

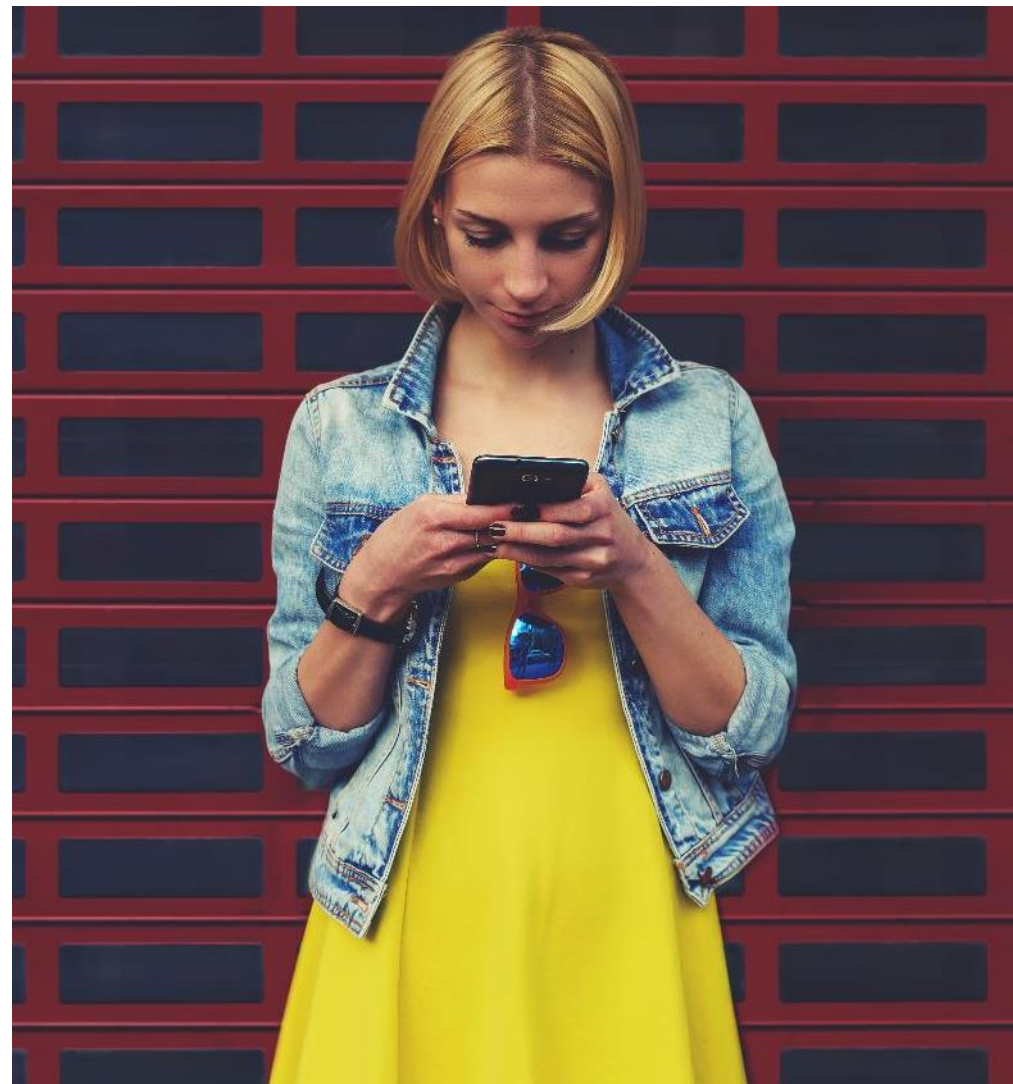


Мобильный банкинг на смартфонах

Обзор мобильных приложений
казахстанских банков в 2016 году

Содержание

- Вступительное слово **4**
- Ключевые выводы **5**
- Обзор наиболее передовых мировых практик **6**
- Лидеры казахстанского рынка мобильного банкинга **9**
- Методика исследования **11**
- Обслуживание в отделениях казахстанских банков **12**
- Мобильный бандинг – катализатор повышения эффективности банка **15**
- Контактная информация **17**



С каждым годом розничный бизнес в банковском секторе всё больше фокусируется на развитии и постоянном улучшении качества обслуживания клиентов. Уровень зрелости приложений казахстанских банков растёт вслед за повышенным интересом клиентов к этому каналу обслуживания, поскольку всё больше пользователей положительно оценивают возможности мобильных приложений.

