

## САБ SRBank5

### как механизм реализации продуктовой политики банка



Банки, нацеленные на успех, заинтересованы в создании новых продуктов и услуг в диктуемом рынком темпе. Динамика их появления на рынке является эффективным инструментом поддержания конкурентоспособности. Также очевидно, что функционально идентичные системы, работающие в разных банках, не обеспечивают конкурентных преимуществ. Использование АБС SRBank5 дает возможность банкам конкурировать на рынке путем выпуска индивидуальных продуктов с высокой скоростью внедрения, простотой обучения персонала и минимальной стоимостью внедрения.

О том, как это работает, «Банкиру» рассказывает Сергей ПЕЧКОВСКИЙ, директор ИТ-компании «Софт Ревю», которая стала победителем I Всеукраинского конкурса «Профессиональная премия в сфере банковских технологий, оборудования и услуг – 2010» в номинации «Лучшее продуктовое решение для банковского бизнеса».

**Б** Сергей Николаевич, по Вашему мнению, какие тенденции развития продуктовой специализации присущи украинским банкам?

— Сегодня наиболее ярко представлены две тенденции: строительство финансовых супермаркетов с развитой сетью присутствия банка и создание узкоспециализированных финансовых учреждений, ориентированных на реализацию потребностей конкретных групп клиентов, среди них также небольшие игроки, традиционно работающие в корпоративном секторе и обслуживающие интересы определенных структур, под которые они создавались.

С одной стороны, практически все крупные игроки банковского рынка в настоящее время движутся в сторону универсализации своих услуг, реализуя функции финансового супермаркета. С другой — уже сейчас происходит некая специализация банков, в которой я отметил бы следующие тенденции. Первая — это более четкая специ-

ализация целевой рыночной аудитории, т. е. уход от комплексных решений в более узкий продуктовый ряд, вторая — это миграция банков из одного продуктового ряда в другой при переориентации на иную категорию клиентов.

**Б** Насколько актуально для банков развитие продуктоориентированного подхода?

— В настоящее время наиболее успешно функционирующие банки уже начали перестраивать свои системы финансового менеджмента и переходить от оценки деятельности банка исключительно с точки зрения ресурсов, законодательных и надзорных требований к оценке своих бизнес-линий и продуктов.

В связи с этим очень важно правильно построить продуктовую вертикаль, которая начинается от продавца и заканчивается технологическим подразделением банка, которое непосредственно готовит и выпускает продукты на рынок.

Для реализации такой политики требуется единый сквозной технологический конвейер создания и сопровождения банковских операций, который должен присутствовать в САБ.

**Б** Что необходимо для построения эффективной продуктовой «фабрики»?

— Прежде всего, собрав и проанализировав информацию о клиентах, нужно сегментировать клиентскую базу, чтобы правильно построить стратегию работы с каждой категорией отдельно. Кроме того, необходимо сегментировать продуктовый портфель банка, чтобы понять, что именно приносит банку основную прибыль, какие продукты убыточны и их стоит вывести из портфеля. Учитывая полученные данные и анализируя продукты конкурентов, можно спрогнозировать возможные варианты развития как каждого отдельного продукта, так и сочетания продуктов. Бывает, что именно «коктейль» из нескольких продуктов,

которые обычно продаются по отдельности, позволяет банку предложить тот «правильный» продукт, который принесет прибыль. Также стоит обратить внимание на продажу сопутствующих продуктов, таких, например, как продукты страховых компаний, ломбардные продукты.

**Б** *Многие банки имеют целый ряд продуктовых приложений и часто от разных поставщиков. Насколько такое решение оптимально?*

— Мое мнение, что все зависит от качества интеграции каждой конкретной системы в основной комплекс САБ, поскольку от этого во многом зависит целостность данных, скорость и качество формирования статистической и управленческой отчетности, анализ рисков, маршрутизация и контроль выполнения операций. САБ должна иметь единый внутренний стандарт для интеграции с подобными решениями. Для этих целей при проектировании единого продуктового ядра мы использовали идеологию сервисноориентированной архитектуры (SOA). Интеграция с любой системой должна быть выполнена не как поставка отдельного функционирующего приложения со своим механизмом настроек продуктов и сложным интерфейсом взаимодействия с САБ, а не более как «витрина», лучше в WEB-браузерной реализации, с возможностью выполнения и отображения тех операций, которые централизованно настроены в продуктивном модуле Back Office основной системы.

