Иммерсивные инновации

Иммерсивные продукты не являются полными аналогами смешанной и даже расширенной реальности и обладают уникальными бизнес-ценностями, помогающими решать конкретные задачи вне игровых миров



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

Рынок финансовых виртуальных миров меняется, иммерсивные технологии становятся не просто популярным трендом или «имиджевой игрой», а стратегическим направлением в бизнесе.

Поэтому неудивительно, что на XV церемонии награждения FINAWARD, организованной медиапроектом «Банковское обозрение» и прошедшей 22 мая 2025 года, в номинации «Проект IT-инфраструктуры» вторую премию получили разработчики «Метавселенной ВТБ».

Чуть раньше, весной этого года, эксперты Национальной премии Finance Innovation Awards Russia 2024 отметили проект «Иммерсивные возможности мобильного банка в браузере Альфа-Онлайн» как кейс года в области финтех-инноваций. В 2024 году банк представил обновленную концепцию интерфейсов мобильного веб-банка, которая переосмысливает подходы к навигации клиентов в мобильном банке, управлению продуктами и системой лояльности и продаже банковских продуктов.

Что получилось у лидеров?

Команда разработчиков ВТБ осознанно остановила выбор подходящей IT-платформы на игровом движке Unreal Engine 4, стремясь обеспечить игровой опыт (среди аналогичных корпоративных решений), способствующий формированию принципиально нового уровня вовлеченности пользователей.

Применение инструментов геймификации открыло дополнительные возможности. Например, они способствуют укреплению отношений между членами команды в неформальном ключе, помогают сотрудникам осваивать рабочие процессы нестандартным образом и позволяют разрабатывать уникальные сюжетно-ролевые сценарии для особых мероприятий. Пользователям доступен конструктор 3D-аватаров, в котором любой сотрудник имеет возможность выбрать и настроить под себя «цифрового двойника», который будет представлять его в виртуальном мире.

Отличительной особенностью проекта стало то, что платформа открыта для интеграции с другими цифровыми продуктами и сервисами, в том числе с виртуальными голосовыми помощниками. В будущем на ее основе могут быть реализованы принципиально новые форматы работы с розничными клиентами банка.

Владимир Китляр, руководитель дирекции «Альфа-Онлайн» Альфа-Банка, в интервью «Б.О» в конце 2024 года заявил: «Мобильные веб-технологии в последние несколько лет стали настоящим дизраптфактором в отрасли, по-настоящему черным лебедем в подходах к современному банкингу». По словам эксперта, революцией в mobile web стало использование системы интерфейсных жестов как альтернативы традиционным визуальным кнопкам. Жесты открывают колоссальные возможности для управления мобильными продуктами. Это позволяет избавиться от лишних элементов в интерфейсе и добавляет иммерсивности во взаимодействие с платформой. Например, элемент «шторка» обеспечивает быстрый доступ из блока с избранными продуктами на главном экране к полному дашборду управления продуктами клиента. Все очень похоже на тактильное взаимодействие с предметами в физическом мире. А банальная строка умного поиска превратилась в некий аналог поиска в «Яндексе» или Google, она работает на собственном продвинутом ИИ-движке. Эти и многие другие фичи позволили сблизить виртуальный офис с его физическим двойником.

В чем суть?

Множество банков, телекомов и онлайн-ретейлеров экспериментируют с технологиями виртуальной (VR), дополненной (AR) и смешанной реальности (MR). Но пока их базовая технология не вошла в повседневную жизнь, а проекты имеют, скорее, имиджевый характер. Реальный экономический эффект достигается прежде всего при онбординге и обучении сотрудников, создании виртуальных витрин для клиентов, а также геймификации, встроенной в клиентские пути.

Так зачем же банкиры вкладываются в иммерсивные технологии и почему продукты на их базе получают признание и отраслевые награды? Все дело в том, что иммерсивные продукты не являются полными аналогами смешанной и даже расширенной реальности и обладают уникальными бизнес-ценностями, помогающими решать конкретные задачи вне игровых миров.

Так что же это такое? Наверное, впервые ответ на этот вопрос попытались дать участники форума инновационных технологий FINOPOLIS-2019 в рамках пленарной дискуссии «Иммерсивный финтех: персональный опыт или его иллюзия?».

Ольга Скоробогатова, на тот момент первый заместитель председателя Банка России, утверждала: «Иммерсивность сродни "всепроникающим инновациям": «годами люди находятся и живут внутри этих инноваций, иногда даже не осознавая этого. Но вот убери их — и все сразу это заметят».

Джефф Ху, региональный директор WeChat Pay в странах Европы, Ближнего Востока и Африки, дал такое толкование: «Иммерсивность возникает тогда, когда поставщики сервисов (в том числе финтехи) имеют все возможность легкого и быстрого подключения к глобальным сервисам, а их платформы настроены на постоянное улучшение качества услуг для своих пользователей».

Тэд Тилахун, старший вице-президент, руководитель департамента продуктов и решений в регионе EMEA Visa, добавил: «Сила платежной системы заключена в ее безопасности и надежности. Каждый пользователь вовлечен в процесс обеспечения ИБ, представляя, по сути, первую линию обороны, что делает людей причастными к происходящему. Это и есть иммерсивные технологии».

Обобщая собранные ответы, модератор сессии отметила: «Похоже, мы все говорим о некоей экосистеме, выходить из которой клиенту незачем, ведь там сконцентрированы лучшие практики управления клиентским опытом».

Эта, на первый взгляд, парадоксальная мысль, обкатанная на практике во время самоизоляции при пандемии COVID-19 и западных санкций после февраля 2022 года, доказала свою правоту.

Какую бизнес-проблему, например, решил Альфа-Банк? В условиях блокировок мобильных приложений отечественных банков в западных магазинах приложений он создал альтернативу, причем на новых технологических идеях. Клиентам банка не потребовалось уходить из привычной им экосистемы из-за устаревающих приложений. Наоборот, иммерсивные технологии побудили их не просто остаться с банком, но и активно погрузиться в мир новых фич.

Создав «Метаверс ВТБ», банк привнес в свою IT-инфраструктуру необычное и вместе с тем привлекательное для его клиентов место встреч, пусть и виртуальное, зато удобное. За счет легкой интеграции платформы с другими приложениями банка, например ВКС DION, она получила функционал полноценной бизнес-площадки. Нетрудно заметить, что это нечто гораздо большее, чем обычная виртуальная реальность.

Что дальше?

Никто сегодня не скрывает, что метавселенные — это шаг в сторону web 3.0. Радикальное отличие этой версии всемирной паутины от предыдущих заключается в ее децентрализованной архитектуре, что делает ее независимой от непредсказуемого владельца корневых SNS-узлов интернета 2.0.

А еще метавселенные вкупе с сопутствующими технологиями являются мощным драйвером роста экономики. Например, в сентября 2023 года Китай обнародовал новую программу развития метавселенных, рассчитанную на три года, которая, может способствовать появлению полноценного «интернета следующего поколения». Китай стремится к концу 2025 года создать три-пять промышленных кластеров, развивающих метаверсы. Некоторые местные правительства КНР разработали собственные политики поощрения компаний, развивающих соответствующее направление.

Главное, чтобы китайские коллеги в погоне за технологическим лидерством не забыли о пользователях и обеспечили их иммерсивное вовлечение в сервисы виртуальных миров. А в России есть кому им помочь советом! Б.О