

Даниэль Зеленский (Balance Platform): Маркетплейсы меняют финансовый ландшафт

Развитие сегмента финансовых платформ в сочетании с SaaS-технологиями изменяет весь банковский сектор и не только его. Даниэль Зеленский, генеральный директор Balance Platform, в интервью «Б.О» рассказал о движущих силах этих перемен

Текст
ВАДИМ ФЕРЕНЕЦ,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ «Б.О»

— Даниэль, какова сегодня роль финансовых платформ в банковских экосистемах? Есть ли принципиальные различия между ситуацией в России и в развитых странах?

— Роль финансовых маркетплейсов в банковских экосистемах — это усиление конкуренции между банками и другими отраслями экономики. Появление финансовых платформ ведет к повышению качества предоставляемых продуктов и услуг, к выходу на новый уровень предложения для клиентов, позволяет им выбирать наиболее выгодные и привлекательные продукты. Другими словами, маркетплейсы меняют финансовый ландшафт.

Стратегия Банка России направлена на демократизацию рынка и создание платформенных инфраструктурных решений для финансового рынка. На пленарной дискуссии форума FINOPOLIS 2022 ЦБ сформулировал семь ключевых платформенных задач, в числе которых Open API, Open Data, а также связанные с этой темой вопросы создания сквозного идентификатора и платформы «согласий».

Я уверен в успехе этих начинаний, так как уже имеются успешные примеры трансформации финансового рынка под эгидой ЦБ РФ, например внедрение Системы быстрых платежей (СБП), которая была запущена Банком России и Национальной системой платежных карт (НСПК) в начале 2019 года. В 2022 году в СБП участвуют 212 банков, уже каждый третий житель России пользуется услугами этой системы. Закон № 211-ФЗ



от 20.07.2020 внес ключевое изменение для перехода от бизнес-модели лидогенерации (успешные примеры: «Сравни.ru», «Банки.ru») к модели финансового маркетплейса (транзакционной модели обслуживания клиента).

Уровень цифровизации и клиентского обслуживания в России на порядок выше многих западных стран, а инфраструктурные платформенные решения, которые создаются в России (во многом благодаря политике нашего ЦБ), являются отличительной положительной особенностью российского рынка. Полностью цифровой банк одним

из первых, напомним, появился в России. Так что мы в чем-то впереди планеты всей.

Отдельные примеры платформенных решений в мире, конечно же, есть, например: **Klarna** — шведская FinTech-компания, которая предоставляет услуги оплаты в интернет-магазинах в формате BNPL; **Upstart** — кредитная платформа на основе искусственного интеллекта (ИИ), которая связывает заемщиков с кредиторами-партнерами и позволяет почти мгновенно одобрять большинство кредитов; **Money Supermarket** — британский веб-сайт-агрегатор, специализирующийся на сравнении цен финансовых услуг и товаров.

Говоря об архетипах платформ, можно констатировать, что в России, как и во всем в мире, цифровые банки, платежные системы, личные финансы и управление инвестициями хорошо развиты. Свободная ниша — финансовые маркетплейсы.

— Каковы, согласно действующему законодательству, роль и функции операторов этих платформ?

— Инициатором проекта «Маркетплейс» выступил Банк России в конце 2017 года. На разработку законопроекта и его рассмотрение в Государственной думе ушло около двух с половиной лет. В итоге в июле 2020 года президент подписал закон «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы».

Согласно ему, роль платформы состоит в автоматизации взаимодействия сторон и обеспечении удобства совершения финансовых транзакций, а все операторы финансовых платформ должны быть включены в соответствующий реестр Банка России.

Основная функция операторов платформ — взаимодействовать с клиентом от заявки до выдачи: идентификация по Ф3-115; доступ к Цифровому профилю гражданина, Системе межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), Бюро кредитных историй (БКИ), проведение электронной сделки с регистрацией в Национальном расчетном депозитарии (НРД) и т.д. Таким образом, на одной платформе появляется возможность полной эмуляции множества предложений от банков и страховых компаний с единым нативным клиентским путем для приобретения и обслуживания финансовых продуктов.

Многие из нас оценили удобство товарных маркетплейсов, таких как OZON, Wildberries или «Яндекс Маркет». С подписанием Закона «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» появилась возможность не только сравнивать, но и приобретать финансовые продукты в одном месте, без надоедливых звонков и посещения офиса банков.