**Б** *Расскажите о Вашем подходе в реализации «фабрики» банковских продуктов.*

— Учитывая 16-летний опыт взаимодействия с банками в сфере создания и развития индивидуальной версии программного продукта, акцент с разработки мы перенесли на настройку и возможность делегирования функций разработчика технологическому соответствующего банка. В основе системы SRBank5 лежит технологическое ядро, которое является своеобразным скелетом для продуктовых систем, окружающих его. Все модули интегрированы друг с другом. В ходе определения продукта технолог может задать все ключевые элементы жизненного цикла продукта:

- генерируемые бухгалтерские проводки (схема бухгалтерского учета);
- настройка автоматического открытия счетов и простановки статпараметров;
- маршрутизация и контроль;
- дополнительная параметризация;
- автоматизация расчета процентов и комиссий (определение стадий их обработки);
- настройка различных видов графиков начислений;
- сообщения, извещения и подтверждения клиентам и пользователям;
- настройки цепочек операций;
- введение в базовые настройки продукта собственной бизнес-логики банка;
- ограничения продукта (проверки и контроль).

Наше решение предлагается в архитектуре Open System, что позволяет банку быть независимым от поставщика САБ в выборе партнеров для настройки продуктовой линейки. Банк может делать эти настройки самостоятельно либо привлекать нас как разработчиков данной системы, а также на свое усмотрение привлекать другие компании, занимающиеся поддержкой технологических схем банка на условиях аутсорсинга.

**Б** *Продукты некоторых банков, особенно кредитные, которые предлагаются на рынке, являются достаточно сложными. Как сделать их ближе к потребителю?*

— Сейчас основная задача банков — предложить по каждому виду своей деятельности для определенных групп клиентов небольшое количество специализированных продуктов, обладающих яркими, понятными клиенту свойствами. В первую очередь, требуется специализация розничных банковских продуктов и корпоративных продуктов для среднего и малого бизнеса — по целевым аудиториям. По моему мнению, в краткосрочной перспективе такой подход, ориентированный на узкоспециализированные продукты, даст более быструю отдачу.

**Б** *Каким Вы видите развитие продуктового направления для физических лиц?*

— Банковская розница по-прежнему остается чрезвычайно актуальным направлением банковского бизнеса. ИТ-решения для финансовой розницы должны обеспечивать минимизацию затрат на обслуживание розничного клиента при обеспечении конкурентного качества услуг на уровне, близком к тому, который предлагается для корпоративных клиентов. Это означает построение эффективных и взаимовыгодных

каналов взаимодействия, максимальные возможности для самостоятельных действий клиента, а также все ту же эффективную «фабрику продуктов» в обслуживающей системе.

**Б** *Ваши планы по дальнейшему развитию системы?*

— «Софт Ревю» — это поставщик комплексного решения, объединяющего в себе все основные бизнес-модули, необходимые для работы банка. В области наших ключевых компетенций — решения для корпоративного обслуживания, автоматизация розничного бизнеса, управление хозяйственной деятельностью и управленческой отчетностью.

Мы вышли на рынок решений для автоматизации фронт-офиса и намерены энергично развивать это направление. Мы работаем над созданием «единого окна» для выполнения таких операций, как денежные переводы, операции по депозитам, неторговые операции, прием коммунальных платежей и т. д.

В области аналитических систем нами разработаны такие комплексы задач, как аналитический блок CRM, система лояльности, СУП — система мотивации сотрудников банка и управления продажами.

Мы выражаем признательность организаторам конкурса за высокую оценку работы компании «Софт Ревю», а также благодарим наших партнеров за оказанное взаимодействие в решении поставленных задач. ■



**Софт Ревю**

Украина, 03680, г. Киев, бульв. Лепсе, 8

Тел.: 0 (44) 454-11-14, 454-11-16

Факс 0 (44) 455-25-74

E-mail: support@soft-review.kiev.ua

Http://www.softreview.kiev.ua