

Ялтинское заседание ИТ-директоров - 2012

7-10 октября, г. Ялта, Крым

Гостиничный комплекс "Ялта-Интурист"

Мультиканальное обслуживание клиентов

Пример: мультиканальный банкинг



Председатель Клуба «БИТ»,
Клуб Банковских Информационных Технологий

Термины и понятия

Существует много различных терминов предназначенных для описания доставки продуктов и услуг банка по определённым каналам клиенту банка как физическим, так и юридическим лицам:

- *телефонный банкинг,*
- *интернет-банкинг,*
- *интернет ритейл система,*
- *дистанционное банковское обслуживание,*
- *ряд англоязычных терминов: direct banking, virtual banking, remote banking и т.д.*



Независимо от термина можно выделить базовые понятия:

- *канал доставки;*
- *банковский продукт;*
- *услуга.*

Банк является организацией сервисного типа, которая обеспечивает продажу своим клиентам банковских продуктов и услуг по определённым каналам.



Традиционным каналом продаж является приход клиента в банк или отделение.

Появилось много альтернативных каналов продаж - это и терминалы и интернет и т.д.

Отличительной особенностью каналов продаж является **себестоимость** банковского продукта, которая может отличаться в десятки раз, в зависимости от канала доставки продукта или услуги.



«Продажи банковских услуг» и «банковского сервиса» - являются разными понятиями:

- *продажа банковской услуги - консультации и поддержка принятия решения о покупке продукта клиентом банка;*
- *банковский сервис - осуществление поддерживающих операций (снятие, вклад, перевод наличности, выписка и т.д.).*

Многие банки разделяют операции на «продажные» и «сервисные».



Сервисные операции банк пытается максимально вывести на удаленные каналы обслуживания.

Продажи банковской услуги в online перенести достаточно трудно поскольку необходим контакт с сотрудником банка (возможное решение - видеоконференция).



Требования и задачи

Изменение условий приводит и к изменению требований, которые клиенты предъявляют к банкам.

Рассмотрим эти требования в порядке убывания важности для клиентов банка:

- *удобство работы с банком;*
- *доступ к банковским продуктам 7 дней в неделю и 24 часа в сутки;*
- *скорость реализации услуг;*
- *решение проблем клиентов;*
- *стоимость услуги.*



Для банка возникают следующие задачи:

- 1. Оперативное предоставление услуг.*
- 2. Приближение продуктов и услуг к клиенту и снижение себестоимости каналов продаж.*

Наибольшую оперативность могут предоставить электронные каналы предоставления услуг.



