, даже этих аспектов недостаточно для того, чтобы система ДБО приносила положительные результаты, чтобы она работала.

– Что же нужно еще?

Дмитрий Мирошников: Мы поняли, что клиенты инструкции не читают. Поэтому мы пошли по другому пути и вместо того, чтобы бумажки писать, мы сделали видеоролики, и внедрили их уже в нескольких банках. Ролики сделаны на индивидуальных интерфейсах банков с текстом и отображают типовые моменты использования системы. Поэтому людям становится намного понятнее как использовать нашу систему ДБО.



Станислав Хоменко

Еще одна интересная возможность – депозитный калькулятор. Этот инструмент помогает нам активнее продавать продукты; не только собирать заявки клиентов на выполнение каких-то трансакций или заставлять клиентов самим подбирать где-то на сайте банка нужные условия, это средство продажи депозитов банка клиентам удобным для него образом.

Станислав Хоменко: Клиент вводит информацию о том, что он хочет получить, что у него есть определенная сумма денег, что он ожидает определенный срок и отмечает галочками «хочу/не хочу» пополнять вклад, снимать деньги со счета, что происходит с процентами. Ему выдается список банковских продуктов, подходящих под эти условия, и рассчитывается сумма процентов, которые он получит. Все, что остается, это кликнуть на кнопку «открыть» и выбрать счет, откуда будут брать деньги.

Дмитрий Мирошников: Другая актуальная возможность, которую мы сейчас часто внедряем – саморегистрация клиентов. Это средство для того, чтобы клиенты банка переходили на дистанционное обслуживание без каких-либо визитов в офис, что является целью дистанционного обслуживания – работать с клиентом удаленно. Но раньше всегда требовалось, по крайней мере, один раз зайти в банк для подключения к системе. Если несколько лет назад банки боялись использовать данную функцию, то теперь эта функция стала привычной, и достаточно смело внедряется. Но, в тоже время, мы обеспечиваем хорошие меры защиты при использовании данной функции.

– Как это работает?

Станислав Хоменко: Клиент вводит данные, которые должны уже быть в АБС-номер пластиковой карты, паспортные данные, номер телефона. Система ищет клиента по номеру карты, сверяет номер телефона, паспортные данные, и на этот номер телефона высылает СМС для того, чтобы убедиться, что пришел «правильный» клиент и пытается зарегистрироваться. Дальше клиенту либо выдается логин, либо он может выбрать желаемый логин и пароль и начать работать в системе. Банк может настроить лимиты на такого клиента, чтобы ограничить его по размеру затрат. Таким образом, используя данную технологию, вы сможете гораздо больше своих клиентов подключить к системе ДБО, быстрее перевести

их на удаленное обслуживание. А это значит, что внедренная в банке система ДБО будет лучше окупаться, экономить затраты и увеличивать эффективность бизнеса.

– Что нового появится в системе? Чем планируете удивлять?

Дмитрий Мирошников: Новая возможность, которая в скором времени появится в системе – это конверсия валюты с составлением котировок. Это не обычный конверсионный документ, когда клиенты отправляют – «хочу по такому-то курсу» или перед отправкой документа звонят в банк своему менеджеру: «скажи мне, по какому ты мне курсу доллары поменяешь, если я столько-то продам?». Это автоматизация торгового процесса. Клиент может запросить котировку в банке. Этот запрос попадет к сотрудникам банка, которые создают в системе интернет-банка документ «котировка» о том, что такой-то клиент может поменять такую-то пару валют на такую-то сумму, и эта котировка действует в следующий час. В следующий час клиент может воспользоваться этим предложением и поменять оговоренную сумму валюты по этому курсу.

Станислав Хоменко: Еще одна интересная возможность, которая уже есть в системе и которой пользуется ряд наших клиентов – это помощь операционистов при заполнении документов валютного контроля. Не секрет, что валютные документы заполнить достаточно тяжело. Не с первой попытки всем удается, и особенно тем, кто делает это не часто.

Пользуясь нашей системой, операционисты банка могут помочь клиентам заполнять документы. Когда готова правильная версия всех документов, затем, разом их подписать и получить достаточно быстро хороший сервис.

– Тема мобильных технологий в системах ДБО – одна из самых горячих. Об этом говорят уже не первый год, но с каждым годом это становится все очевиднее. Как она работает в iSimpleBank 2.0?