Вступительное слово

С начала 2016 года отголоски недавней девальвации все еще оказывали негативное влияние на деятельность банков. Низкая доступность возможностей рефинансирования, высокая базовая ставка Национального Банка, долларовая нагрузка на депозитный портфель и ухудшение качества розничного портфеля заставили банкиров пересмотреть как стратегии развития, так и элементы операционных моделей. Стремление снизить операционные расходы на содержание сети и персонал, а также понимание важности увеличения лояльности клиентов заставляет банкиров по-новому взглянуть на дистанционные каналы обслуживания, в частности, на мобильные приложения.

По состоянию на 1 июля 2016 г. из 35 казахстанских банков второго уровня только у 15 имелись свои мобильные банковские приложения. С помощью мобильного банкинга, путем использования мобильных приложений клиент может дистанционно получить доступ к своим счетам и осуществить банковские операции без посещения отделений банков. В Казахстане первые банковские приложения для смартфонов появились в 2011 году. С того момента многие банки проводят активную политику перевода клиентов на обслуживание через цифровые каналы, и они уже могут видеть ее первые результаты: использование клиентами каналов дистанционного обслуживания значительно увеличилось, что помогло банкам увеличить доходность и сократить затраты. Вместе с тем, клиенты используют все большее количество различных приложений и начинают предъявлять повышенные требования к своим банкам. Мы думаем, что количество таких пользователей и объем проводимых ими операций с помощью мобильных приложений будут только расти в будущем.

Следует обратить особое внимание на развитие мобильных финансовых услуг в Казахстане. Местные мобильные операторы, имея необходимую клиентскую базу и опираясь на относительно либеральное законодательство, в силах предлагать пользователям проведение базовых операций по переводам и платежам единицами времени прямо с их баланса мобильной связи.

Мы рады представить вам первый выпуск обзора приложений казахстанских банков для смартфонов. Для данного анализа мы использовали специально созданную методологию, которая дает беспристрастную оценку отобранным мобильным банковским приложениям.

Настоящий обзор проводился **с 14 по 30 июня 2016 г.** За счет развития мобильных технологий наряду с расширением списка услуг для клиентов банки постоянно обновляют функциональные возможности своих мобильных приложений. Поэтому данный обзор может не отражать текущее состояние мобильных банковских приложений.

Данное исследование будет полезным как для банков, имеющих передовые мобильные приложения, так и для банков, которые еще не ставят развитие дистанционных каналов обслуживания во главу своих приоритетов, но желают познакомиться поближе с текущим развитием мобильных приложений банков второго уровня в Казахстане.

Кристофер Армитаж

Партнер

Глава департамента консалтинга
компании «Делойт» в Казахстане

Ключевые выводы

Клиенты банков не часто пользуются различными банковскими приложениями и не сравнивают их при личной оценке. Мы же провели выборочный экспертный обзор 8 мобильных банковских приложений, следовательно, профессиональная оценка несколько разнится с пользовательской.

Инновационным лидером оказался Homebank от Казкоммерцбанка, тогда как в области геймификации лидерство присвоено B1NK от Capital Bank Kazakhstan. По уровню удобства использования мобильных банковских приложений лидерами оказались Сбербанк, Народный Банк и Банк Астаны.

В настоящем исследовании были рассмотрены приложения Altyn-i и B1NK как примеры приложений розничных банков нового поколения. Следует отметить, что лидирующие приложения крупнейших банков не уступают им с точки зрения функционала и пользовательского интерфейса.

