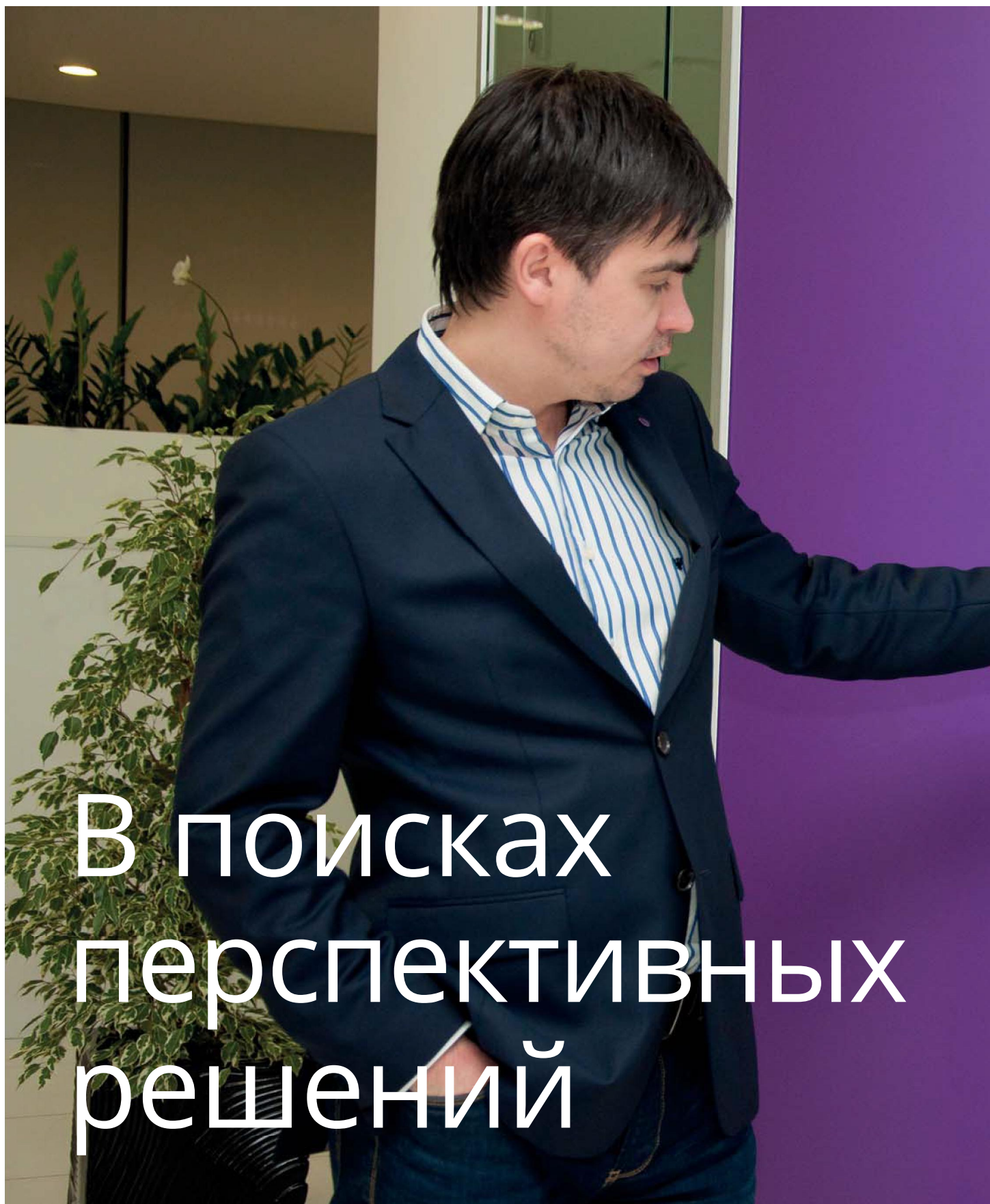




В поисках перспективных решений



Когда мы приехали на интервью в одно из киевских отделений Unison Bank, там как раз выгружали очередную порцию новых гаджетов...

Банк открыл первые отделения в ноябре 2013 года. Сейчас их семь — по два в Киеве и Донецке, по одному — в Днепропетровске, Харькове и Львове.

В отделениях, где даже стены — умные, наличием Wi-Fi уже не удивишь. Несмотря на футуризм, все выглядит довольно уютно. Во многом — благодаря улыбкам сотрудников.

