

Ильдар Абдуллин (Ак Барс Банк): Цифровые сервисы позволяют заниматься бизнесом



Фото: Ак Барс Банк

О том, как улучшить Customer Experience при работе с юридическими лицами, надежно обеспечив их информационную безопасность в омниканальной среде, «Б.О» рассказал Ильдар Абдуллин, начальник управления транзакционного бизнеса Ак Барс Банка

Текст
ВАДИМ ФЕРЕНЕЦ,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ «Б.О»

— Ильдар, каковы основные векторы развития транзакционного бизнеса в Банке?

— В Банке проходит цифровая трансформация, направленная на рост транзакционного бизнеса. Банк оптимизирует клиентский путь — переводит традиционные продукты в цифровой формат и расширяет спектр онлайн-услуг. При этом с клиентами, предпочитающими обслуживание в отделениях, мы поддерживаем физическую сеть — отделения в сорока крупных регионах в России.

Мы изменили механизм создания продукта, наладив процесс гибкой методологии разработки продукта по Scrum. Продукты разрабатываются в рамках двухнедельных спринтов, во время которых постоянно создается новый или улучшается действующий функционал нашей платформы ДБО и внутренних систем Банка. Одно из новшеств для наших клиентов, которое мы запуска-

ем в октябре 2019 года, — специализированное ДБО для малого бизнеса «Ак Барс Бизнес Драйв». С помощью этого сервиса предприниматели могут проводить привычные операции в удобном интерфейсе, легко контролировать счета, быстро создавать платежные поручения, получать выписки, самостоятельно управлять корпоративной картой без привязки к офису и многое другое.

Конкуренция в части поиска и удержания клиентов ведет к усилению направления транзакционного бизнеса и инвестированию больших средств и ресурсов в эту сферу.

Банк планирует и дальше активно инвестировать в дистанционное банковское обслуживание, развивать приложения на web и mobile, переводить большую часть операций из отделений в онлайн-канал, оптимизируя клиентский путь (СJM), внедрять новые небанковские сервисы, концентрироваться на продаже цифровых продуктов. Для крупных корпоративных клиентов планируем дальнейшее развитие продуктов cash management.

— **Насколько развитие ДБО перспективно для Банка?**

— ДБО для юридических лиц — приоритетная зона ответственности, и мы активно инвестируем в онлайн-каналы. Это важная часть нашей общей стратегии.

Есть мнение, что потенциал онлайн-банкинга постепенно исчерпывается. Система «Клиент-банк» появилась относительно давно, и сейчас я даже не могу вспомнить, где и когда была проведена первая транзакция. Сейчас дистанционные банковские услуги — must have.

Банки стремятся повышать уровень клиентского опыта, и в условиях цифровой трансформации ДБО может стать проводником в мир омниканальности. Поэтому точки роста ДБО — оптимизация дизайна приложения (UI) и наполнение современными финансовыми сервисами. Другая важная составляющая ДБО — информационная безопасность.

— **Говоря об информационной безопасности, что вы имеете в виду в первую очередь?**

— Цифровой банк должен научиться создавать и предоставлять клиентам безопасные цифровые финансовые инструменты. **Время выдвигает высокие требования к безопасности транзакций, и СМС не покрывает эти требования. Проблему безопасности может решить электронная подпись на мобильном устройстве пользователя или «облачная» электронная подпись. Эти инструменты существенно расширяют спектр возможностей клиента в каналах ДБО.** Это часть Customer Experience, а вложения в информационную безопасность — это инвестиции, а не расходы.

— **Как обеспечить информационную безопасность в омниканальной модели?**

— Омниканальность — это функция IT-платформы, в которой клиент также предъявляет требования к информационной безопасности. Банк должен обеспечить безопасность операций с сохранением максимального уровня комфорта при переходе клиента из одного канала в другой. То есть клиенту нужна возможность удобно создавать платежи в одном месте, подтверждать их

в другом, отслеживать путь денег в третьем, получать выписки в четвертом. Уровень безопасности должен быть высоким во всех каналах.

— **Какие инструменты информационной безопасности применяются в корпоративном ДБО?**

— С ноября 2018 года клиенты Банка применяют сервис PayControl, разработанный компанией SafeTech и встроенный в ДБО. Через PayControl клиент безопасно подтверждает банковские операции в «Ак Барс Бизнес Онлайн» и «Ак Барс Мобильный», находясь вне офиса. На экране мобильного устройства он видит реквизиты платежа — номер, сумму, дату, счет получателя — и контролирует их корректность. Еще одно преимущество этого решения — для совершения операций со смартфона не требуется доступ к Интернету, подпись транзакции может формироваться в режиме офлайн.

