



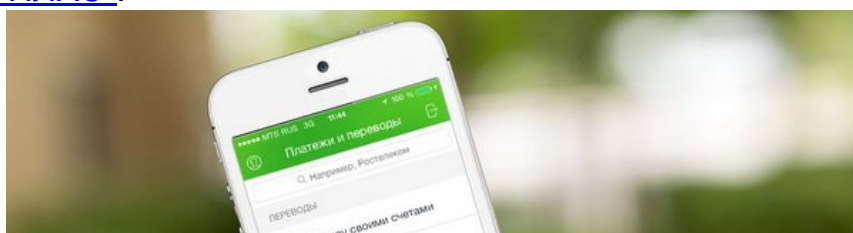
Зарегистрируйтесь, чтобы посмотреть, что нравится друзьям.



18.05.2016

Сбербанк: «мобильная революция» в банкинге уже произошла

О современных задачах мобильного банкинга, вопросах обеспечения безопасности и ключевых трендах банковской индустрии журнал «ПЛАС» беседует с Владимиром Стасевичем, руководителем сервисов Сбербанк Онлайн департамента «Банк XXI» Сбербанка. Итоги – в [майском номере журнала "ПЛАС"](#).



ПЛАС: В последние годы мобильный банкинг в России демонстрирует без преувеличения революционное развитие, став обязательным каналом розничного бизнеса практически любого банка. Какие изменения происходят сегодня в функционале и пользовательском интерфейсе приложений

мобильного банкинга? Какие тренды в этом плане представляются вам ключевыми?

В. Стасевич: Мы считаем, что «мобильная революция» в банкинге уже произошла. Свидетельством тому может выступать и статистика Сбербанка: сегодня порядка 13 млн наших клиентов являются пользователями мобильных приложений Сбербанк Онлайн. Учитывая, что еще каких-нибудь два года назад эта цифра была почти в 7 раз ниже, для нас это по-настоящему революционная перемена. При этом показатель продолжает увеличиваться – еще через год года мы ожидаем достигнуть отметки в 18 млн пользователей мобильных приложений.

Что касается ключевых трендов, то уже сам по себе мобильный банкинг – один из важнейших трендов современного банкинга в целом. Во-первых, в результате глобальной технологической революции, когда персональные устройства коммуникации стали неотъемлемым спутником большинства потребителей, взаимодействие с пользователем банковских услуг все сильнее мигрирует в мобильный канал. Эта тенденция набирает обороты. По данным ресурса Омнибуса GfK, за 2015 год количество людей, пользующихся интернетом со смартфонов, выросло в два раза – и теперь это почти 40% взрослых россиян.

Во-вторых, те потребности, которые есть у розничных потребителей финансовых услуг, начинают закрывать не только банки, но и целый ряд небанковских игроков, включая операторов мобильной связи, различного рода digital-стартапов, которые еще несколько лет назад, казалось бы, вообще не имели прямого отношения к данному сегменту. В этой отрасли с каждым годом появляется все больше новых игроков, и взаимоотношения, которые складываются между ними и банками, зачастую далеки от консолидации.

Очевидно, что на этом фоне банкам нужно оставаться конкурентоспособными и находить адекватные ответы вызовам времени. Для этого они используют свои преимущества перед другими бизнесами: сформировавшаяся аудитория, многовековой опыт работы с денежными средствами, экспертиза в безопасности и т. д.

Именно здесь позиции банков особенно сильны, и сегодня каждый из них решает для себя стратегический вопрос, как на основе этих факторов предлагать современному массовому потребителю конкурентоспособные услуги. Привычки пользователей меняются, и мы должны за ними поспевать. На мой взгляд, это самая главная задача, которая сегодня стоит перед всем банковским сообществом.

ПЛАС: *Чем, на ваш взгляд, обусловлена тенденция, что мобильное приложение Сбербанка догоняет по числу пользователей интернет-канал? Какие факторы в целом заставляют клиентов переходить с интернета-банка на мобильные приложения?* Таким образом, ключевыми конкурентными преимуществами банков сегодня являются уже не только процентные ставки по вкладам или кредитам, но и удобство, эффективность предлагаемых сценариев, быстрота доступа к услугам, прозрачность и простота сервисов. И сегодняшняя «гонка вооружений» в этой составляющей мобильного банкинга обусловлена в первую очередь тем, что все понимают: именно для мобильной среды процентная ставка уже значит меньше, чем все перечисленные конкурентные преимущества.

В. Стасевич: Как показывает практика, мобильным приложением клиенты пользуются намного чаще, чем интернет-банком. Так, средний пользователь заходит в веб-версию Сбербанка Онлайн три раза в месяц, а мобильное

скачивает в две недели. Средний клиент открывает приложение в три раза чаще, а мобильное приложение запускает в четыре раза чаще. Поэтому мы в первую очередь стремимся наращивать функционал мобильного банкинга.

В 2015 году у нас состоялось сразу несколько запусков проектов в этой области.

Так, в направлении переводов мы внедрили Умную адресную книгу, которая позволяет пользователям сервиса перед совершением P2P-перевода определять, является ли получатель клиентом Сбербанка. Также мы реализовали услугу перевода по номеру карты получателя в любой банк РФ. В 2015 году мы провели серьезную работу по оптимизации шаблонов – теперь любой платеж вы можете сохранить в качестве шаблона, отредактировать и затем повторить – больше не нужно повторно вводить данные получателя. Точно так же любой платеж вы можете сохранить в своем личном кабинете как автоплатеж. Обе функции получают обновление и в 2016 году.

В 2015 году наше приложение стало более персональным и эмоциональным. Например, теперь каждый пользователь может загрузить в профиле аватар – фотографию, которую увидят друзья. При всей своей простоте эта социальная составляющая оказалась очень важна для наших клиентов и сделала использование приложения приятнее. Развивая эмоциональную составляющую приложения, мы также запустили функцию персонального приветствия при каждом запуске приложения. Пользователь может сам выбрать обращение для такого приветствия или установить собственное изображение для экрана загрузки. Именно такие эмоциональные моменты очень привязывают человека к продукту, и мы обязательно будем продолжать развиваться в этом направлении.

В конце 2015 мы значительно упростили регистрацию в приложении и представили обновленный дизайн в стиле Material для пользователей Android. Эти изменения, судя по отзывам пользователей магазинов приложений, оказались полезными и удобными для клиентов.

Одно из самых свежих обновлений – функция запросов. С помощью нее пользователи могут быстро организовать сбор средств на совместный подарок или на путешествие. Все адресаты получают уведомления и увидят запрос в специальном разделе приложения. Мы приглашаем пользователей тестировать эту функцию и делиться своими впечатлениями.

Что же касается платежей, то здесь у Сбербанка также будут появляться новые возможности, в том числе – добавляться новые поставщики услуг вкаталог. В результате Сбербанк Онлайн становится своего рода маркетплейсом, где предлагается все больше разнообразных товаров и сервисов. В Сбербанке обслуживается более 1 млн юридических лиц и, базируясь на этом активе, мы развиваем взаимодействие с ними, в том числе и в плане предложений для розничных клиентов.

[Читать далее >>>](#)

По материалам PLUSworld.ru