Внимание сразу же привлекает наличие большого количества современных устройств для самообслуживания и новая концепция — smart banking. Председатель Правления Unison Bank Александр Лобанов рассказал BANK ONLINE в эксклюзивном интервью, что его команда вкладывает в это понятие

Беседовала Анастасия Матвеева
Фото: Катя Нестерова



Александр Лобанов
Председатель
Правления Unison Bank

Но ведь технологий так много... На чем именно вы хотите сфокусироваться?

Для нас приоритетные решения — те, которые позволяют максимально эффективно обслуживать наших клиентов без непосредственного контакта с банком.

То есть речь идет о дистанционных каналах обслуживания с широкими возможностями, которые позволяют не просто использовать банковский сервис, но и эффективно управлять своими финансами. Есть интересные идеи насчет PFM и геолокации.

Вы позиционируете себя как европейский банк в украинских реалиях. Расскажите об этом балансе...

Здесь важно четко понимать формулировку. Во-первых, акционерами банка являются европейские инвестиционные фонды. Во-вторых, «европейская» часть у нас заключена в особый подходе, который выражается в прозрачности структуры, бизнес-процессах, прохождении аудита, а также соблюдении международных норм. Мы работаем в Украине, применяя международные стандарты ведения бизнеса.

Что в вашей стратегии означает понятие «инновационность»?

Для нас это имплементация самых современных решений, технологий, продуктов в нашу бизнес-деятельность. Иными словами, мы перенимаем лучшие подходы, а также интересные бизнес-идеи из мировой банковской практики и адаптируем их к украинским реалиям. И, конечно, нельзя быть инновационным без непрерывного саморазвития и самосовершенствования.

Когда мы увидим ваши первые дистанционные сервисы?

У нас есть принцип — «Не словом, а делом». Подождите некоторое время — и вы увидите много интересного...

Удаленные каналы мы объединили в блок, называемый «Электронная коммерция». Он включает системы интернет-банка, клиент-банка, сайт. Мы не хотим, чтобы наш сайт нес исключительно маркетинговую, информационную функцию. Наша цель — сделать из него наш виртуальный бранч, наше отделение в интернете, которое будет информировать, консультировать, продавать. Также хотелось бы поработать с кем-то из агрегаторов платежей для того, чтобы отладить функционирование наших платежных терминалов самообслуживания и, возможно, осуществить сотрудничество в сфере электронных денег.

И все же скажите пару слов об интернет-банке...

Что касается клиент-банка, то, изучив корпоративный сегмент, мы поняли, что юридические лица в Украине

довольны теми системами, которыми пользуются. В частности, iFOBS — самой распространенной системой клиент-банка в Украине. Каких-то инновационных пожеланий клиенты не высказывают. Возможно, в будущем мы внедрим модуль cash-management для корпоративных клиентов, однако в реальности качественный cash-management для юридических лиц на текущий момент в Украине невозможно организовать без того, чтобы не пойти в разрез с действующим законодательством.

А вот продумывая сервис онлайн-банкинга для физических лиц мы изучили мировой и украинский опыт, рынок СНГ. Некоторые неплохие наработки в этой теме были в Штатах, в Прибалтике, Норвегии, Польше. Также мы обнаружили массу идей и у клиентов, и у сотрудников банка.

В итоге мы пришли к выводу, что самый верный путь — создание собственной системы. Путем проб и ошибок несколько месяцев анализировали рынок на предмет того, какая компания сможет сделать это, совместив инновационность, техническое качество и дизайн. Определились с несколькими разработчиками, но могу сказать, что первый этап был достаточно сложным. Скоро мы сможем запустить базовый функционал. Инновационную часть пока вынуждены отправить на доработку. Мы планируем, что интернет-банкинг в том формате, к которому мы стремимся, появится через 4-5 месяцев.

Пока вы разрабатываете только банкинг для персональных компьютеров?

Мы делаем базовую платформу, которая должна работать на любых устройствах. Если у вас есть платформа, дизайн и

реализованная идеология, то сделать версии для iOS или Android — это вопрос двух месяцев. Наша цель — возможность обслуживания, используя любое устройство.

Что такое smart banking?