Наличие продвинутого мобильного приложения является важным условием для выбора банка потребителями. Такие банки не только разрабатывают приложения с превосходным пользовательским интерфейсом и обширным функционалом, но и обладают операционной моделью, способной быстро и точно осуществлять клиентские операции.

Лидеры рынка активно представляют продвинутые функции. Например, Сбербанк позволяет осуществлять переводные операции, имея лишь номер телефона получателя. Народный Банк предлагает пользователям возможность при оплате сотовой связи выбирать номер для оплаты из телефонной книги.

Однако следует отметить, что некоторые банки могут преследовать немного иные цели при развитии и продвижении своих мобильных банковских приложений. Так, например, Казкоммерцбанк, кроме стандартных услуг, активно развивает разнонаправленные мобильные приложения: KazkomPay для бесконтактных платежей с помощью смартфона. Capital Bank Kazakhstan запустил новый канал обслуживания – мессенджер-банкинг, который при помощи бота позволяет клиентам управлять своими финансами.

Банкиры вовлекают пользователей в более активное использование приложений и пытаются создать эмоциональную вовлеченность. Мы полагаем, что банковские приложения будут становиться всё менее консервативными.

Банки всё больше начинают использовать уникальные возможности смартфонов. Несколько казахстанских банков используют отпечаток пальца для входа в приложение как биометрическую аутентификацию. Всё большее развитие получает использование геолокационных возможностей, пользователи могут видеть ближайшие отделения или банкоматы на карте города.

Глобальные тенденции развития банковских мобильных приложений показывают, что ведущие банки уделяют всё больше внимания полномасштабному использованию биометрических данных, используя не только отпечатки пальцев, но и более продвинутые технологии, включая голосовую идентификацию, сердечный ритм, а также используют данные о предыдущем опыте клиента для максимальной персонализации приложения.

Обзор наиболее передовых мировых практик

Мировые тенденции развития мобильного банкинга



Платежи



Сканирование номера карты с помощью камеры смартфона позволяет клиентам банка автоматически заполнить данные по карте



Денежные переводы по коду QR (quick response – быстрый отклик) позволяют клиентам банка автоматически заполнить данные получателя



Платежи по фотографии платежного поручения или выставленного счета, а также заполнение информации в электронном формате по сканированному коду



Расширенное использование биометрических данных



Проверка личности клиента с помощью распознавания лица и голоса



Использование сердечного ритма клиента для входа в приложение



Финансовое планирование



Прогнозирующий инструмент для определения будущих расходов на основе истории расходов и индивидуальных особенностей клиента

Казахстанские банки быстро осваивают глобальные тенденции, тем не менее, как правило, российские и международные банки находятся на шаг впереди в создании максимально удобных, функциональных мобильных приложений.

В данном исследовании мы выделили ключевые мировые тренды и соответствующие им практики, в настоящий момент не представленные на казахстанском рынке.

Мировые тенденции развития мобильного банкинга (продолжение)



Персонализация



Поиск по ключевым словам, а также возможность использования различных фильтров для быстрого поиска транзакций



BARCLAYS

Полная кастомизация функций приложения, например, возможность добавлять и убирать функции из "магазина опций"



Персонафицированные рекомендации для пользователей, например, предложение кредита клиенту с критически низким балансом



Продажи



BARCLAYS

Интегрированный кредитный калькулятор



LLOYDS BANK

Графики для сравнения и выбора банковской продукции

Лидеры казахстанского рынка мобильного банкинга

Лидирующие мобильные приложения казахстанских банков



Удобство использования



Приложение является лидером рейтинга по удобству использования за счет наиболее широкого функционала и удобного пользовательского интерфейса. Помимо распространенных функций, присутствует демо-версия, а также элементы PFM (структура баланса, расходов).



