

**А. А. Дядькина**

*(студент)*

*Сибирско-американский факультет менеджмента  
Байкальской международной бизнес-школы  
Иркутского государственного университета*

## **БАНКИ БУДУЩЕГО**

Идут последние годы XX-го века, интернет постепенно пробирается в каждый дом, словом модем и электронная почта можно удивить все меньше людей, начинается новый век — век информационных технологий, и бизнес не стоит на месте, пытаясь быть в тренде и идти в ногу со временем. Банки начинают создавать свои веб сайты, которые, хоть и не представляют особой ценности в плане красоты и функциональности, но уже являются огромным скачком даже для такой крупной организации как банк.

Пришел новый век, теперь созданием сайтов занимаются профессиональные студии. Будущее банковского сектора лежит в использовании интернет технологий, они могут стать решающим фактором для рядового клиента в выборе банка для кредитования или простого обслуживания. Возможно интернет не единственный вариант развития сферы услуг, но, к сожалению, а может и к счастью на сегодняшний день это самый быстрый способ передачи данных, которым мы не можем пренебречь.

Корпоративный сайт банка — это, в первую очередь, продавец, который рекламирует все товары и услуги, предоставляемые этим банком, но его преимущество в том, что он позволяет клиентам круглосуточно получать доступ к информации об услугах компании, пользоваться ими, или, при желании, заказать услугу на дом. И еще одно ключевое преимущество заключается в том, что сайт может обслуживать несколько сотен, а то и тысяч клиентов одновременно, не стучась в ваш офис в надежде получить надбавку.

Так каким же будет банк будущего?

В будущем, чтобы преуспеть, банк должен сбалансировать в своей работе четыре фактора: мобильность, социальность, персональность и проактивность.

Рассмотри подробнее каждый из них.

1. Мобильности. Что на данный момент является главным признаком мобильности человека? Не удивлю вас если скажу, что это мобильный телефон, сейчас почти у всех при себе есть мобильное средство связи, а у каждого если не второго, то третьего есть более продвинутый «смартфон» — карманный компьютер, с возможностью звонка. Мы не представляем свою жизнь без этих гаджетов и всегда носим их при себе.

Приложения на мобильной платформе — одна из малореализованных возможностей по продвижению продуктов и услуг банка. Хотели бы вы узнать баланс своего лицевого счета открыв мобильное приложение, предоставленное вашим банком? Возможно вы скажите, что такие приложения уже существуют, но хочу вас заверить, что их работа оставляет желать лучшего. Другая важная функция, которую могут предоставить банки в рамках реализации мобильности — универсальное средство оплаты. В метро, в кафе, в магазине, где угодно вы можете запросить определенную сумму денег с вашего счета и вам в ответном сообщении придет QR код, сосканировав который поставщик услуги получит нужную сумму денег, а вы останетесь довольны тем, что вам больше не нужен ваш кошелек с множеством наличности разного достоинства и нескольких кредиток. Самой важной чертой мобильных приложений может стать их универсальность. Оплата услуг, нужная банковская информация, персонализация предложений, по запросу вас могут добавить в электронную очередь банка, в общем, все самое свежее, все в контексте.

2. Социальность. Всю социальную среду можно разделить на два круга: «внутренний» и «внешний». К внутреннему мы можем отнести такую немаловажную часть семейной жизни как общий, «семейный», бюджет, который вы сможете вместе распределять, вносить доходы, планировать расходы, все тоже самое, что вы сейчас делаете в маленьком блокнотике, только, в отличие от блокнотика, ваш аккаунт будет синхронизирован с сервером и вы будете иметь к нему доступ из любой точки света, и что немаловажно, только вы. Используя эту систему вы можете попросить у друга занять вам немного «до получки», и в один клик вернуть долг.

Другой, «внешний», круг может иметь функцию синхронизации с социальными сетями, где всегда можно задать вопрос по поводу того или иного сервиса, принятие коллективных решений, совместные цели из разряда «я коплю на...».

Аналитика внешнего круга позволит банку сделать выводы о своих сервисах и будет выполнять роль обратной связи, которую банк получит из трех ключевых источников: социальных связей (истории посещения социальных сетей, анализ желаний), истории банковских услуг и продуктов, профайла клиента (личных предпочтений).

3. Персональность. Каждый клиент должен чувствовать себя уникальным, поэтому на основе аналитики, проведенной банком для каждого клиента создается отдельная сфера предпочтений, и любая деятельность банка будет направлена на удовлетворения именно тех потребностей, которые действительно актуальны. Как если человек хочет купить машину, для него актуальны будут любые программы, связанные с понижением ставок по автокредитам. Банк в первую очередь дол-

жен быть заинтересован в помощи своим клиентам в любых жизненных ситуациях, а не в тупом продвижении своих продуктов, он должен не только предупреждать потребности потребителей, но и видеть их намерения. Банк помогает человеку достичь своей цели, помогает в ее правильной постановке и достижении, при том контролируя процесс, подталкивая клиента к нужным действиям, путем подсказок, напоминаний на основе истории операций и простых, «общих», напоминаний. Банк заботится о своих клиентах.

4. Проактивность. Первый шаг делает не клиент. Банк сам приходит к клиенту домой, консультируя его по поводу возможных платежей, связанных с ними услуг. Но прежде всего банк должен понять «жизненный цикл» клиента: чем он живет, чем занимается, что ему нужно. Банк сам предлагает человеку совершить покупку, но уже не просто показывая каталог с красивыми картинками, а действительно реальными товарами, так что клиент должен поверить в то что он может почувствовать и ощутить эти товары. Примером может стать помощь в покупке билетов в кино, путевок в теплые страны, или банальное зачисление денег на телефон. Банк заменит человеку кошелек.

В век развития информационных технологий банк должен постоянно совершенствоваться, развивая удаленные сервисы, такие как удаленный доступ к счетам, мобильный банкинг, интернет банкинг. Банк, имеющий более быстрые технологии, быстрее и в бизнесе. Но не стоит забывать, что всегда ценились такие качества как скорость обслуживания и вежливость персонала, техническую поддержку ведь никто не отменял.