Это элемент нашей идеологии. Мы хотим стать для клиента больше, чем банком, — сервисной компанией, консультантом, партнером, наставником, достичь максимальной оперативности обслуживания, обеспечить удобство и легкость, внедрить инновационность и технологичность в работе, сформировать индивидуальный подход к каждому клиенту. Как следствие — клиенты от работы с банком получают позитивные эмоции и становятся более лояльными. Также наш банк будет формировать новые рыночные ниши (коворкинг, лаборатория инноваций, финансирование стартапов и венчурных проектов, франчайзинг и др.).

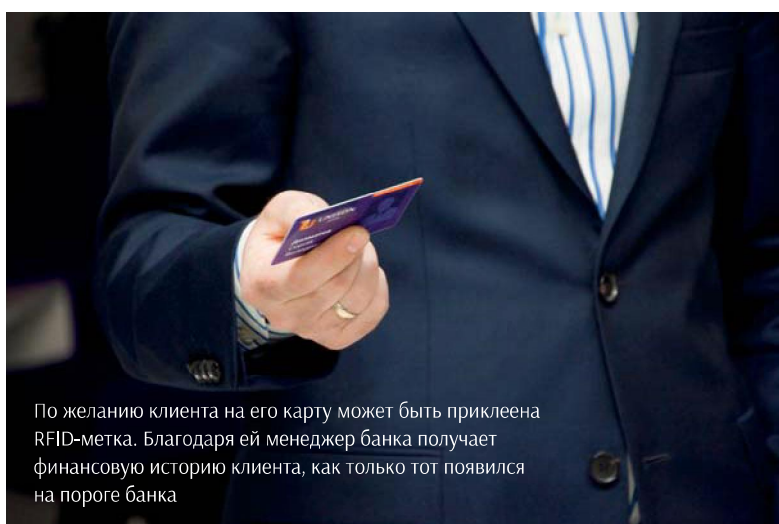
Обращаем внимание, что мы не хотим построить исключительно электронный банк, не бросаемся в крайности. Мы стараемся выбирать золотую середину между тем, что есть на текущий момент, и тем, что будет в перспективе. Мне очень нравится фраза, сказанная об Олеге Тинькове: «Он бежит не туда, где шайба, а туда, где она должна быть». Но все-таки для того, чтобы быть там, куда прилетит шайба, нужно как минимум находиться на хоккейной площадке, быть на коньках и держать в руках клюшку. Наша задача сейчас — выпустить основные базовые вещи. Можно мечтать о космосе: голографических девушках в отделениях или полностью удаленном банкинге. Но потребность в консультациях менеджера, в живом общении, в наличных деньгах —

Для нас наиболее приоритетные решения — те, которые позволяют максимально эффективно обслуживать наших клиентов без непосредственного контакта с банком

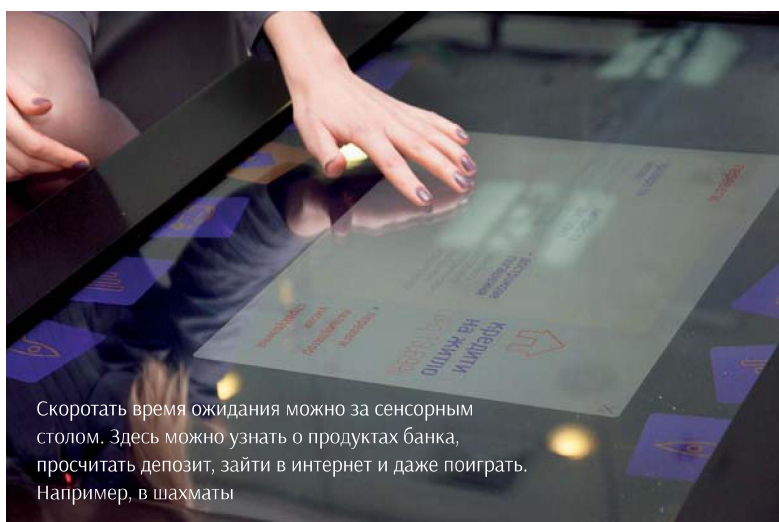


Инфостенд служит навигатором по банковским продуктам. В отделениях Unison Bank отказались от печатной рекламной продукции в пользу сенсорных инфостендов, панелей и проекций рекламы на стены. Кроме того, некоторые зоны оборудованы системой lock-sound