— Является ли облачная модель SaaS единственно возможной? В чем ее преимущества и недостатки?

— ГК Balance Platform предоставляет собой передовой сервис по процессингу кредитных заявок (проще говоря, кредитных конвейеров) по модели SaaS (Soft as a Service).

На стороне банка, конечно же, есть варианты реализовать что-то свое, например разработать кредитный конвейер самим, заказать разработку у IT-вендора или же воспользоваться нашими услугами.

К очевидным плюсам SaaS-решения ГК Balance Platform можно отнести продуктовую экспертизу, гарантированные SLA по времени обработки и ошибкам, доступности 24/7, сертифицированную инфраструктуру для работы с персональными данными, интеграцию со всеми необходимыми внешними источниками данных для оценки заявок. Могут также выделить отсутствие капитальных затрат со стороны банка на запуск продукта, так как мы зарабатываем от результата, а именно от наличия бизнеса. На старте мы инвестируем в каждый проект, в котором участвуем, что делает наше предложение уникальным на рынке.

При работе с финансовым маркетплейсом ключевым фактором для нас является реализация сквозного нативного клиентского опыта с момента появления заявки до получения продукта клиентом. В этом процессе задействована и внутренняя инфраструктура банка. Всего несколько кредитных организаций на нашем рынке реализовали удобный для потребителя опыт в онлайн: заявка — одобрение — выезд агента к клиенту для идентификации — получение продукта. ГК Balance Platform предлагает банкам решение под ключ: технологии и процессы, которые в совокупности реализуют/создают для клиента наилучший на рынке опыт приобретения финансового продукта.

— О какой доле рынка можно говорить применительно к ГК Balance Platform?

— ГК Balance Platform состоит из трех компаний. Если говорить о показателях, то через решения ГК банками выдано уже более 2,5 трлн рублей.

Balance Platform работает в сфере создания программного обеспечения для компаний финансового сектора. Мы предлагаем кредитные конвейеры для банков, предоставляя высокотехнологичные продукты, например «Кредитование как сервис». В качестве примера: в объеме автокредитования РФ мы занимаем долю рынка в 8,5%, в ипотеке — 4,3%.

«Цифровая ипотека» предоставляет SaaS-решения для застройщиков и ипотечных брокеров. Это платформа для профессиональных участников рынка недвижимости, позволяющая клиенту дистанционно подать заявку на ипотеку. Через платформу проходит уже 15% ипотечных сделок с новостройками.

В декабре 2021 года в нашей ГК появился финансовый маркетплейс «ОФМ», который мы активно развиваем. На сегодня в России всего четыре реально действующих финансовых маркетплейса, получивших лицензию и внесенных в реестр ЦБ.

— Какие сегменты являются приоритетными для ГК? Какие болевые и проблемные точки в них платформа помогает решать?

— Лидирующий маркетплейс предполагает наличие всех банковских и страховых продуктов (кредиты наличными, актокредиты, ипотека, BNPL, POS-кредитование, рефинансирование, карточные продукты, вклады, страхование).

Мы ориентируемся на массовый рынок, в первую очередь на людей, которым важны удобство, скорость и выбор наилучшего предложения на рынке. На нашем рынке есть модели экосистем, где клиенту предлагаются и приобретение товаров/услуг, и финансирование «в одном флаконе». Но не всегда это означает наилучшее предложение с точки

зрения условий финансового продукта. Мы же фокусируемся на предоставлении наилучшего продукта. Кто-то пойдет в супермаркет и купит там все товары — от хозяйственных до овощей и фруктов, а кто-то купит фрукты и овощи у фермера, у которого больше выбор, выше качество и подходящая цена.

На текущий момент есть большое количество лидогенераторов, где представлены многие продукты, но, чтобы получить сам продукт и выбрать лучшее предложение, все равно нужно взаимодействовать с несколькими банками, а не с платформой.

В итоге платформа устраняет несколько «болевых точек»:

- клиент выбирает лучший продукт и получает его в одном окне. Ему нужно взаимодействовать только в одной точке;
- нет необходимости подавать заявки и взаимодействовать с разными банками, на платформе реализован простой и нативный клиентский путь;
- клиенту не надо ехать в банк, представитель платформы сам приходит к клиенту.

— Только ли повышение уровня клиентского пути и рост NPS обеспечивают платформы? Что еще для банков интересно в партнерстве с ними?

