Корпоративный опыт

Результаты исследования Markswebb цифровых банковских сервисов для крупного корпоративного бизнеса

Текст
НАТАЛЬЯ РОМАШИНА,
РЕДАКТОР MARKSWEBB, СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ **«Б.О»**

В последние два года российская банковская сфера претерпела значительные изменения, особенно в сегменте крупного корпоративного бизнеса. Это связано с новыми вызовами, вызванными санкциями, пандемией и ускоряющимся технологическим прогрессом.

Компания Markswebb провела исследование Digital Corporate Banking 2024, в рамках которого были изучены и оценены цифровые сервисы для корпоративных клиентов с оборотом не менее 5 млрд рублей и численностью сотрудников от 500 человек. В исследовании приняли участие Альфа-Банк, ВТБ, Газпромбанк, ПСБ, Райффайзенбанк, СберБанк, Совкомбанк, «Точка» и «Уралсиб».

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

В Markswebb провели 10+ интервью с экспертами всех банков, участвующих в исследовании, 10 интервью — с руководителем финансового направления и со специалистом, который работает в сервисе. По каждому сервису заполнен чеклист, охватывающий 140 клиентских задач и 835 критериев оценки. Сценарии упаковали в 11 тематических продуктовых блоков, основываясь на сохранении единого сценария.

Влияние пандемии и санкций на банковские сервисы

В последние несколько лет на банковский сектор значительно повлияли пандемия COVID-19 и санкционные ограничения. Пандемия заставила банки ускорить процессы цифровизации. Внецифровые клиентские сценарии замедлились, что привело к необходимости оптимизации и ускорения цифровых процессов. Онлайн-кредиты, электронный документооборот (ЭДО) и сопровождение контрактов стали основой цифрового сервиса для корпоративных клиентов. Также наблюдается повышенное внимание к гибкой настройке доступов, которая теперь является обязательным элементом качественного банковского обслуживания.

Санкции также повлияли на корпоративный бизнес, особенно в части расчетов с зарубежными контрагентами.

Пользователям пришлось открывать валютные счета в неподсанкционных банках, использовать и изучать альтернативные валюты. Банки из SDN-листа искали альтернативные маршруты платежей. Банки не под санкциями пытались сохранить мощности в условиях потока новых клиентов и наличия на рынке санкционных банков, открывающих корреспондентские счета. В бизнесе появилась новая ниша — поиск поставщиков и каналов поставок за границей, а также проверка благонадежности новых контрагентов.

Развитие цифровых технологий и их влияние на банковские услуги

Развитие цифровых технологий стало еще одним важным фактором, повлиявшим на банковские сервисы. Банк России продвигает внедрение СБП, а работа с историей операций по СБП остается отличительной чертой половины участников рейтинга. Следующая зона роста у таких сервисов — развитие в СБП b2b-платежей. Функционал по работе с цифровым рублем был реализован равномерно в четырех банках, хотя полный набор возможностей пока доступен только в ВТБ.

Одной из важных инноваций стало использование единого ID, который решает проблему переключения между различными сервисами и личными кабинетами. Эта функция теперь реализована у всех участников исследования, хотя степень ее развития варьируется.

Удаление приложений из сторов

Банки из санкционного списка начали искать альтернативные способы доставки пользователям нативных приложений, таких как RuStore, предлагать распространение файлов с программой установки и выпускать приложения под разными названиями. Банки, попавшие под санкции, продолжили развивать нативные приложения, параллельно улучшая адаптивные версии своих интернет-банков. Однако оба эти подхода пока не полностью удовлетворяют потребности топ-менеджеров в мультибанкинге, который позволяет видеть остатки на счетах в разных банках и управлять заявками.

Топ-3

В 2024-м лидеры значительно улучшили качество своих сервисов по сравнению с прошлым годом. Это позволило им задавать темпы развития и тенденции на рынке. При этом тройка лидеров за два года изменилась.