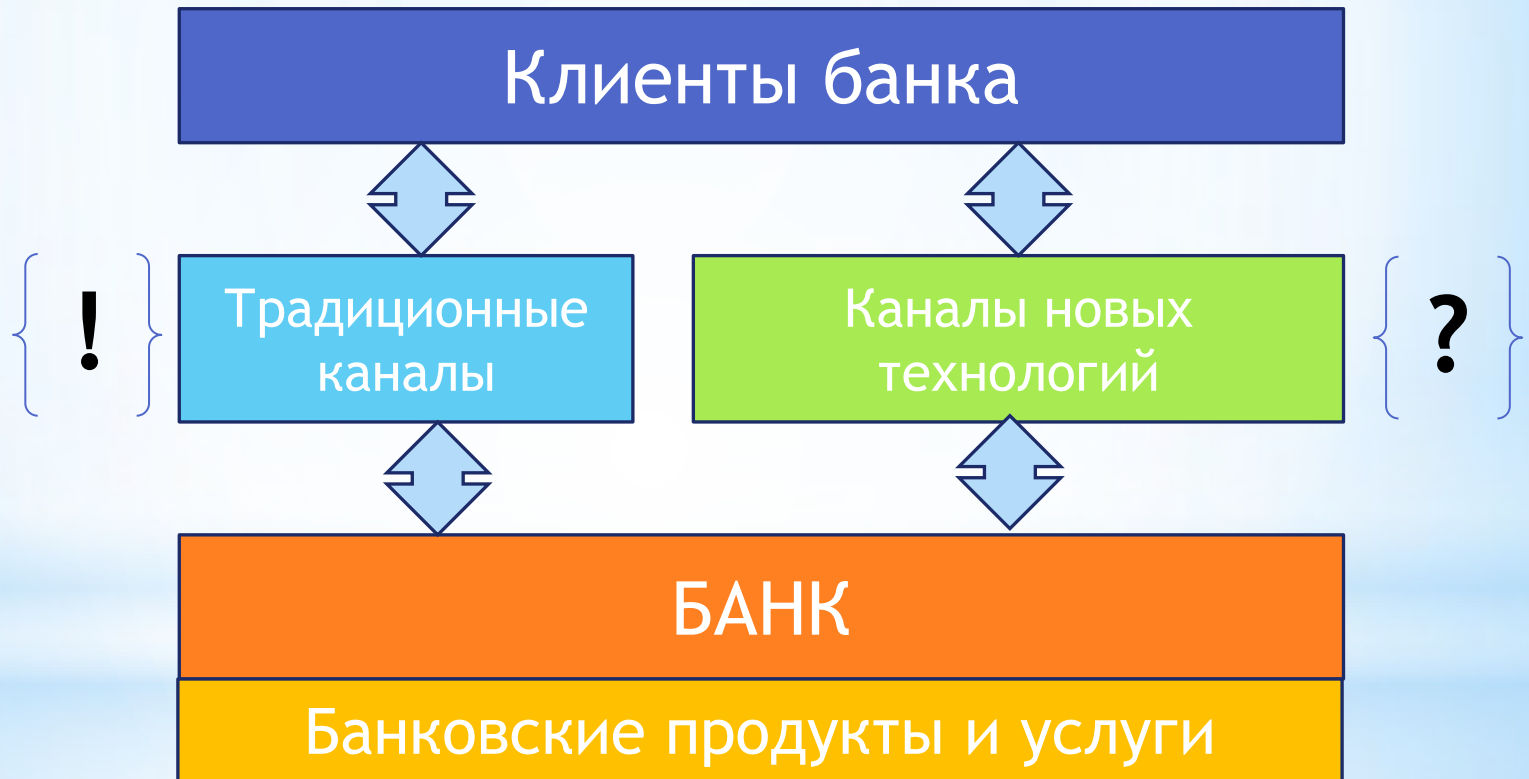
Себестоимость обслуживания при непосредственном контакте с клиентом, по телефону и через интернет - относятся как: **100 : 10 : 1.**

Доступность электронных каналов доставки банковских продуктов очевидна - нет ограничений по времени и месту инициирования банковской операции.

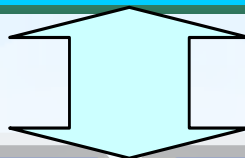


Каналы доступа

Обобщённую схему каналов доступа и каналов продаж можно представить как многоканальный доступ клиента к услугам банка:



Клиенты и внешние системы



POS ATM

GSM, SMS, Internet, Киоск,
Факс, НетБук, НоутБук, КПК.

E-mail, Чат

Голос

Сотрудники

Процессинг

Дистанционное
обслуживание клиентов

Сайт

Контакт-
центр

Отделения

Интернет-
ритэйл система

Май банкинг



Основные каналы доступа:

1. Филиальная сеть. При этом необходимо присутствие сотрудника банка при взаимодействии с клиентом.
2. Банкоматы и POS. Удалённое обслуживание клиентов с использованием пластиковых карточек канал.
3. Дистанционный канал (использование телекоммуникационных и интернет каналов, мобильных устройств для предоставления доступа к сервисам банка).
4. Почтовый канал. Предоставление сайта банка и почтовых каналов для доступа клиента.
5. Голосовой канал.
6. Терминалы самообслуживания.

