



**Terrasoft**

**Дмитрий РОВИНСКИЙ:**

Скачок банковской информатизации будет при массовом внедрении УЭК

Дмитрий Ровинский, Директор практики в финансовой отрасли компании Terrasoft, рассказал про тенденции на рынке банковской информатизации, в частности, о решениях для организации кредитного конвейера по обслуживанию физических и юридических лиц, а также об автоматизации операционного фронт-офиса.

**CNews: Как вы оцениваете динамику российского рынка банковской автоматизации в 2013 году?**

**Дмитрий Ровинский:** В 2013 году рынок активно развивался. Увеличилось количество заказов на автоматизацию фронт-офиса банка и построение специализированных банковских CRM-систем. Рост этого сегмента рынка в 2013 году, по нашим оценкам, составляет 20–25 %. С другой стороны, появились новые сильные ИТ-компании, что немного усилило конкуренцию и уменьшило стоимость ИТ-проектов для банков. Если говорить о Terrasoft, то мы растем быстрее рынка, во многом благодаря стремительному развитию банковских продуктов на новой платформе brm'online 7.x. Мы несколько лет инвестировали в развитие платформы, и теперь это дает результат.

**CNews: Какие тенденции на рынке банковской информатизации вы можете отметить в числе ключевых в 2013–2014 годах?**

**Дмитрий Ровинский:** Банковский бизнес стал более зрелым, уменьшились темпы роста, снизилась рентабельность, активизировалась деятельность регулятора. Это привело к появлению новых требований банковской информатизации.

Во-первых, банки начали переходить на клиенториентированные бизнес-модели. Если несколько лет назад банки проводили широкомасштабные кампании, получая большой приток продаж с помощью простых продуктов, то сейчас рынок ставит совсем другие задачи, и банки ориентируются на узкие, менее маржинальные сегменты. В этом ключе задачи CRM-систем: проводить многофакторную сегментацию клиентской базы, поддерживать для каждого сегмента свои динамически изменяемые субпродукты, автоматизировать бизнес-процессы «взрачивания», удержания и развития клиентов.

Во-вторых, банки пытаются снизить операционные издержки, постоянно модифицируя «конвейеры» по продаже банковских продуктов, что дает очень показательные результаты. Один из наших клиентов в результате перехода на кредитный конвейер bpm'online lending получил увеличение количества рассмотренных кредитных заявок на 25 %, а это снижает срок окупаемости решения до 10 месяцев.

В-третьих, развивается омниканальный банкинг. Еще два-три года назад банкам нужны были готовые ИТ-системы для онлайн-кредитования, системы для работы банковских агентов и автоматизации крупных контакт-центров в режиме 24/7. Сегодня перед вендорами стоит более сложная задача: управление опытом клиента, который в процессе взаимодействия с банком использует несколько каналов связи, от социальных сетей до точки продаж.

### **CNews: Кредитование — один из главных источников дохода банков. Как меняется спрос со стороны банков на решения типа кредитного конвейера?**

**Дмитрий Ровинский:** Спрос на решения кредитного конвейера стабильно высок. Важную долю розничного кредитования взяли на себя микрофинансовые организации (МФО), которые при выборе ИТ-системы обращают внимание на наличие готовых процессов payday-кредитования. Обычно автоматизация бизнес-процессов МФО занимает всего несколько недель. В банках обращают внимание на возможности анализа кредитного портфеля, эргономику интерфейса, наличие мощного конструктора бизнес-процессов.

### **CNews: Банкам какого масштаба деятельности интересны эти решения?**

**Дмитрий Ровинский:** Кредитные конвейеры востребованы в банках очень разного масштаба. Крупные банки, обрабатывающие более 10 000 кредитных заявок ежедневно, постоянно модифицируют кредитные конвейеры, заменяют устаревшие системы более технологичными. Часто для разных стадий процесса они используют разные инструменты: к примеру, одну систему — для работы клиентских менеджеров, а другую — для верификаторов, и так далее.



Очень интересен кредитный конвейер и небольшим банкам, с количеством заявок в несколько десятков или сотен в день. Такие банки выделяют один целевой, с точки зрения стратегии банка, кредитный продукт — например, ипотечное кредитование или автокредитование — приобретают готовое отраслевое решение, очень быстро (за пару месяцев) адаптируют его и интегрируют

в ИТ-инфраструктуру банка. После запуска целевого кредитного продукта в промышленную эксплуатацию банк добавляет в конвейер другие процессы.