— **Как клиенты — юридические лица оценивают решение PayControl?**

— **Клиенты не хотят, чтобы требования к безопасности усложняли им жизнь. PayControl — одно из немногих решений, которые не только не усложняют, но во многом упрощают взаимодействие с Банком.**

— **Другое важное направление в корпоративном банковском бизнесе — переход на эскроу-счета. Как Банк работает в этом направлении?**

— У Ак Барс Банка есть полномочия открывать эскроу-счета, и для этого Банк разработал кредитные продукты, сформировал ресурсы и компетенции, чтобы рассматривать заявки заемщиков.

Здесь важно знать, что первично для застройщика при получении финансирования от Банка. Строительный рынок — высокорисковый с точки зрения возвратности кредитов, доля участия финансовой организации в этом секторе зависит от риск-аппетита Банка: готов ли он вкладываться и формировать резервы. Мы полноценно участвуем в этом проекте, у нас есть крупные клиенты, которых мы финансируем.

— **Как сочетаются отраслевые строительные риски и развитие ДБО?**

— Цифровизация ведет к снижению уровня рисков в дистанционных каналах обслуживания. В Положении Правительства РФ об интеграции банков с Единой информационной системой жилищного строительства (ЕЖС) есть указание переводить коммуникации в электронный канал. Это делает прозрачнее документы застройщика — разрешения и проектную документацию. Документооборот также оптимизирует работу проверяющих органов, которым не нужно запрашивать эти документы на бумажных носителях и т.д. Поэтому данный рынок сам по себе в бóльшей части переходит в онлайн, а системы ДБО только способствуют этому процессу.

— **На чем концентрируется Ак Барс Банк при развитии цифровых продуктов для юридических лиц?**

— Мы акцентируем свое внимание на развитии трех основных конкурентных преимуществ. Первое —

это контент, продукты и информирование о них. Второе — повышение качества взаимоотношений клиента и Банка. На это сильно влияют простота использования контента, а также способ его предоставления. И третье — это цифровые платформы, которые доставляют наш контент до клиента, в том числе и системы ДБО.

Все эти три направления ориентированы на совместное создание персональной цепочки ценностей для клиента, а также упрощение пути клиента — Customer journey map: от возникновения потребности в сервисе до момента покупки и укрепления лояльности к Банку. От того, насколько удачно этот путь будет пройден, зависит решение клиента: будет ли он дальше пользователем Банка, покупать наши продукты и пользоваться кросс-продажами.

В качестве примера могу привести эксперимент, который мы провели. Наш сервис по проверке контрагентов «Светофор», реализованный совместно с партнером СКБ «Контур», показывает степень риска сотрудничества с тем или иным контрагентом. Однако в эту цепочку взаимоотношений прекрасно встраивается сервис гарантированных расчетов. Эскроу обширно используется за рубежом и является неким аналогом работы с проверенным временем аккредитивом.

Эксперимент доказывает, что цифровая трансформация тесно связана с изменением культуры самого финансового учреждения. В ее основе — концепция клиентоцентричности, где в центре внимания всегда клиент. Не прививая новые организационные навыки, невозможно внедрять позитивные изменения. Долж-

на появиться и культура принятия решений о выводе на рынок новых сервисов на основе анализа спроса клиента. Здесь могут помочь использование открытых данных о клиенте, о его операционной деятельности внутри Банка, формирование фокус-групп, проведение глубоких тематических интервью и много другое. Потребность должна появиться до того, как на рынок выходит продукт. Это аксиома.

— **Что Банк может предложить людям, которые еще не стали клиентами?**

— Поэтапная цифровая трансформация бизнес-процессов и продуктов — основной фокус корпоративного бизнеса в Банке. Мы делаем ставку на цифровизацию клиентского пути всех наших клиентов — малого, среднего и крупного бизнеса.

К примеру, сервис «Личный кабинет» дает возможность юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям дистанционно открыть расчетный счет с минимальным пакетом документов на сайте Банка. Благодаря этой разработке мы экономим важный ресурс для предпринимателя — время.

Важное направление — развитие небанковских сервисов. В их числе облачная бухгалтерия, онлайн-кассы, правовая помощь, конструктор документов, «Контур.Декларант» и другие. Все эти сервисы и продукты помогают начинающим предпринимателям заниматься бизнесом, не отвлекаясь на другие вещи. Банк в этом случае становится помощником предпринимателя в развитии его дела, понимая, что успех клиента — это успех самого Банка.

БО