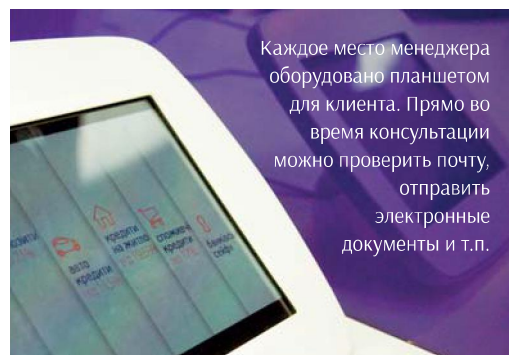
Сенсорный терминал для приема платежей



По желанию клиента на его карту может быть приклеена RFID-метка. Благодаря ей менеджер банка получает финансовую историю клиента, как только тот появился на пороге банка



Скоротать время ожидания можно за сенсорным столом. Здесь можно узнать о продуктах банка, просчитать депозит, зайти в интернет и даже поиграть. Например, в шахматы



Каждое место менеджера оборудовано планшетом для клиента. Прямо во время консультации можно проверить почту, отправить электронные документы и т.п.

никуда не делась. Ведь даже чтобы пополнить виртуальный кошелек, нужно сначала достать наличные деньги, через специальное устройство в виртуальный кошелек их погрузить, а потом кто-то из этого устройства деньги должен извлечь. Поэтому мы говорим о том, что наша задача — уметь удовлетворять любые текущие потребности клиентов и в то же время быть готовыми к развитию новых технологий работы по мере возникновения потребностей рынка.

Кто ваш клиент?

Как любая организация, мы выделяем для себя целевую аудиторию. Как подходит к этому большинство банков? Наиболее стандартные международные практики — делить по уровню достатка, возрастному и гендерному признакам на mass, affluent, upper affluent, VIP, private. Мы же разработали собственную концепцию целевой аудитории — Smart People. Это люди, которые активно пользуются современными гаджетами и получают информацию, главным образом, из сети интернет (в частности, из социальных медиа). Они, как правило, ведут здоровый образ жизни, занимаются спортом, много путешествуют, любят все новое, особенно в части технологий, в том числе бытовых... Вряд ли их привлекает хождение по рынкам, стояние в очередях. Пока мы работаем над этой концепцией и еще не знаем, сколько таких людей, потому что этот сегмент никем не выделен в чистом виде ни в каких статистических исследованиях. Мы приняли решение выбрать Smart People, так как считаем, что эта аудитория перспективна. Например, зная, что 8% людей пользуются интернетом, мы понимаем, что это 4 млн украинцев, проживающих в определенных городах,

имеющих хорошее интернет-покрытие. Много ли это? Даже если мы сможем заполучить 10% этой аудитории, то через пару лет у нас будет 400 тыс. хороших клиентов. В этом и есть принцип smart — мы стремимся внедрять что-то новое и не боимся экспериментировать. Тот аргумент, что никто этого не делает, для нас не работает, пока мы сами не проанализируем тот или иной постулат.

Технологичность невозможна без сильного бэк-офиса. Как вы его выстраиваете?

Совершенно верно. Если в целом IT-платформа банка мощная, с высокой способностью к межсистемным интеграциям, то банк работает намного эффективнее. Прежде всего, не должно быть «зоопарка» систем. Выстраивать IT-ландшафт нужно планомерно и продумано, максимально используя промышленные решения. Главное — организовать с помощью технологий эффективный поток обмена информацией, ее обработки, хранения и принятия на ее основе правильных и своевременных решений. Это первый принцип. А второй — бэк-офис должен быть централизован.

Какие программные решения вы используете?

Из АБС мы выбрали Б2. Это обусловлено тем, что в Украине достаточно сложное и не всегда стандартное банковское законодательство. Надо, чтобы система была адаптирована и быстро подстраивалась под изменения. Что касается остальных решений, мы работаем по большей части с мировыми лидерами. Нашими партнерами являются IBM, Oracle, Microsoft, Cisco, NCR... Это лидеры в своих отраслях.

