Магомед Гамзаев («Сравни»): Когда мы запускали онлайн-оформление займов, многие говорили, что мы фантазеры

Рынок онлайн-займов долго работал по простой модели: финансовый маркетплейс находил клиента, а дальше его передавали на сайт микрофинансовой организации. В «Сравни» решили изменить эту схему и перенести весь процесс оформления займа внутрь собственной платформы. Сегодня компания говорит о стремительном росте удержания клиента, запросах на интеграцию и интересе конкурентов к новой модели. Директор по развитию финансовых продуктов «Сравни» Магомед Гамзаев рассказал, как устроено онлайн-оформление займа, почему маленькие МФО могут выигрывать у крупных игроков и как регулирование меняет рынок.



Текст
СВЕТЛАНА ОРЛОВА,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ «Б.О»

— Магомед, почему финансовый маркетплейс «Сравни» решил запустить онлайн-оформление микрозаймов непосредственно на своей площадке, отказавшись от реферального метода?
— Прежде всего хочется отметить, что мы сфокусированы на клиенте и на постоянном получении обратной связи. Работая по реферальной модели, мы получали много негативных отзывов от клиентов, которым на сторонних площадках навязывались дополнительные услуги и сервисы.

В реферальной модели бизнеса маркетплейс не имеет реального влияния на микрофинансовые организации (МФО) — мы не можем качественно управлять ни воронкой продаж, ни тем, как в итоге выглядит финальный продукт для потребителя. То есть клиент переходил на сайт МФО по нашей ссылке, и на этом его коммуникация с нами прерывалась — он уходил с платформы.

Осознав эту проблему, мы начали проектировать внутреннюю систему, похожую на сервис подбора банковских кредитов, который маркетплейс успешно реализовал до этого. В этой модели пользователь заполняет анкету прямо на маркетплейсе, получает одобрение от партнеров и сразу же забирает те необходимые средства, за которыми он изначально пришел. То есть целевая потребность клиента полностью закрывается внутри нашего сайта или в мобильном приложении.

— Было сложно сделать такую систему для займов?
— Быть первопроходцем всегда сложно. Мы задумались о внедрении схемы прямого оформления займов на нашей площадке еще в 2022 году, однако на тот момент рынок не был готов к таким изменениям. Позднее нам удалось успешно стартовать с первой микрофинансовой компанией — нашим пилотным партнером стал «МигКредит». После того как мы успешно интегрировали их в нашу систему, к проекту начали активно подключаться и другие крупные игроки МФО, например «Альфа-Деньги» и MoneyMan.

Благодаря привлечению таких крупных партнеров нам удалось существенно увеличить долю пользователей, которые проходят цикл «полной сделки» непосредственно внутри маркетплейса. Сейчас мы видим, что некоторые коллеги по рынку приняли решение копировать нашу бизнес-модель. Теперь можно с уверенностью констатировать, что микрофинансовый сектор постепенно двигается в сторону именно такой системы оформления займов.

— Какие результаты дал переход на такие сделки?
— Пожалуй, главный результат, который мы получили, — это рост коэффициента удержания клиентов. В нашем онлайн-оформлении займов полностью отсутствуют какие-либо навязанные пользователю дополнительные услуги. Это продукт в чистом виде — без страховок, подписок на теледоктора и прочих платных сервисов. Когда мы продавали продукт по реферальной модели, в некоторых МФО даже видели дополнительные услуги в виде тарролога и астролога. За счет категорического отказа от подобных практик на нашем маркетплейсе клиент стал активно возвращаться к нам.

Также нам удалось добиться увеличения объема выданных займов в четыре раза. Достичь такого показателя непросто: здесь заложен большой комплекс кропотливой работы — это и CRM-коммуникации, и удобство самого продукта, и плотное взаимодействие с партнерами. Наша главная задача — полностью закрыть финансовую потребность клиента. И когда он видит, что «Сравни» позволяет сделать это прозрачно и без навязанных допуслуг, он возвращается.

— Насколько легко продавать займы по сравнению с другими финансовыми продуктами?
— Я бы не стал утверждать, что кредиты и займы легко продавать. В сегменте займов главное — четко ответить на три ключевых вопроса: кому именно нужен заем, в какой момент времени и в каком формате.

Некоторые участники рынка злоупотребляют избыточными коммуникациями — телефон клиента буквально разрывается от sms-сообщений с различными предложениями. Мы же действуем изящнее: в своей работе стремимся таргетированно отвечать на те три вопроса, которые я озвучил ранее.

У нас реализован такой сервис, как кредитный рейтинг. Благодаря ему мы видим кредитную историю пользователя и наличие просрочек. Мы готовы предложить заем клиенту с допустимым уровнем долговой нагрузки, но если мы видим, что ПДН превышает 80%, одобрять заем не станем. Вместо этого мы предложим пользователю другие наши сервисы, направленные на улучшение финансовой грамотности.