Функционал приложения является одним из самых продвинутых на рынке. Удобный и простой интерфейс приложения позволяет без труда пользоваться основными услугами. Присутствует возможность оплачивать услуги мобильной связи по номеру из телефонной книги пользователя.



Приложение сохраняет свою высокую позицию за счет удобства использования; отличительной особенностью является ненавязчивое информирование клиента об актуальных услугах и акциях банка на стартовой странице приложения. Тем не менее, отсутствует ряд дополнительных услуг, используемых лидирующими банками (в частности, определенные операции по карте).



Инновации



Стратегия развития мобильного приложения банка предполагает ориентир на инновации и качественное обслуживание клиентов. Имеются ряд инновационных и прорывных решений, например, приложение KazkomPay – сервис бесконтактной оплаты с помощью смартфона; развитие Kazkomlab – акселератор для стартап-проектов в области финансовых институтов. Поэтому мы признаем усилия Казкоммерцбанка по внедрению инновационных функций и развитию удобства пользования мобильным приложением успешными.



Геймификация



Приложение B1NK от Capital Bank Kazakhstan с целью привлечения клиентов и повышения их вовлеченности при управлении своими финансами применяет элементы геймификации. Приложение имеет мессенджер-банкинг бота, который позволяет клиентам управлять своими финансами, отправляя сообщения прямо в банк.

По состоянию на июль 2016 года мы выделяем постоянные целенаправленные усилия банков-лидеров по развитию приложений; они направлены как на изменение функциональности, так и на совершенствование пользовательского интерфейса. Банки занимаются разработкой приложений на постоянной основе и одними из первых на казахстанском рынке реализуют новые функции.

Евразийский Банк, Altyn Bank и ForteBank не оказались среди лидеров и замыкают наш обзор мобильных приложений.

Методика исследования

Целью настоящего исследования было изучение текущей казахстанской практики в области реализации функций мобильного банкинга. Мы проводили тестирование как **новые клиенты** выбранных мобильных банковских приложений для смартфонов или планшетов, функционирующих **на ОС iOS**.

В рамках данного исследования мы проанализировали 8 мобильных приложений казахстанских банков. Большая часть выборки была выборочно сформирована несколькими крупнейшими банками по совокупным активам (по состоянию на июнь 2016 года), остальные участники рейтинга являются активными игроками рынка мобильного банкинга.

В каждом приложении были произведены следующие пошаговые банковские операции: открыт новый дебетовый счет с последующим зачислением денежных средств, выпущена карта и подключен доступ к мобильному банку. Тестирование приложений начиналось с момента получения счета/карты (Рис.1).

В ходе тестирования мы провели анализ более 50 параметров мобильного банка, сгруппированных в шесть блоков:

1) Общая информация и подключение, 2) Удобство использования, 3) Платежи и переводы, 4) Депозиты и дебетовые карты, 5) Дополнительные возможности и 6) Безопасность. По каждому параметру экспертным путем были определены оценки от 1 до 4 в зависимости от уровня зрелости приложения: «отсутствует», «базовый», «продвинутый» и «лучшая практика».

Для подсчета финальной оценки мобильного приложения мы использовали двухуровневую систему взвешивания показателей. Сначала в рамках каждого блока параметры были взвешены в зависимости от их важности для клиентов. После этого мы определили важность каждого блока для присвоения финального рейтинга.

При описании мобильных приложений в разделе «Сравнительный анализ мобильных приложений» мы графически отображали оценки по каждому из шести блоков следующим образом:



Результатом настоящего исследования стала оценка технического и функционального уровня развития приложения по каждому параметру. Проведенный анализ позволит банкам, мобильные приложения которых были протестированы в настоящем исследовании, определить области для оптимизации этого канала дистанционного банковского обслуживания.