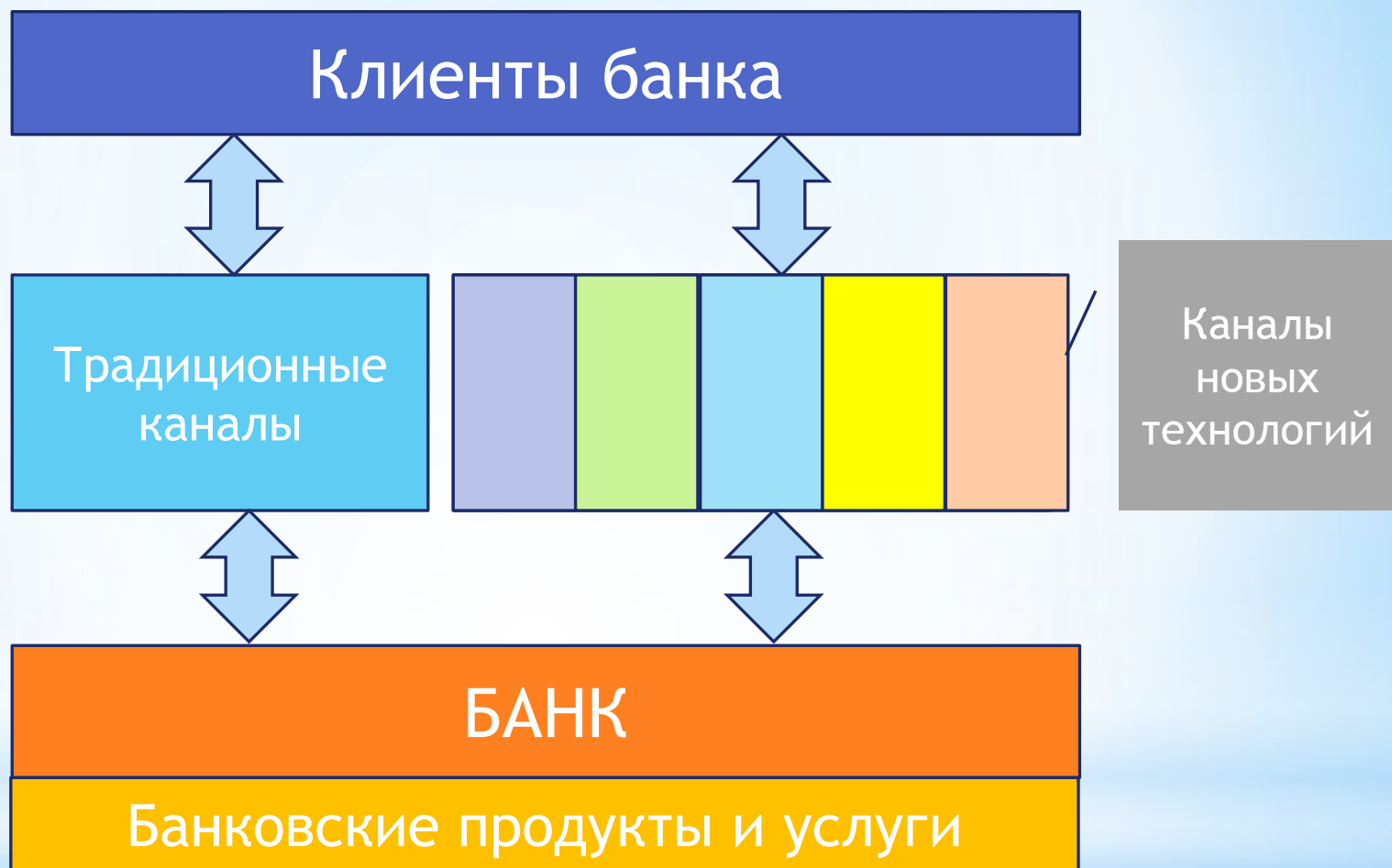


Традиционное решение

Банки решают задачу многоканального доступа к клиенту путём построения отдельных подсистем или на базе основной банковской системы.

