От нас ждут удочку, а не рыбу

«Б.О», поздравляя компанию «ПрограмБанк» с юбилеем, поговорил о роли self-service, no code и юнит-экономики в продуктовой линейке с Евгением Хохловым, генеральным директором, и Виталием Заниным, директором по работе с клиентами этой компании



Текст
ВАДИМ ФЕРЕНЕЦ,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**

— Компании «ПрограмБанк» исполняется 35 лет! Какой опыт накоплен? Какие видятся пути развития ?

Евгений Хохлов: Прошедшие 35 лет — это время непрерывного упорного труда в интересах наших заказчиков. Именно это, а не стремление стать крупной компанией, всегда было определяющим для «ПрограмБанка». Собственно, мы и возникли как хозрасчетная фирма при Московском банковском союзе — организации, действующей в интересах всех банков, независимо от их размеров и специализации.

А вот для самих банков прошедшее время было наполнено почти непрерывными серьезными изменениями. Прежде всего кардинально менялось их количество. Сначала был стремительный рост от единственного Госбанка до примерно 5 тыс. участников рынка в начале 2000-х, а затем — последовательное сокращение до нынешних трехсот. При этом «ПрограмБанк» стабильно удерживал свою долю рынка: около 12–15% общего количества банков.

Стоит выделить еще одну тенденцию — переход крупных финансовых организаций от использования ПО, созданного вендорами, к разработкам внутренних структур или принадлежащих им компаний. Сейчас «внутренними продуктами» пользуются Сбер, ВТБ, РСХБ, Альфа-Банк. Соответственно снижается объем рынка для независимых разработчиков. Однако мы рады тому, что при этом постоянно пополняется состав наших заказчиков: например, в прошлом году к нам пришли три новых банка. Процесс не останавливается!

Что касается «путей развития», то мы сохраняем фокус на удовлетворении интересов наших заказчиков. Именно в этом направлении планируем развитие: и импортозамещение, и разработку новых продуктов типа системы для поддержки юнит-экономики в архитектуре self-service. Даже использование искусственного интеллекта в этих планах есть: существует по крайней мере две задачи, реально интересных крупному банку и не решаемых иначе, чем с использованием ИИ.

— Почему архитектура no-code была взята за основу в новой версии системы «ПрограмБанк.БизнесАнализ»?

Виталий Занин: Производственный центр «БизнесАнализ» специализируется на автоматизации процессов сбора данных и подготовки финансовой и управленческой отчетности. Вендоры и интеграторы не могут решать за пользователя его аналитиче-



Евгений Хохлов

Фото: «ПрограмБанк»



Виталий Занин

Фото: «ПрограмБанк»

ские задачи, поскольку это совершенно бессмысленно и нерационально по времени и затратам. От нас ждут удочку, а не рыбу.

Изначально хранилище системы «ПрограмБанк.БизнесАнализ» было создано как low-code-платформа для разработчиков. Мы использовали ее для автоматизации задач наших клиентов. Теперь же мы создали новую версию с no-code-инструментами, которые позволяют решать те же задачи. Только вот непосредственными ее пользователями можем быть не только мы, разработчики, но и обычные бизнес-пользователи.

Кроме того, no-code — это ответ на запрос наших заказчиков и мировой тренд. Пользователи хотят упрощения работы с данными на всех этапах, включая сбор, хранение, верификацию, аналитическую обработку и публикацию. В отличие от ERP-процессов, автоматизация финансово-аналитических задач должна давать пользователям максимальную гибкость в работе с данными.

— Какие инструменты Self-Service используются в решениях компании? Зачем они и для кого предназначены?

Виталий Занин: В первую очередь необходимо упомянуть инструменты для самостоятельного ведения общекорпоративной модели данных, которая используется для сбора, хранения данных, верификации и аналитической их обработки.

Мы даем возможность пользователям создавать неограниченное количество собственных приложений, использующих единую модель данных, но внутри — собственные расчетные модели, интерфейсы, отчеты, бизнес-процессы и т.д. При этом приложения могут работать с данными других пользовательских приложений.

Кроме того, доступны инструменты для создания собственных аналитических интерфейсов работы с многомерными данными: с многомерными показателями и табличными формами. Доступен и мощный формульный язык для многомерных вычислений.

Кроме того, предлагаются средства поддержки многопользовательской работы внутри приложений: настройка бизнес-процессов, а также прав доступа к формам и данным.

— Инструментарий Self-Service позволяет наращивать лишь локальный функционал или повышать мощь всей системы в целом? Как решается вопрос управления операционными рисками?

Виталий Занин: Инструментарий Self-Service позволяет пользователям настроить все финансово-аналитические задачи на одной платформе, связать их между собой на основе единой модели данных.

Операционными рисками при этом управляют наши пользователи. Мы же даем им инструментарий и оказываем необходимые консультации. В систему встроены мощные инструменты, с помощью которых можно управлять оперрисками. В их числе: настройки контроля полноты и качества данных, а также прав доступа и организации бизнес-процессов. Имеется возможность автоматической или ручной верификации данных, как загруженных, так и собранных вручную либо рассчитанных в аналитических моделях приложений.

— Компания усилила роль юнит-экономики в своих решениях? Что скрывается под этим термином?

Евгений Хохлов: Под термином «юнит-экономика» мы понимаем возможность управлять прибыльностью бизнеса на уровне как его продуктов, так и клиентов. В отличие от, например, маржинального анализа, юнит-экономика — это не анализ того, что уже было, а поддержка текущих процессов управления.

В текущих условиях многие коммерческие банки делают упор на повышение комиссионных доходов, источником которых является в том числе транзакционная активность действующих и потенциальных клиентов. Информация о них глубоко изучается для сегментации и профилирования. На основе этих знаний банк получает возможность предлагать клиентам таргетированные продукты и подписки на пакеты услуг, наиболее востребованные целевыми клиентами.

Для привлечения новых клиентов используется широчайший набор методов: реферальные программы, таргетированные рекламные кампании, а также промоутеры, продуктовая реклама в различных медиа, контакт-центры с ИИ, операционный фронт-офис и т.д. При этом для каждой целевой аудитории подбираются персонифицированные коммуникации.

Мы предлагаем финтех-компаниям и банкам продвинутую IT-платформу для расчета ключевых метрик юнит-экономики на уровне каждого клиента, продукта, пакета, канала привлечения и даже программы привлечения (т.е. конкретной маркетинговой акции). Какие метрики доступны? Это, например:

1) общее количество привлеченных пользователей;
2) коэффициент конверсии, т.е. доля тех, кто стал клиентом;
3) время, в течение которого клиент будет приносить доход;
4) цена привлечения и стоимость удержания клиента;
5) маржинальный доход и чистая прибыль от клиента;
6) клиентский биллинг: составляющие пакета продуктов и услуг, на которых банк заработал прибыль, включая число покупок и доход от них.

Кроме технологической платформы, конечно, банкам предлагаются консалтинговые услуги в области методологии и поддержки аналитики юнит-экономики.

Замечу, что методологическое наполнение решения синтезировано не только из нашего собственного опыта. Весомую его долю занимают обобщенные данные о лучших практиках лидеров рынка, которые удалось получить.

Все это в комплексе позволит нашим заказчикам быстрее нарастить клиентскую базу, повысить средний чек обслуживания, выводить на рынок новые удобные сервисные пакеты для различных целевых клиентских сегментов, а значит, быть конкурентоспособным и прибыльным бизнесом! Б.О

Реклама