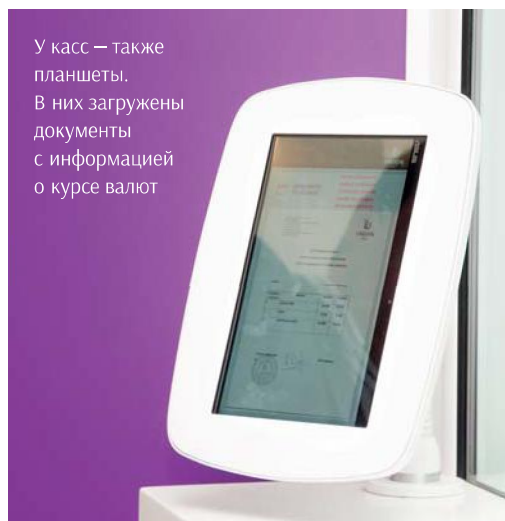
Мы разработали собственную концепцию целевой аудитории — Smart People. Это люди, которые активно пользуются современными гаджетами и получают информацию, главным образом, из сети интернет (в частности, из социальных медиа)



Если возникают вопросы, выходящие за рамки компетенции сотрудников отделения, можно по видеосвязи обратиться к эксперту из головного офиса, в онлайн-режиме просмотреть документы, внести правки, распечатать их и подписать, сэкономив время на дополнительные визиты



У касс — также планшеты. В них загружены документы с информацией о курсе валют



Суперсовременный интерактивный банкомат покрывает очень большой спектр операций. Примечательно, что он работает даже без наличия карты у клиента. Помимо стандартных операций позволяет рассчитываться целой пачкой денег без привязки к их номиналу, связываться с колл-центром, открывать депозиты и получать кредиты



Предусмотрена опция сканирования паспорта клиента

Из систем класса CRM мы выбрали Siebel. Мы много экспериментируем и помогаем нашим партнерам продвигать современные инновационные решения. Это взаимовыгодное сотрудничество.

Какая в целом у банка структура?

У нас четыре бизнеса: казначейство, корпоративный, который делится на крупный и МСБ, розница и служба инкассации. При этом одно из ключевых подразделений банка — департамент IT. Маркетинг на первоначальном этапе мы передавали на аутсорсинг, поскольку нам нужна была большая команда специалистов, которых не имеет смысла включать в штат. Подбирали хороших риск-менеджеров, которые должны были бы изначально правильно выстраивать систему риск-менеджмента. Мы считаем, что в будущем ключевыми профессиями в банковской сфере будут маркетологи, риск-менеджеры и IT-специалисты.

Технологичность бизнеса для нас — один из основных стратегических приоритетов. Поэтому инвестиции банка в IT составляют очень существенную сумму. Ключевые IT-проекты — внедрение CRM-системы, построение собственного процессингового центра, внедрение в отделениях системы видеоконференций, создание инновационного интернет-банкинга, контакт-центр и другие. Привлекаем только лучшие компании с мировым именем и используем лучшие технологии, оборудование и наработки.

Расскажите об отделениях и том, какую роль в них играют сотрудники.

Наш персонал — ключевой драйвер активного развития банка. Мы стараемся

привлекать таких сотрудников, которые разделяют ценности банка, ориентированы на инновационность, развитие и самосовершенствование. О том, насколько серьезно мы относимся к нашим сотрудникам, вы можете судить уже по тому, что мы, наверное, единственный в Украине банк, который в течение первых шести месяцев с момента старта создал собственный корпоративный университет. Все наши сотрудники выходят на работу после двухнедельного обучения.

Если говорить об отделениях, то сотрудники, безусловно, играют важную роль, поскольку пока не изобретены системы, способные функционировать без людей. Именно они являются продавцами, консультантами, которые помогают клиентам эффективно взаимодействовать с банком. В то же время мы старались отойти от привычного представления работы отделений, при котором человек приходит для проведения операций в кассе, а также работы с менеджером. Именно поэтому была создана lounge-зона, где любой клиент может просто отдохнуть. В ней у нас стоит сенсорный стол и другие интерактивные устройства.

Также хотелось бы отметить, что изменения коснулись и других аспектов функционирования отделения. Как только наш клиент переступает порог — менеджер уже знает его имя и фамилию (тут нам помогает технология RFID), в зоне 24/7 действует аудиодуш, который слышен только в конкретном пространстве. Также мы очень обеспокоены проблемой вырубки лесов, поэтому вместо печатной полиграфии используем планшеты и другие интерактивные средства передачи информации. И, поверьте, список фишек еще очень большой, поэтому лучше приходите к нам — и все увидите сами!

Мы считаем, что в будущем ключевыми профессиями в банковской сфере будут маркетологи, риск-менеджеры и IT-специалисты

