



Цифровизация финансовых услуг: каждому – персональный банк

Для успешной конкуренции банки и страховые компании сегодня должны предложить своим клиентам что-то большее, чем просто хорошие продукты по привлекательным ценам. «Мы должны решать реальные проблемы наших клиентов, – говорит Саймон Блиссетт (Simon Blissett), руководитель подразделения финансовых услуг Cisco в регионе EMEAR, – и в этом нам поможет цифровизация».

Выбор и покупка первого автомобиля, поступление в университет, открытие накопительного счета, все это – важные моменты жизни, которые не хотелось бы омрачать излишней бюрократией и суетой. Это и приятные хлопоты – когда покупаешь дом или квартиру, и печальные обстоятельства – когда нужно закрыть счет близкого человека, которого уже нет.

Во всем этом банк берет тяжелую, рутинную работу на себя: собирает о вас информацию, анализирует ее средствами аналитики больших данных, чтобы предложить то, что вам действительно нужно. Банк всегда готов подсказать, что следует сделать, и всегда делает максимум возможного, причем автоматически, например, заполняет бланки заявлений или вообще устраняет необходимость в них.

За этим будущее банковского дела. Только так банки смогут:

- **Выделиться из толпы безликих «поставщиков банковских услуг»** Наибольшую долю рынка займут те, кто завоюет сердца своих клиентов.
- **Победить стартапы на их собственном поле** Мы [опросили 7200 клиентов](#), и 43 % ответили, что банк не понимает их потребностей. В других отраслях этим уже воспользовались Uber и Airbnb. Мы видим, что этот процесс уже начинается и в банковской сфере, например, появились приложения Apple Pay и Splitwise. И если банки не упустят эту возможность, клиенты пойдут за ними.
- **Заинтересовать все поколения** И в 25, и в 55 хочется, чтобы все было просто, легко и понятно. Дело не в возрасте, дело в простоте использования, удобстве и актуальности. Человеческую природу не изменить, людям свойственно выбирать путь наименьшего сопротивления. Если человек захочет изменить что-то, он освоит новые технологии.

Если банки проанализируют все данные, которые у них есть на их клиентов, разработают персонализированные предложения и услуги, то не останутся в проигрыше. Несомненно, это крупные вложения ради не слишком большой прибыли, но преимущества все равно перевешивают затраты. Банки смогут расширить сферу своей деятельности, одновременно сократив расходы в других областях, например на обслуживание клиентов: чем удобнее и понятнее будет получать банковские услуги, тем меньше людей будут обращаться в службу поддержки и дополнительные офисы. Помогая клиентам, банки могут оптимизировать и собственные бизнес-процессы.

Все вышесказанное относится не только к физическим, но и к юридическим лицам. Представьте себе: банк подбирает для компании-заказчика оптимальный пакет страховых услуг и заключает от имени заказчика договор со страховой компанией.

Как перейти на такую модель?

Изменить образ мышления

Покупая новую квартиру, вы начинаете не с ипотеки – сначала вы изучаете рынок, ездите всей семьей смотреть отобранные варианты. Приезжая на место, видите двор и подъезд, поднимаетесь в квартиру и, наконец, останавливаетесь на том, что понравилось больше. А затем приходит пора взвесить все за и против, понять, выдержит ли семейный бюджет эту нагрузку. Может ли банк помочь во всем этом? Упростить сам процесс, сделать все более удобным, актуальным, подходящим лично вам?

Да. Но чтобы этого добиться, придется еще теснее сотрудничать с другими компаниями. Чтобы предлагать действительно нужные и своевременные услуги, подходящие каждому клиенту, придется стать частью целой экосистемы. Будут нужны открытые API-интерфейсы, данные от других компаний и инфраструктура, способная связать все воедино. Предположим, что клиент банка стал жертвой квартирной кражи. Чтобы он смог получить страховое возмещение, нужно помочь ему связаться с помощью планшета или смартфона со страховщиком и оценщиком, а затем – с магазинами, чтобы по-возможности сразу же заменить украденные вещи.

В одиночку банк с этим не справится – нужно научиться думать о том, какой информацией можно поделиться и как сотрудничать с другими компаниями.

Но изменить нужно не только подход банка, клиентам тоже придется научиться мыслить по-новому. Новые услуги – это, конечно, хорошо, но если клиенты в них не разбираются, много ли от них толку? Нужно изначально задумываться о поддержке пользователей, в чем могут пригодиться и видеосвязь, и совместный доступ к экрану, и онлайн-поддержка.



Решить, что делать с данными клиентов

На вашем смартфоне всплывает уведомление: пришла электронная почта, или обновилось какое-то приложение. Как вы на это реагируете? Если это уведомление с полезной информацией, мы принимаем это к сведению.

Мы готовы делиться информацией о себе, когда уверены, что это в наших интересах и для нашего блага. Если же наши данные используются в чужих интересах — это нас раздражает.

Главное в использовании данных клиентов — правильным образом собрать их и изучить, чтобы своевременно предоставить релевантные услуги с учетом индивидуальных потребностей клиента, быть рядом с клиентом, когда он в этом нуждается.

Проверить идеи на практике

Чем больше команда, тем лучше получится испытать и отладить все новое. Можно пойти проверенным путем — собрать небольшую, специализированную группу, которая сможет найти и устранить недостатки приложения или услуги, как это обычно делается при проектировании, разработке и испытании нового продукта, силами ли самой компании, или наемных специалистов. А можно попробовать краудсорсинг, задействовав все ресурсы сообщества, для проектирования, разработки и тестирования, и новый продукт пройдет гораздо более строгий отбор, и будет разработан намного быстрее.

Обеспечить комплексную безопасность

Когда API-интерфейсы — открытые, а число конечных устройств постоянно растет, растет и риск кибератак. Сегодня можно не сомневаться: вашу систему взломают, даже без учета этих дополнительных рисков. Избежать этого не удастся. Зная об этом, нужно добиться того, чтобы тот, кто пройдет уровень защиты, не смог причинить ущерб, а вы смогли бы его на этом поймать.

Разрушить планы злоумышленников позволит трезвая оценка и четкое планирование того, что происходит до, во время и после атаки. Пока вторжение не зафиксировано, применяйте комплексные средства анализа угроз, чтобы знать, от чего защищаться, и ведите учет сетевого трафика, чтобы, когда что-то произойдет, знать что именно случилось, где и с кем. Во время: анализируйте текущую ситуацию в сети, выявляйте аномалии — тогда, если случится что-то подозрительное, вы непременно об этом узнаете. После: определите, где произошло вторжение, изолируйте очаг и устраните его.

К кому обратиться за помощью?

Один в поле не воин. Cisco гордится тем, как мы помогаем найти друг друга людям, вещам и данным — наши клиенты на этом зарабатывают деньги, снижают затраты и ограждают себя и вас от неприятностей.

Так что если вы хотите перейти «от аналогового к цифровому», стать частью экосистемы и эффективно сотрудничать со своими партнерами, мы найдем, что вам предложить.

Более подробно об эффективности использования цифровых технологий на рынке финансовых услуг можно узнать из официального документа: http://cs.co/loE_FS_whitepaper