В 2024 году мы осознанно не использовали CRM-коммуникации в полную силу, поскольку активно обучали свои ML-модели, выявляли различные паттерны поведения клиентов, собирали аналитику и дополняли все это возможностями искусственного интеллекта. Сейчас мы уже четко понимаем, в какой момент и какой именно продукт необходим конкретному клиенту.

— Рынок заметил ваши новаторские методы?
— Да, заметил. Мы прошли несколько стадий. Первая стадия — отрицание: многие на рынке тогда утверждали, что в «Сравни» работают фантазеры, которые решили перестроить устоявшиеся процессы. На старте у нас были договоренности лишь с одной МФО, а многие другие организации отказывались от интеграции в силу различных причин. Нам пришлось последовательно отработать все возражения рынка. Вторая стадия — это принятие: в ходе этой стадии последовало заключение партнерств несколькими МФО и как следствие рост доли онлайн-оформлений внутри платформы.

В прошлом году «Сравни» стал лидером* по подбору и оформлению займов. Наш бесшовный путь онлайн-оформления выбирают клиенты, а партнеры считают его самым технологичным на рынке. Быть лидером — это большая ответственность. У некоторых МФО на наш маркетплейс приходится весьма существенная доля общего объема выдаваемых займов. И мы отлично понимаем, что несем серьезные партнерские обязательства перед коллегами по цеху.

> **Когда мы продавали продукт по реферальной модели, в некоторых МФО даже видели дополнительные услуги в виде таролога и астролога**



— Вы можете описать технологический процесс подключения МФО к вашей площадке? Насколько это сложно и дорого для партнеров?

— У нас разработан открытый API, к которому микрофинансовые организации могут подключаться как к единому шлюзу. Для наших партнеров это бесплатно.

Однако на стороне партнера есть расходы, они во многом зависят от масштаба и технологической зрелости самой компании. По нашим оценкам, стоимость интеграции варьируется от 4 млн до 5 млн рублей. В указанную сумму закладываются все расходы на разработку непосредственно на стороне партнера. Более того, мы готовы выстраивать гибкие коммерческие отношения: если у компании на текущем этапе отсутствуют достаточные бюджеты для подключения, мы можем предоставить промопериод и временно работать по сниженной стоимости привлечения клиентов. Такой подход позволяет МФО компенсировать инвестиции, вложенные в интеграцию.

В отдельных случаях в целях ускорения процесса мы направляли собственных технических специалистов для поддержки и настройки интеграции прямо на стороне МФО. Это наглядно отражает нашу гибкость и стратегическую ориентированность на долгосрочное партнерство.

— Интересны ли вам для интеграции небольшие МФО?

— Да, мы стратегически заинтересованы в сотрудничестве с самыми разными игроками рынка. Небольшие организации точно так же могут успешно к нам подключиться. Как показывает практика, сегодня даже у маленьких компаний в штате есть необходимый минимум IT-компетенций: системный аналитик, тестировщик и back-end-разработчик. Этого вполне достаточно, поскольку наш API спроектирован максимально просто, прозрачно и не требует от партнеров избыточных технологических ресурсов.

— В чем интерес для небольших МФО в подключении к вашей платформе?

— Мы способны кратно увеличить для них объемы продаж и выдач. Механика оформления займа на нашей платформе разработана по каскадному принципу. Внутренняя система принятия решений, построенная на базе ML-моделей, оценивает вероятность одобрения займа в каждой конкретной МФО. На первом этапе анкета пользователя автоматически направляется в ту организацию, где существует максимальная вероятность выдачи средств. Если же клиент по какой-то причине получает отказ, то система моментально перенаправляет запрос в следующую компанию с наивысшим потенциалом одобрения и далее по цепочке. Таким образом, эта технологическая модель позволяет небольшим компаниям эффективно конкурировать за клиента на равных с крупнейшими игроками и лидерами рынка.

— Сколько у вас сейчас партнерских МФО?

— На данный момент у нас реализовано восемь интеграций, а в рамках нашей стратегии мы планируем довести это число до 15–20 партнерств. Такое количество участников позволит нам полностью и качественно закрывать любые финансовые потребности наших клиентов.

Однако важно отметить, что мы подходим к выбору партнеров крайне избирательно и предъявляем жесткие требования к качеству воронки продаж, внутренним процессам и уровню клиентского сервиса. Если формулировать нашу ключевую концепцию, то глобальная цель «Сравни» — это не извлечение сиюминутной прибыли, а формирование долгосрочной и лояльной клиентской базы маркетплейса.