При этом внедряются разработки различных фирм, которые не совместимы с друг другом - это ещё больше затрудняет процесс интеграции.





Главный недостаток этого подхода - клиент получает доступ не к совокупности своих счетов в соответствии с банковскими продуктами, а к совокупности счетов, которые предоставляет тот или иной канал.

Решением этой проблемы является интегрированный или мультиканальный доступ.



Интегрированный доступ

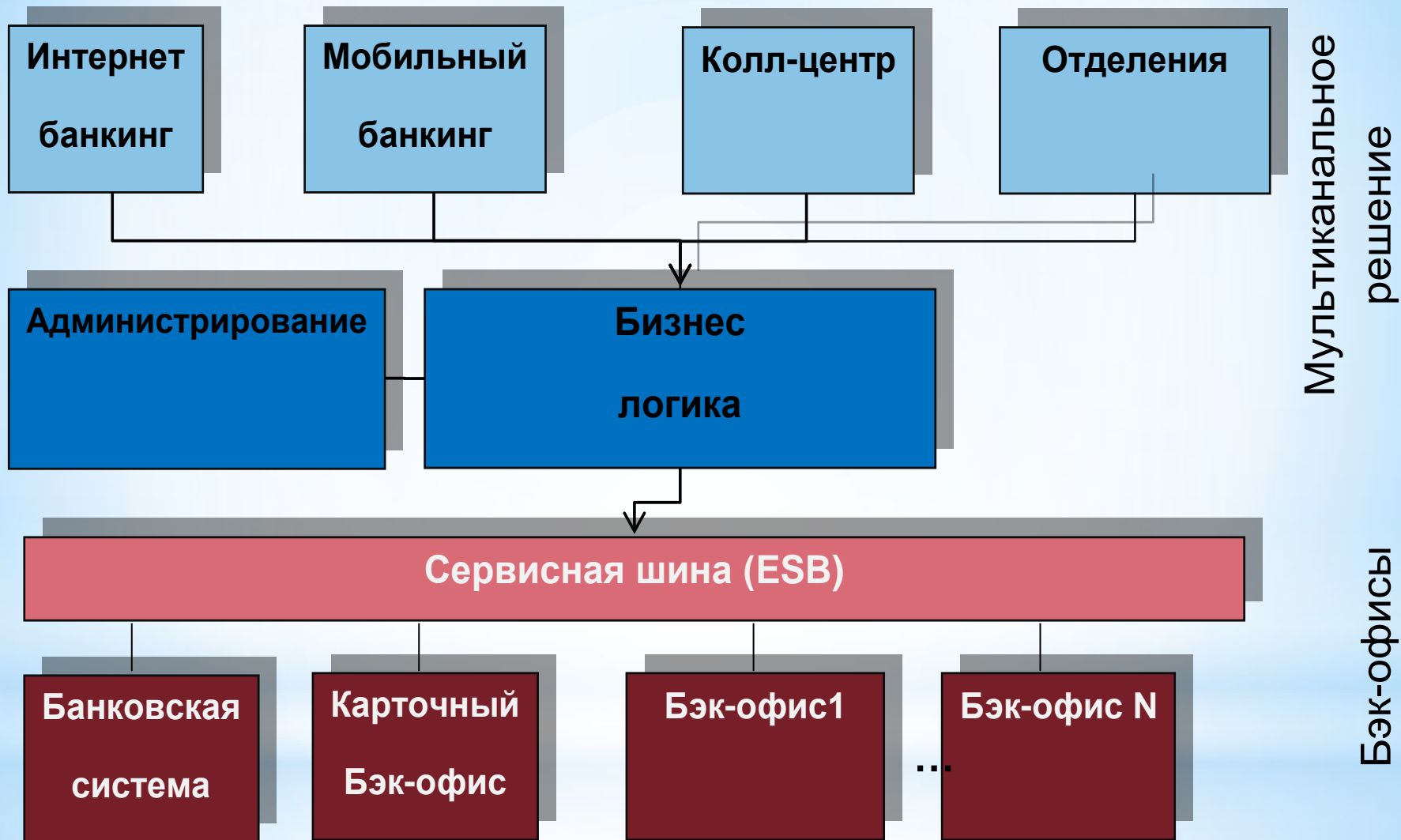
Мультиканальный доступ или мультиканальный банкинг (multi-channel banking) обеспечивает обслуживание клиента и доступ ко всем его счетам вне зависимости от канала.

