

23 → «На виртуальных полках этой необычной библиотеки расположились „тома“ с условиями ипотечных программ банка, необходимыми для оформления ипотеки документами, ссылки на сайты застройщиков, а также произведения русских и зарубежных классиков. Стенд банка был оснащен бесплатным доступом к сети Wi-Fi, каждый посетитель получал пароль и через QR-код, размещенный на корешках книг, загружал ту или иную информацию в нужном электронном формате. Мобильная библиотека была задумана и реализована не только как средство для скачивания книг, но и как принципиально новый сервис широкого спектра, выполняющий информационную, культурную и консультативную функции», — рассказал он.

Инна Эстрина говорит, что им есть чем гордиться. «Например, лицом рекламной кампании интернет-банка „Альфа-Клик 2.0“ стал Железный человек — легендарный супергерой одноименного фильма в исполнении Роберта Дауни-младшего. В рамках этой рекламной кампании между студией Disney и Альфа-банком был заключен контракт на использование образа героя фильма „Железный человек 3“. Основной акцент в кампании был сделан на размещении наружной рекламы и роликов в кинотеатрах в качестве заставки к фильму. Также была выпущена ограниченная партия карт с изображением супергероя. Всем сотрудникам и клиентам Альфа-банка мы предлагали заказать два вида дизайна карт с Железным человеком, чтобы каждый мог выбрать тот, что больше понравится. Еще один отличный проект — это сотрудничество с музеем „Гранд Макет Россия“. Альфа-банк стал первым и единственным банком, который разместил свои отделения, рекламные щиты и автомобили инкассации в этом уникальном петербургском проекте. Основная задача состояла в том, чтобы тонко и естественно „внедрить“ Альфа-банк в существующую инфраструктуру макета и сделать это без раздражения посетителей „еще одной рекламой банка“. Поэтому мы разместили одну-две рекламные конструкции в каждом „регионе“ страны. Посетители музея в очередной раз убеждаются в том, что Альфа-банк — крупный федеральный банк, представленный во всех регионах страны, что наш банк — удобный, понятный и всегда рядом. Фото рекламы банка на макете уже выкладывают в социальные сети, что также способствует повышению узнаваемости бренда», — поделилась она.

Наталья Самойлова приводит в качестве примера серию баннеров в рамках рекламы кредитных услуг: на платных столбах в центре в Москве выставляли старые советские машины — «Нет денег на новую машину? Кредиты МКБ»; в витрине магазина мехов — «Молодая жена, большие расходы? Кредиты МКБ»; в меню ресторанов — «Нет денег на фуа-гра? Кредиты МКБ».

«На реконструируемых зданиях вешали брендмауэры про деньги, которые закончились раньше, чем ремонт. Реклама в Домодедово предлагала воспользоваться кредитом, чтобы хватало денег на бизнес-класс. На рекламных щитах имитировался сорванный плакат, а на месте срыва объявление: „Закончились деньги на рекламную кампанию?“ В итоге Московский кредитный банк выполнил годовой план кредитования меньше чем за полгода», — рассказала она. ■

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ КРЕДИТОВ

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР — ОДИН ИЗ САМЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ В РОССИИ. БАНКИ ИНВЕСТИРУЮТ МИЛЛИАРДЫ РУБЛЕЙ В РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА, МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И КАРТОЧНЫХ СЕРВИСОВ. УЛЬЯНА ТЕРЕЩЕНКО

Новации присутствуют и в дистанционном обслуживании, и в услугах, предлагаемых в банкоматах, и в системах безопасности. Цель большинства инноваций — улучшение качества обслуживания клиентов и снижение издержек. Так, перевод части клиентов на дистанционное обслуживание позволит сэкономить кредитной организации (и всему банковскому сектору в целом) огромные средства, особенно это актуально для кредитных организаций с большим количеством отделений (например, для Сбербанка или ВТБ24).

По словам Михаила Кузьмина, аналитика «Инвесткафе», технологическое оснащение — дорогое удовольствие. «В связи с этим небольшим кредитным организациям все сложнее соперничать с крупными участниками рынка. Цель кредитных организаций — максимально упростить для клиентов предоставление банковских услуг, чтобы клиент мог провести практически любую операцию на своем смартфоне», — говорит он.

Старший вице-президент, управляющий филиалом ВТБ24 в Санкт-Петербурге Михаил Иоффе указывает на то, что банки постоянно модернизируют свои технологии — в первую очередь это, конечно, касается систем дистанционного управления счетами. «И сфера интернет-банкинга, и сфера мобильного банкинга постоянно развиваются. В частности, ВТБ24 осенью серьезно модернизировал интерфейс системы дистанционного банковского обслуживания „Телебанк“. В ближайшее время в систему будут внесены дополнительные улучшения, будет улучшаться и „Мобильный банк ВТБ24“, разработанный для телефонов с платформами iOS, Android, Windows Mobile, Symbian. В ноябре в Петербурге наш банк в рамках пилотного проекта модернизировал более двух десятков банкоматов, оснащенных устройствами по приему банкнот, дополнив их функцией „ресайклинг“. Теперь эти банкоматы могут выдавать те банкноты, что получили от клиентов. По итогам данного проекта такого рода модернизация затронет и банкоматы ВТБ24 в других регионах страны. В результате это позволит существенно сэкономить расходы на работу инкассаторов», — рассказывает он. По словам господина Иоффе, затраты на внедрение новых технологий могут быть совершенно разными — в зависимости от программы. Только за последний год ВТБ24 потратил на развитие IT несколько миллиардов рублей.