*По версии исследовательской компании Ipsos Comcon

— А на какие показатели МФО влияет подключение к «Сравни»?
— Во-первых, это непосредственный объем продаж, а во-вторых — их качественные характеристики. При этом в текущих макроэкономических и регуляторных реалиях качество портфеля становится гораздо важнее объемов. Если раньше ключевым критерием для рынка был классический скоринг, то сегодня фокус внимания полностью сместился на ПДН. Детально проанализировав внутреннюю статистику, мы выяснили, что структура приходящего от нас в МФО трафика отличается минимальным уровнем ПДН. Таким образом, для наших партнеров платформа «Сравни» выступает в качестве одного из самых качественных и надежных каналов привлечения клиентов.

— А какой объем выдач вы обеспечиваете?
— На сегодняшний день через «Сравни» оформляется более 100 тыс. займов в месяц.

— Мы поговорили о клиентах и о микрофинансовых организациях. А что дает вам самим как маркетплейсу развитие технологии прямого оформления займов?
— Во-первых, это возможность максимально качественно и бесшовно закрывать ключевые потребности пользователей. Во-вторых, это увеличение операционной выручки и чистой прибыли маркетплейса. Однако, как я уже отмечал, в приоритете нашей стратегии сейчас находится именно наращивание лояльной базы, а не краткосрочная погоня за финансовыми показателями.

«Сравни» работает со множеством крупных продуктовых категорий, и наша глобальная цель — создать полноценную единую экосистему для предоставления широкого спектра финансовых услуг. Мы стремимся обеспечить пользователю положительный потребительский опыт, например гарантировать оформление займа без скрытых комиссий и навязанных сервисов. Такой прозрачный подход формирует высокий уровень доверия к бренду: удовлетворенный клиент с высокой долей вероятности вернется на нашу платформу за другими продуктами, обеспечивая синергетический эффект и кросс-продажи в таких сегментах, как ОСАГО или целевое кредитование.

— Вы упоминали в качестве вашего продукта «Кредитный рейтинг». Не могли бы вы подробнее рассказать о нем?
— Это самый сложный продукт в нашем портфеле с точки зрения технологической реализации. Однако благодаря ему наши пользователи получают возможность бесплатно оценить свой текущий кредитный потенциал. В частности, сервис детально показывает графики платежей, отображает структуру просроченной задолженности.

Предоставляя бесплатный доступ к этому инструменту, мы в том числе активно способствуем росту финансовой грамотности населения: продукт формирует для пользователя персональные рекомендации о том, какие именно кредиты стоит закрыть в первую очередь, чтобы снизить общую долговую нагрузку на семейный бюджет.

— Как вы относитесь к последним регуляторным изменениям, в частности в биометрии и удаленной идентификации? Сложно ли интегрировать новые требования в технологию?
— Безусловно, это важный вектор развития. Наша платформа уже интегрирована с большим количеством государственных систем, и мы продолжаем активно развивать внутренние инструменты для надежной идентификации и авторизации пользователей, включая подключение к ЕСИА и ЕБС. Мы понимаем, что стратегические шаги регулятора направлены на повышение прозрачности МФО и обеления рынка. Со своей стороны, мы полностью готовы к системному взаимодействию с государственными системами ради обеспечения безопасности наших пользователей и их защиты.

— Если говорить в целом о реформе, проводимой регулятором в сегменте МФО, по вашим оценкам, к каким результатам она приведет?
— На мой взгляд, рынок продолжит тренд на консолидацию. Мы уже сейчас фиксируем, что число небольших игроков постепенно сокращается. Однако это вовсе не означает, что микрофинансовый сектор столкнется с системным кризисом или массово перейдет в нелегальный сегмент. Напротив, он станет более зрелым, понятным и прозрачным.

Для нашей платформы последние ужесточения регуляторных требований означают прежде всего то, что клиенты с высоким уровнем ПДН будут чаще сталкиваться с отказами со стороны МФО. Но в долгосрочной перспективе это необходимый шаг, поскольку рынку важно стремиться к снижению закредитованности населения и планомерному повышению финансовой грамотности. Что касается «Сравни», то мы изначально обладаем высоким качеством входящего портфеля, поэтому текущие регуляторные изменения не оказали существенного влияния на наши результаты и вряд ли окажут его в будущем.

— А каковы ваши планы на будущее? Куда планируете двигаться?
— Наш основной фокус — это дальнейшая оптимизация воронки продаж и оперативная адаптация к новым регуляторным требованиям рынка, включая внедрение биометрии и удаленной идентификации. Проект по внутреннему онлайн-оформлению займов сейчас находится в стадии активного масштабирования, и мы продолжаем расширять пул интеграций. Наша команда параллельно работает над созданием новых продуктов, которые мы готовим к релизу в ближайшее время. Помимо этого мы продолжаем развивать категорию онлайн-кредитования, чтобы удовлетворять любой запрос клиента. Б.О