Инициация операции начинается по тому каналу, который удобен клиенту в данный момент.



Каналы прямого доступа

Каналы непрямого доступа



Требования к системе

Требования к мультиканальной системе:

1. Эргономичность (usability).
2. Безопасность.
3. Оперативное внедрение новых банковских продуктов и услуг.
4. Интеллектуальная поддержка использования приложения.
5. Надёжность доступа 7*24*365.
6. Масштабируемость.



1. Повышает эффективность продаж банковских продуктов и маркетинга.
2. Снижает загрузку офисов и увеличивает количество операций.
3. Клиенты — экономят время на выполнение операций.
4. Создаётся интерфейс ориентированный на клиента или группу клиентов для работы с различными каналами доступа.
5. Обеспечивает возможность интеграции программного обеспечения и модернизации всей информационной системы банка.



Условия внедрения

1. Целесообразно начинать построение мультиканального банкинга с интернет-ритейл системы для физических лиц и интернет-банкинга для юридических лиц.
2. Это позволит начать перестроение бизнес-процессов в банке и обеспечить доступ к банковским продуктам клиентам банка по интернет-каналу.
3. Для оптимизации бизнес-процессов не требуется нового, революционного подхода.
4. Потребуется профессиональная команда специалистов бизнеса и подразделения ИТ, финансовые ресурсы и убежденность первых лиц банка в необходимости и необратимости данных процессов.



Этапы реализации

1. Проведение интеграции бэк-офисных систем на базе универсальной сервисной шины (ESB).
2. Построение интернет-ритэйл системы (интернет-банкинга) физических лиц.
3. Построение мобильного банкинга.
4. Внедрение интернет-банкинга юридических лиц на новой платформе.
5. Реинжиниринг фронтальных бизнес-процессов и построение фронтальной системы.
6. Подключение необходимых каналов для продажи банковских продуктов.
7. Завершение построения мультиканального банкинга.



Оптимизация решения

Преимущество мультиканального банкинга: клиент может получить справку, консультацию или осуществлять финансовые операции не только классическим способом (звонок в call-center, визит в отделение банка), но и при помощи целого ряда новых инструментов (многофункциональных банкоматов, банковских терминалов, терминалов самообслуживания, мобильных телефонов и интернета).

С учётом новых возможностей бизнес банка определяет соотношение между развитием удаленного сервиса и живым контактом с клиентом.



Банки не смогли обеспечить эффективное взаимодействие с клиентом по каждому каналу доступа и взаимодействие между каналами, поскольку это требует изменения технологических процессов внутри банка.

Мультиканальный банкинг должен обеспечить клиенту самостоятельно начать необходимую операцию, переключившись с одного канала обслуживания на другой.



Проблема:

Как только клиент входит в контакт с банком через другой канал доступа, всё общение стартует с самого начала - интегрированная мультиканальная модель взаимодействия банка с клиентом отсутствует.



Пути ускорения внедрения мультиканального банкинга:

- *оптимизация технологий банковских процессов;*
- *централизация бэк-офисных функций;*
- *удаление бэк-офисных функций из фронт-офисных процессов.*



SOA-перспектива

Анализ рынка показывает, что будущее за системами, построенными на принципах SOA (сервисно-ориентированной архитектуры) с использованием промышленной BPM-платформы.

Данный подход позволит интегрировать индивидуальные конфигурации банков под конкретные бизнес задачи.



Спасибо за внимание!

Председатель Клуба «БИТ»
Вадим Бадашин

050-310-48-18