ИННОВАЦИОННЫЙ СКАЧОК Руководитель петербургского филиала Банка Москвы Алексей Кольчик утверждает, что этот год характерен грандиозным скачком отрасли инновационных продуктов от ряда ведущих банков. «Произошел глобальный перевод больших долей платежей в удаленные каналы. Так, совсем недавно Банк Москвы внедрил новый

вид услуги — приложение для работы с банковскими картами для смартфонов. Кроме того, у нас завершился „пилот“ по выпуску карт „Электронное правительство“. Мы выпустили около 1,5 тыс. таких карт и планируем и дальше их выпускать, поскольку видим соответствующую нишу», — рассказывает он.

Александр Васильев, начальник управления собственного процессинга банка БФА, утверждает, что сфера банковского обслуживания в настоящий момент постепенно переходит в онлайн. «Активно развиваются интернет- и мобильный банкинг. Карточная инфраструктура расширяется бесконтактной технологией NFC, а некоторые эксперты даже прогнозируют отказ от „пластика“ как платежного инструмента», — говорит он.

По словам господина Васильева, в условиях жесткой конкуренции, когда тарифы на банковские операции у большинства банков сравнялись, внедрение инновационных технологий помогает привлечь новых клиентов. «Однако надо понимать, что важно не только первым выйти на рынок с инновационным продуктом, но и обеспечить качественную клиентскую поддержку, в том числе необходимо и повышение финансовой грамотности населения, поскольку клиенты, как правило, не используют на сто процентов все предоставленные банком технологические возможности», — печалится господин Васильев.

Марат Гареев, директор по корпоративному бизнесу филиала «Санкт-Петербургский» Альфа-банка, утверждает, что их банк сосредоточился на развитии дистанционного обслуживания не только в розничном сегменте. «Технологии, которые банк внедряет в корпоративном сегменте, вскоре позволят обслуживающимся в нем компаниям не только избежать лишних визитов в отделение, но и вовсе отказаться от бумажного документооборота в отношениях с банком и контрагентами», — рассказывает он.

Илларион Яловенко, начальник управления развития интернет-банка Альфа-банка, также подтверждает, что банковское обслуживание развивается достаточно динамично, и очевиднее всего прогресс в сфере удаленных каналов банковского доступа. «Основные задачи, которые решаются при внедрении нового функционала, сводятся к двум большим направлениям: упрощение использования и дальнейшее повышение безопасности. Следующий тренд, который набирает обороты, — аналитика финансовых операций клиента банка и предложение оптимизации трат. В свете развития последнего направления Альфа-банк запустил сервис персонального финансового менеджмента, более известного на рынке под аббревиатурой PFM (personal financial management). Этот сервис позволит человеку в автоматическом режиме анализировать, куда и сколько было потрачено, и создавать



БОЛЬШИНСТВО ИННОВАЦИЙ, КОТОРЫЕ ВНЕДРЯЮТСЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ОРИЕНТИРОВАНЫ НА РАЗВИТИЕ УДАЛЕННЫХ КАНАЛОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

в конце отчетного периода визуализированные отчеты. Отчеты могут быть с небольшой степенью детализации („на продукты в этом месяце было потрачено икс рублей, а на поездки и путешествия — игрек“), а могут содержать и более глубокую детализацию — вплоть до отображения затрат на определенные продукты в этом месяце», — подытоживает господин Яловенко.

УДАЛЕННЫЕ ВКЛАДЫ И SMS-СЕРВИСЫ

Наталья Байнина, управляющий Северо-Западным филиалом банка «Интеза», говорит, что в ноябре банк «Интеза» запустил SMS-сервис нового поколения «Будь в курсе» для руководителей предприятий и главных бухгалтеров. Этот сервис позволяет быть в курсе всех операций по счету компании, информирует о приближении даты погашения кредита, сообщает о доступном балансе. «Обладатели сервиса могут самостоятельно отслеживать документооборот по валютному контролю, узнавать о зачислениях и списаниях, он также может использоваться и как сигнализация: SMS на мобильный телефон можно получать при каждом входе в систему „Электронный банк“. Для доступа нужен всего лишь мобильный телефон любой модели, на который не требуется установка специальных приложений», — рассказывает она.

Директор по розничному бизнесу Северо-Западной дирекции Росбанка Алексей Главатских также говорит, что основные инновации в банковском бизнесе вращаются сегодня вокруг дистанционных каналов обслуживания и развития возможностей безналичной оплаты при помощи пластиковых карт. «Первое направление включает в себя расширение функционала систем интернет-банкинга, появление мини-офисов и автоматизированных терминальных помещений, где клиенту доступно большинство услуг банка, а персонал либо полностью отсутствует, либо состоит из одного-двух консультантов. Интернет-банкинг идет по пути увеличения перечня услуг, которые можно получить, не приходя в отделение. Несмотря на то, что большинство операций по-прежнему составляют выписки по счетам и денежные переводы, все чаще в арсенале интернет-систем появляются услуги, казавшиеся еще недавно на сто процентов офлайн-овыми. Например, Росбанк этой осенью запускает услугу по открытию вкладов физических лиц через интернет. Одновременно банки расширяют перечень партнеров для перевода средств по упрощенным процедурам. К ним относятся электронные платежные системы, мобильная связь, интернет-провайдеры, крупные ритейлеры и интернет-магазины. Таким образом, банки конкурируют с операторами сотовой связи за повседневные и регулярные денежные переводы», — рассказывает господин Главатских. ■