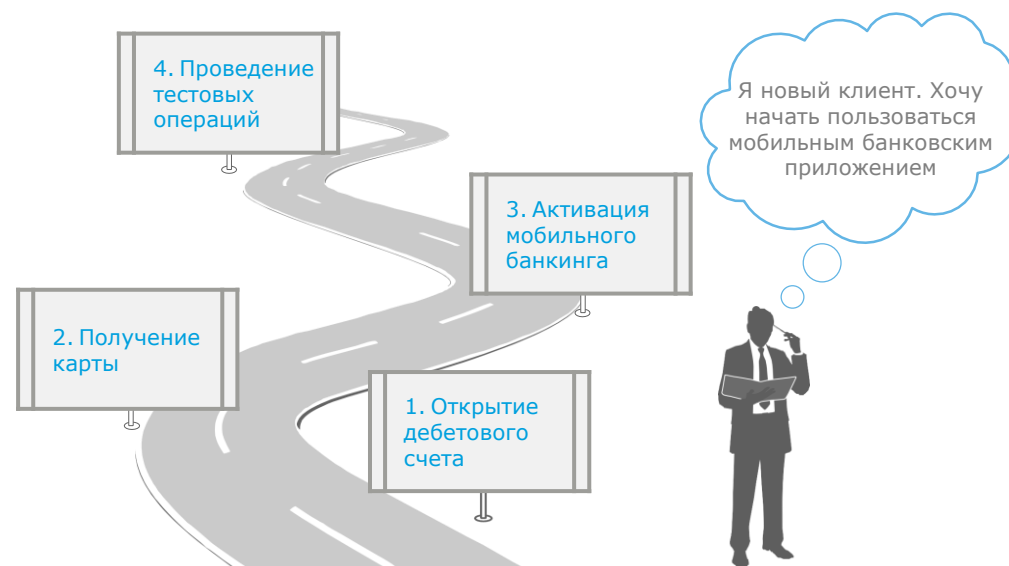


Рис.1. Пошаговые этапы начала тестирования мобильных приложений

Обслуживание в отделениях казахстанских банков

Качество обслуживания в отделениях как показатель успешности банка

В настоящее время успешность деятельности розничного банка и его конкурентоспособность возможно определить не только ценовыми факторами, но и качественными характеристиками, одной из которых является качество обслуживания потребителей банковских услуг. Качество обслуживания серьезно влияет на конкурентоспособность услуг, а значит и на стабильность доходов и прибыль банка. Лояльность, т.е. благоприятное отношение потребителей к банку и его продуктам, служит основой для получения стабильного объема продаж, что, в свою очередь, является стратегическим показателем успешности банка.

Консультанты «Делойт» провели опрос среди 1850 клиентов банковских услуг в Казахстане в городах Астана и Алматы с целью оценки впечатлений розничных клиентов при взаимодействии с банками. Из анализа ответов респондентов следует, что крупнейшие казахстанские банки пользуются спросом среди розничных клиентов благодаря финансовой стабильности и рекомендациям.

Однако все еще стоит вопрос о качестве сервиса, длинных очередях и обслуживании, так как средняя оценка удовлетворенности оказалась на уровне 3,8 по 5-бальной шкале.

Сотрудники казахстанских банков чаще ориентированы на активные продажи, а не на удовлетворение потребностей клиента.

Также значительным недостатком современных местных банков является то, что инновационные каналы банкинга все еще не развиты и не пользуются должным спросом среди клиентов. Опрос показывает, что неосвоенный потенциал в использовании онлайн-банкинга очень высок.

Оценка качества сервиса



Несколько фактов о важности клиентских впечатлений

47,5% опрошенных клиентов казахстанских банков недовольны временем ожидания в отделениях банка.

72% опрошенных клиентов казахстанских банков не пользуются интернет-банкингом или мобильными приложениями банков.

Решения, внедряемые банками

Возможность просмотра загруженности и брони очереди в отделении с помощью мобильного приложения Казкоммерцбанка и Евразийского банка.

Из 35 казахстанских банков второго уровня у 15 уже имеются бесплатные мобильные банковские приложения.