Дмитрий Мирошников: Мы уже разработали множество предложений, и в следующем году еще больше усилим мобильное направление, с тем чтобы предоставлять банкам самые современные решения. Мобильный банк в Apple App Store ищется по запросу «iSimpleMobile».

Станислав Хоменко: Можно скачать, посмо-

треть интерфейс, и посмотреть, как работает приложение. Можно посмотреть ту часть, которая не касается входа в систему зарегистрированного клиента. Есть публичная часть приложения, есть приватная. Есть приложения для Android.

В разделе «Специальные предложения» банк может выставлять клиентам какие-то интересные предложения. В авторизованной части приложения клиенты могут смотреть остатки и выписку по своим счетам, карточкам, депозитам, кредитам. Мы планируем развитие этого приложения в проекте. VIP-клиенты банка будут видеть информацию о своих активах – инвестиционных продуктах, акциях, ценных бумагах и так далее.

Дмитрий Мирошников: Конечно, в системе есть сервис платежей, оплата различных услуг, сотового телефона, переводов рублей, конвертация. Есть удобный сервис геолокации. Есть в системе разные приятные клиентские «мелочи». К примеру, калькулятор валют. Клиенты банка руководители, используя iPad, могут подписывать документы электронной цифровой подписью.

– Каким образом?

Станислав Хоменко: Ответ нашел наш партнер – компания «Алладин Р.Д.», разработав исполнение своего токена в виде смарт-карточки. Карточка защищена собственным ПИН-кодом. Можно подписывать сразу несколько документов, выбирать, какие будут подписаны, и подписывать то, что выбрано.

Важный момент – iSimpleBank 2.0 – использует двухфакторную аутентификацию при работе с мобильными устройствами.

– Обычно второй фактор аутентификации – это приходящая СМС, но в случае iPad это не удобно...

Станислав Хоменко: Вторым фактором аутентификации в случае мобильного приложения является сам iPad. У него есть уникальный идентификатор, который мы храним на сервере и позволяет клиенту входить в систему только с тех устройств, которые он разрешил. Каждый клиент может вводить на iPad'e список своих мобильных устройств, с которых он работает, и вход этого клиента будет разрешен только с этих устройств.

– А если нужно добавить устройство?

Станислав Хоменко: В банк обращаться не надо. Есть кнопка «добавить новое устройство». Лишнее устройство так же легко можно удалить

из списка. Мы постарались сделать наше решение одним из наиболее защищенных.

– И все-таки, в чём ключевое преимущество вашей системы?

Дмитрий Мирошников: В том, что это единое решение для всех клиентов, мультиплатформенное, основанное на современных технологиях, с индивидуальным дизайном, которое содержит готовые средства интеграции и внедряется за счет этого достаточно быстро.

– Как вы считаете, какой процент рынка ДБО заберет iSimpleLab?

Дмитрий Барсуков: Мы прекрасно знаем рынок ДБО в России. Хорошо знаем текущую ситуацию по всем конкурентам, включая лидеров рынка. Знаем те технологии, на которых основаны старые системы, и что на них можно реализовать, а что нет. Сейчас рынок ДБО находится на этапе передела. Старые системы и компании уже не могут отвечать требованиям рынка как с точки зрения индивидуального подхода к каждому клиенту, качества и сроков разработки, так и с точки зрения технологий и безопасности, ведь современные технологии дают неоспоримые преимущества в скорости разработки. Хотя и то и другое взаимосвязано. Конечно, никакого обвала рынка никто не ждет – поэтому мы и ставим iSimpleLab вполне реальную и выполнимую цель для российского рынка, а именно занять не менее 15% рынка ДБО банков уровня ТОП-300 в 2015 году.

– iSimpleBank 2.0 – решение исключительно для российского рынка?

Дмитрий Барсуков: Не совсем так. Рынок стран СНГ также нуждается в недорогих, качественных решениях и испытывает аналогичные процессы, что и российский рынок ДБО. Уже сейчас мы прорабатываем организацию пилотных зон для локализации своего продукта в странах СНГ, и возможно, уже скоро мы сможем предлагать в этих географических рынках полностью локализованные пакеты. Я не вижу ограничений по продвижению ДБО iSimpleBank 2.0 и на зарубежные рынки, в первую очередь – на рынки развивающихся стран. Я не вижу технологических ограничений, которые нам не позволят это сделать. Ограничения могут быть прежде всего организационные, ресурсные и инвестиционные. Пока же первоочередная задача – это успешно запустить новые российские банки. 