РИСУНОК 1. СРАВНЕНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ СЕРВИСОВ ЛИДЕРОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

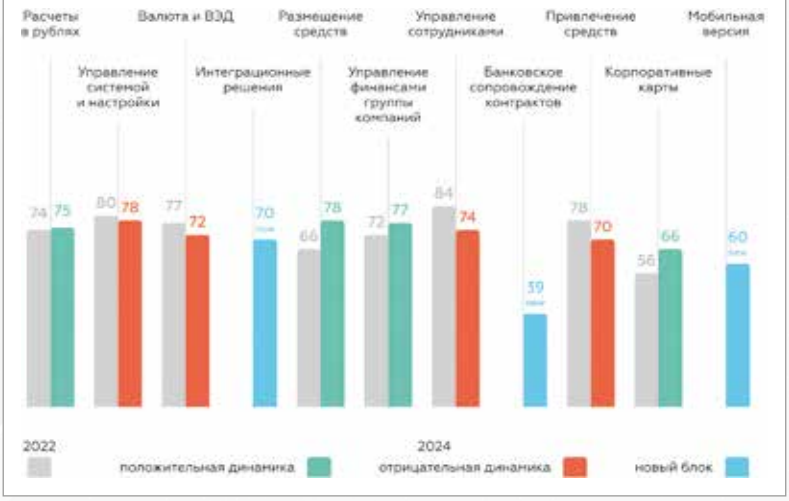


РИСУНОК 2. МЕДИАНА ЦИФРОВОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА ПО РЫНКУ ПО ЗАДАЧАМ ОТНОСИТЕЛЬНО ИССЛЕДОВАНИЯ 2022 ГОДА



Газпромбанк занял первое место, поднявшись с третьей позиции, на которой он дебютировал в 2022 году. Банк активно развивает свою экосистему и не опускается ниже третьего места в продуктовых рейтингах. В частности, он занял лидирующие позиции в блоках «Привлечение средств» и «Управление финансами группы компаний», что позволило ему возглавить итоговый рейтинг.

ВТБ занял второе место, значительно улучшив свою цифровую систему за последние два года. Банк является лидером в семи из одиннадцати продуктовых блоков, включая «Банковское сопровождение контрактов» и «Интеграционные решения», где он набрал максимальное число баллов. Однако ВТБ в основном работает с крупнейшими клиентами, что делает менее актуальными сценарии по привлечению средств.

Сбербанк, ранее занимавший лидирующие позиции, теперь находится на третьем месте. Сбер продолжает удерживать лидерство в блоке «Валюта и ВЭД» и предлагает широкие возможности для сопровождения контрактов, хотя темпы его развития замедлились по сравнению с 2020 годом.

Как будет развиваться рынок банковских продуктов

Исследование позволило выявить определенные тренды, которые показали, как банки будут развивать направление работы с крупным корпоративным бизнесом в ближайшее время.

Растет проникновение продуктов в цифровую среду. Крупнейшие банки активно инвестируют в развитие цифровых продуктов, по этой причине темпы сегментации у лидера продолжат нарастать. Все больше пользовательских сценариев будет необходимо перенести в цифровую среду.

Стагнация ВЭД не прекратится. Команды на рынке не верят, что ситуация в работе ВЭД улучшится. Банки и бизнес ожидают новых пакетов санкций и относятся к ним, как к испытаниям на выносливость. По этой причине сейчас основной фокус сделан на поддержание и удержание текущего уровня сервисов.

Возможности проникновения мультибанкинга растут. Возможности проникновения мультибанкинга продолжают увеличиваться. Уже сейчас мы видим, что у казначеев есть потребность в омниканальном сервисе для работы со счетами группы компаний. Если два года назад мы отмечали возможность видеть остатки на счетах и формировать выписки из других банков, то сейчас пользователей интересует получение информации об открытых продуктах в этих банках и возможность формировать платежи.

Интеграция ERP-системы стала must have. Если раньше развитые интеграционные каналы были конкурентным преимуществом на рынке, то сейчас эти возможности стали must have. Пользователи ожидают от банка, что он сможет наладить интеграцию с их собственной ERP-системой, и поэтому поддерживают основные стандарты: ISO, API и 1С.

Цифровые сервисы для топ-менеджеров будут развиваться в мобайле

Топ-менеджмент нуждается в персональном сервисе через приложения. Существующие мобильные банки не заточены под регулярное использование руководителями средних и крупных компаний. Чтобы их вовлечь в более тесный контакт с банком и повысить проникновения в цифровые каналы, нужна большая персонализация.

На базе цифрового рубля необходимо разработать полезный продукт

Пока на базе цифрового рубля не будет сделан полезный продукт, бесполезно ожидать, что пользователи им будут активно пользоваться. Клиентам важно, чтобы продукт был понятным и удобным инструментом в их руках, упрощающим работу корпоративного бизнеса. Б.О