Будущее финансовых услуг – в долгосрочных отношениях с клиентами

Согласно финальному отчету Всемирного Экономического Форума: **«Будущее финансовых услуг: как прорывные инновации меняют метод структурирования, обеспечения и потребления финансовых услуг»**, датированному июнем 2015 года, были сделаны следующие заключения:

- Инновации в сфере финансовых услуг являются преднамеренными и предсказуемыми;
- Наиболее неизбежные последствия прорыва инноваций будут ощущаться в банковском секторе;
- Инновационный прорыв не будет одномоментным, а скорее всего под влиянием постоянных инноваций будет формироваться поведение потребителей, бизнес-модели и долгосрочная структура индустрии финансовых услуг.

Банки, решая краткосрочные и, несомненно, важные задачи, такие как внешний и внутренний вид отделений, оснащенность и их рабочее состояние, забывают о создании долгосрочных отношений с клиентами и ценностей банков.

Рекомендации и заключения от «Делойт»:

1. Повышать уровень лояльности клиентов к банку путем налаживания отношений с прессой, использования возможностей печати, устной пропаганды, рекомендаций, благотворительности, информирования общественности о вкладе банка в улучшение экономики страны;
2. Построить эффективную систему мотивации сотрудников, коррелирующую с коэффициентом удовлетворенности клиентов банка;
3. Проводить регулярные мониторинги качества обслуживания, уровня лояльности клиентов к банку, информированности клиентов о банковских продуктах и услугах, а также их вовлеченности;

4. Совершенствовать материально-техническое обеспечение офисов банка, внедрять надежную и модернизированную технику, а также оборудование, что позволит применять более эффективные методы коммуникаций, строить индивидуальные системы кросс-продаж и ускорять процесс обслуживания;
5. Расширить покрытие картами банка клиентов на рынке;
6. Активно развивать и внедрять инновационные каналы банкинга.

Таким образом, качество обслуживания, лояльность клиентов, современные материально-техническое обеспечение и инновационные каналы банкинга как элементы бизнес-коммуникаций получают свое развитие. Растет необходимость в комплексном стратегическом отношении к клиентам, что превращает качество обслуживания в один из необходимых факторов конкурентоспособности розничного банка на рынке и дает импульс финансового роста. Критически важным становится качество отношений банка с клиентом, причем именно долгосрочных отношений.

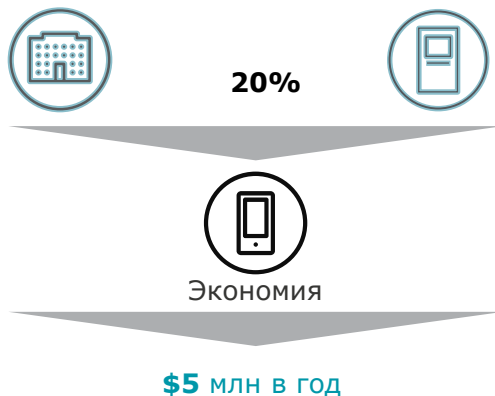
Мобильный банкинг – катализатор повышения эффективности банка

Операционная эффективность, сокращение затрат и увеличение доходов за счет развития мобильных банковских приложений

Возможности операционной эффективности и сокращения затрат

Стоимость обработки транзакций с помощью мобильного телефона может быть в 10 раз ниже, чем стоимость обработки через банкомат и в целых 50 раз ниже, чем через отделение.

Согласно анализу «Делойт», банк, имеющий 100 отделений и 250 банкоматов, ежедневно осуществляющий 165 операций в отделениях и 65 с помощью банкоматов, может сэкономить около \$5 млн в год за счет перевода только 20% своих клиентов на мобильный-банкинг. Это позволит менеджерам в отделениях сосредоточиться на более качественном обслуживании и продажах.