— Вот что банкам интересно в партнерстве нами:

- доступ к обширной клиентской базе. Текущие площадки лидогенерации, на которые сегодня обращаются десятки миллионов клиентов, уже трансформируются в маркетплейсы или ищут варианты партнерства с появившимися платформами;
- технологическое решение со сквозным цифровым клиентским путем. Для того чтобы клиент легко и просто получил банковский продукт, важна не только инфраструктура маркетплейса, но и автоматизированный процесс обработки заявки в банке. ГК Balance Platform предлагает не только платформу финансового маркетплейса, но и кредитные конвейеры, такие как SaaS-решение для автоматизации процессинга заявки внутри банка;
- сокращение расходов на привлечение клиентов. Банк платит только за результат, а именно за выдачу кредита;
- комплаенс и KYC на платформах имеет тот же уровень, что и в банках.

Для банков все это ведет к развитию бизнеса и сокращению расходов на привлечение и обслуживание клиентов.

— Какие преимущества получают клиенты?

— Во-первых, портал ГУ, через который формируется единая универсальная анкета, представляет для клиента безопасную и доверенную среду. Во-вторых, нативный и простой клиентский путь. Процесс получения кредитного продукта происходит на платформе за несколько шагов (заявка — одобрение — выбор — выезд агента к клиенту для идентификации — получение продукта). В-третьих, максимально возможный уровень одобрения за счет большого ассортимента продуктов и выбора банков — один банк, даже самый крупный, не может обеспечить высокий уровень одобрения. Только за счет участия множества банков и применения разных риск-подходов и моделей к оценке клиента достигается наиболее высокий уровень одобрения. В-четвертых, максимально возможный уровень конверсии в транзакцию за счет лучшего продуктового предложения и унифицированного процесса закрытия сделки. Процесс простой, все происходит онлайн в одном окне. В-пятых, отсутствие необходимости посещения банка. И последнее, это возможность сравнить реальные индивидуальные офферы, а не общие рекламные предложения.

Все это, без сомнения, ведет к лучшему клиентскому опыту.

— Откуда платформа получает данные, кому она может отдать свои данные и зачем?

— Платформа имеет прямой доступ к Цифровому профилю, СМЭВ, ЕСИА, БКИ. Платформа может передавать данные о клиентах поставщикам финансовых услуг, банкам. Это могут быть результаты проверок, данные из Цифрового профиля, СМЭВ (ФНС/ПФР), ЕСИА, оценки клиента по данным, полученным из БКИ.

Клиенту достаточно заполнить минимум полей заявки, не надо тратить время на всю анкету. Для банка это значит, что все данные о клиенте для принятия кредитного решения он получает в одном окне через платформу.

— Платформа декларирует до 20 продающих «касаний» клиента в течение периода его жизненного цикла. Что скрывается за системой циклических «касаний» клиента?

— В течение всей жизни клиент контактирует с банками: условно, в 20 лет он хочет потребительский кредит на покупку техники, в 25 лет обращается в банк за автокредитом, в 30 лет он хочет купить квартиру и идет за ипотекой, в 50 интересуется страховыми продуктами. В каждом возрасте свои потребности, и ОФМ в течение жизни клиента их может закрывать.

Платформа — это не только канал привлечения, это также точка обслуживания; например можно обслуживать кредит. Также есть возможность открыть другие продукты — оформить депозит, рефинансировать текущие кредиты и т.д.

— О каких историях успеха ваших клиентов можно узнать?

— Мы не имеем права в силу конфиденциальности разглашать данные о наших клиентах. Но можем отметить, что один из банков-партнеров, используя наше автоматизированное решение ГК Balance Platform, за год вышел на 6-е место на рынке автокредитования. Еще один из наших клиентов вошел в топ-3 по автокредитованию и был признан самым быстрорастущим банком. После внедрения нашего конвейера по ипотеке другой партнер стал одним из крупнейших банков по объему выдач этого продукта и показал десятикратный рост за год.

— Какие основные планы на будущее?

— В первую очередь хотим запустить автокредиты и потребительские кредиты в первом квартале 2023 года на платформе финансового маркетплейса. Мы рассчитываем, что к 2027 году доля маркетплейсов в общем объеме розничного кредитования составит около 30% (более 6 трлн рублей). **Б.О**