

С. О. Бурцева, А. Е. Калачева, Е. Д. Матвеева

(студенты)

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

БАНКИ БУДУЩЕГО: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

В современном мире для того, чтобы соответствовать растущим запросам клиентов, приходится существенно изменяться. С этой точки зрения, тяжелее всего приходится банкам из-за их больших бюрократических структур. Но даже банкам придется меняться. В нашей работе мы рассмотрим 4 основные направления, в которых банки будущего найдут своё развитие. Эти направления: мобильность, социальность, персональность и проактивность.

1. Мобильность. Новые устройства проникают на рынок, расширяя возрастные категории их пользователей. Самому старшему пользователю системы «Сбербанк ОнЛ@йн» — 90 лет. В будущем все большее количество людей будет заботиться о своих финансах самостоятельно. Западные эксперты уверены в том, что задача технологий — доставить нам банк туда и тогда, где и когда он нам нужен. Банк будущего — это мобильный телефон, который станет аналогом кошелька и позволит оплачивать покупки и различные услуги. В него будет встроен NFC-чип, с помощью которого можно будет одним касанием совершать банковские транзакции. Причем они будут более безопасными, чем современные операции по картам, так как у операторов есть возможность отследить мобильный телефон по идентификационному номеру. Доступ к банку станет круглосуточным и моментальным.

Ролик открытия флагманского отделения Citibank в Нью-Йорке, который можно посмотреть на YouTube, иллюстрирует, как будет выгля-

деть зона самообслуживания — она огромна. Это проходное место, стена устройств, где происходит обналличивание чеков с автоматическим распознаванием, ввод заявлений на продукты. Среди открытий, ожидающих своего внедрения в будущем можно выделить видео консультант. На Западе ряд банков уже несколько лет используют видеосвязь по технологии Skype для общения с клиентами. В продолжение идеи стали появляться видео киоски — это будка круглосуточного доступа, зайдя в которую клиент может пообщаться с сотрудником видео контакт-центра и получить необходимые документы — их распечатает встроенный принтер.

Многообещающим устройством также считается мобильный картридер. Один из создателей социальной сети Twitter Джек Дорси в 2009 году анонсировал свое новое детище — устройство Square. Это крохотный картридер, который подключается к сотовому телефону. С помощью Square принимать к оплате банковские карты сможет кто угодно — даже бабушка, торгующая семечками на улице, если уж пользоваться российскими образами.

2. Социализация. Для того, чтобы человеку испытывать счастье ему необходимо обязательно с кем-то общаться. Человек взаимодействует с двумя кругами общения: внешним и внутренним. Банки будущего будут активно проникать в оба эти круга. Например, для внутреннего круга вы можете вместе со своими родными контролировать совместный бюджет. Также, вам будет предоставлена возможность вести взаиморасчеты с друзьями: например, легко попросить и легко отдать долги. Взаимодействие банков с нашим внешним кругом общения выражается в интеграции банков с социальными сетями. Клиенту может быть интересно сравнить свои расходы с расходами социальной группы, к которой он себя относит. Почему бы не предоставить ему обезличенную информацию такого рода?

Например, небольшой немецкий банк предложил пользователям сделать свой портал домашней страницей для входа в социальные сети и получения информации из них. За это банк начисляет клиентам бонусы, которые можно использовать для получения скидок на банковские продукты.

3. Персональность. Банки стараются сделать свои отделения более привлекательными для посетителей, ненавязчиво обслуживать и быть «своими». Быть «своими» — это означает знать, кто твой клиент и что он в данный момент хочет. Быть «своими» является ключевым элементом дальнейшего развития банка. Персонализация позволит установить более личный и доверительный контакт с клиентом, повысить лояльность банку.

Операционное отделение, разгружаясь от рутинных операций, станет местом, где ведутся серьезные доверительные разговоры об управ-

лении финансами вкладчика. Отделение будет выглядеть как технологичный уголок, где можно с помощью мультитач-устройств вместе с клиентами моделировать различные стратегии накоплений. Такие устройства уже существуют.

Интернет-банкинг незаслуженно забыт с точки зрения открытия новых возможностей. Интеллектуальные оповещения, основанные на глубоком знании истории клиента, могут формировать ему предложения персонально. Например, девушка не накопила на своем счете средства для оплаты аренды квартиры, и система, зная об этом, может предложить ей краткосрочный кредит на льготных условиях.

4. Проактивность. Проактивность — это навык, помогающий человеку добиваться высоких результатов. Основное направление проактивных банков — создание так называемой системы супермаркет, которая позволит подбирать банковский продукт или услугу точно под себя.

Также, банки будущего могут реализовывать функцию напоминания. Понимая «жизненный цикл» клиента, банк может напоминать о возможных платежах (в том числе на основе социальных связей). Таким образом, банки могут использовать имеющуюся информацию для того, чтобы «снять барьеры» во взаимоотношениях между банком и его клиентом.

Более того, в Массачусетском технологическом институте разработали систему видеорегистрации, которая позволяет фиксировать, как клиенты реагируют на информационные стенды, что привлекает их внимание и т. д. Такие системы уже в ближайшее время станут незаменимым инструментом изучения клиентских предпочтений.

Мы рассмотрели в своей работе деятельность банков через призму четырех аспектов: мобильности, социальности, персональности и проактивности. Соединение и пересечение этих сфер порождает удивительные возможности. Но кто знает, какие еще возможности откроются перед банками будущего?