Возможности для увеличения доходов

Мобильный банкинг предлагает банкам несколько возможностей для увеличения доходов: монетизация клиентской аналитики; круглосуточный доступ к продуктам и услугам банка по всей стране; проведение целевых маркетинговых кампаний, основанных на понимании потребительских предпочтений.

Банки имеют более широкое представление о том, что покупают их клиенты и где они любят делать покупки. Более глубокое понимание своих клиентов дает возможность банкам кастомизировать предложения и увеличивать продажи. Следовательно, мобильный банкинг может стать дешевым и эффективным каналом продаж.

Сегментация клиентов, кросс-продажи, дополнительные продажи, расширенные функциональные возможности, улучшение степени удовлетворенности клиентов – всё это возможно с помощью мобильного банкинга.

Относительная стоимость каналов транзакций



Deloitte: Mobile banking - a catalyst for improving bank performance

Истории успеха

Bank of America за I квартал 2014 года смог привлечь 10% депозитов с помощью мобильного приложения банка.¹

В 2014 году 19,1% активных розничных клиентов JPMorgan Chase уже пользовались мобильным приложением.²

В IV квартале 2013 года mBank получил 29% рынка и 724 тыс. клиентов благодаря мобильному приложению.³

¹ "Mobile Banking Lifts BofA," Moneybeat (blog), Wall Street Journal, April 16, 2014, <http://blogs.wsj.com/moneybeat/2014/04/16/mobile-banking-lifts-bofa/>.

² "Consumer and Community Banking," 2014 investor day presentation, JPMorgan Chase, February 25, 2014, p. 26.

³ "Insights From a Mobile Banking Innovator", The financial brand, June 9, 2014, <http://thefinancialbrand.com/40287/mbank-mobile-banking-innovation/>.

Контактная информация



Кристофер Армитаж

Партнер

Департамент консалтинга
Алматы, Казахстан
cartmitage@deloitte.kz



Бехзод Артыков

Старший менеджер

Департамент консалтинга
Алматы, Казахстан
bartikov@deloitte.kz



Каиржан Абдрахманов

Менеджер

Департамент консалтинга
Алматы, Казахстан
kabdrakhmanov@deloitte.kz

Основная часть материалов специально не включена в настоящую публикацию в связи с ее большим объемом. Для получения дополнительной информации и комментариев в отношении данного документа, пожалуйста, обращайтесь к нам.



deloitte.kz

О «Делойте»

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, включая их аффилированные лица, совместно входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании (далее — ДТТЛ). Каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. ДТТЛ (также именуемая «международная сеть «Делойт»») не предоставляет услуги клиентам напрямую. Подробная информация о юридической структуре ДТТЛ и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте www.deloitte.com/about.

«Делойт» предоставляет услуги в области аудита, консалтинга, финансового консультирования, управления рисками, налогообложения и иные услуги государственным и частным компаниям, работающим в различных отраслях экономики. «Делойт» — международная сеть компаний, в число клиентов которой входят около четырехсот из пятисот крупнейших компаний мира по версии журнала Fortune. «Делойт» имеет многолетний опыт практической работы при обслуживании клиентов в любых сферах деятельности более чем в 150 странах мира и использует свои обширные отраслевые знания и опыт оказания высококачественных услуг для решения самых сложных бизнес-задач клиентов. Более 225 тысяч специалистов «Делойта» по всему миру привержены идеям достижения результатов, которыми мы можем гордиться. Для получения более подробной информации заходите на нашу страницу в [Facebook](#), [LinkedIn](#) или [Twitter](#).

Настоящее сообщение содержит информацию только общего характера. При этом ни компания «Делойт Туш Томацу Лимитед», ни входящие в нее юридические лица, ни их аффилированные лица (далее — «сеть «Делойт»») не представляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. Прежде чем принять какое-либо решение или предпринять какие-либо действия, которые могут отразиться на вашем финансовом положении или состоянии дел, проконсультируйтесь с квалифицированным специалистом. Ни одно из юридических лиц, входящих в сеть «Делойт», не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящее сообщение.