### **SNews: Как правильно банку подойти к организации конвейера?**

**Дмитрий Ровинский:** Банк должен четко сформулировать количественные и качественные бизнес-цели конвейера: определить сегменты клиентов, целевые продукты, каналы продаж, предполагаемое количество заявок и политику риск-менеджмента. После этого можно приступать к выбору готового решения, которое дает возможность развивать конвейер силами бизнес-аналитиков банка, не прибегая к помощи ИТ-специалистов. Следующий этап — тестовая эксплуатация выбранного решения на пилотной группе пользователей, что поможет проверить эргономику интерфейса — система должна быть сверхудобной и простой, что обеспечит быстрый старт работы с ней. Параллельно банк отлаживает онлайн и офлайн (необходимы оба варианта) интеграцию с бэк-офисными системами. На этом этапе очень важно наличие у внедренца опыта работы и готовых коннекторов к конкретным системам.

После этого система запускается в промышленную эксплуатацию и полностью передается для развития и поддержки сотрудникам банка, которые прошли обучение данному продукту и получили сертификаты. И, конечно, нужно обеспечить бесперебойную работу конвейера 24/7 — для этого разработчик решения и внедренец должны предоставлять соответствующий уровень технической поддержки.

### **SNews: Принято считать, что кредитные конвейеры предназначены для обслуживания розничных клиентов. Существуют ли конвейеры для юридических лиц?**

**Дмитрий Ровинский:** Существуют, у нас очень много таких проектов. В этом контексте чаще используют термин «система КДО» (кредитного документооборота), она помогает автоматизировать процессы сбора необходимых документов юр. лица, параллельного

рассмотрения кредитного досье службами банка, а также предусматривает различные варианты кредитного комитета. После заключения договора запускаются бизнес-процессы сопровождения кредита.

### **CNews: Какую роль могут играть ИТ в привлечении корпоративных клиентов?**

**Дмитрий Ровинский:** Прежде всего, мы должны обеспечить очень удобный инструментарий анализа продаж менеджеру по работе с корпоративными клиентами. Важно понимать, что для привлечения юр. лиц крупного корпоративного сегмента и среднего бизнеса используются разные подходы. Специализированный продукт для ведения продаж юр. лицам позволяет менеджеру глубоко погружаться в каждую сделку, анализировать тактику продажи, мотивы влияющих на решение лиц (buyer influencers), угрозы и возможности в каждой сделке. Система должна подсказывать менеджеру оптимальные шаги на каждой стадии продажи: от определения потенциала до контрактации.

Для руководителя важно анализировать привлечение клиентов в различных разрезах, прежде всего с помощью воронки продаж. Кроме того, он может использовать ИТ-решение для анализа показателей деловой активности сотрудников и финансовых KPI's.

### **CNews: Какой должна быть современная система автоматизации операционного фронт-офиса банка?**

**Дмитрий Ровинский:** Операционный фронт-офис должен позволять сотруднику выполнить любую операцию клиента, не заходя в интерфейс АБС: открытие депозита, счета, денежный перевод и так далее. Использование в точках продаж современных фронт-офисных решений позволяет банку существенно сэкономить на лицензиях АБС, снизить требования к каналам связи. И самое главное — сотрудники банка будут быстрее и качественнее обслуживать клиентов, потому что фронт-офисные системы намного проще и удобнее в использовании по сравнению с АБС.

### **CNews: Какие новые тенденции в этой области вы наблюдаете?**

**Дмитрий Ровинский:** Есть потребность в готовом коробочном продукте, который позволил бы очень быстро внедрить в банке автоматизацию всех фронт-офисных процессов по активным и пассивным продуктам. Сложность задачи связана с тем, что практически всегда необходима настройка большого числа интеграций. В одном из наших проектов потребовалась интеграция фронт-офиса с 20 крупными системами банка, причем она была организована с каждой из систем без внедрения интеграционной шины. Сегодня

мы работаем над тем, чтобы предложить банкам готовый продукт, который содержит все необходимые процессы и интеграционные интерфейсы с большинством популярных систем, используемых в банковской инфраструктуре, для быстрой автоматизации фронт-офиса.

**CNews: Как будет развиваться в ближайшие два-три года российский рынок банковской информатизации? Какие тенденции, на ваш взгляд, будут доминировать?**

**Дмитрий Ровинский:** Если говорить о качественных изменениях, то следующий скачок произойдет при массовом внедрении УЭК (универсальных электронных карт) или аналогичных технологий, которые позволят банкам оформлять кредитные продукты полностью онлайн, без присутствия клиента в офисе. Когда технологии надежной онлайн-идентификации физических лиц станут популярны, банки полностью перейдут на омниканальную модель работы с клиентами.