

# Карта трендов от Премии FINNEXT: семь сигналов цифровизации

Цифровизация финансовой отрасли — это не только громкие запуски и пресс-релизы. Есть и более надежные маркеры, «сигналы зрелости»: как компания инвестирует в доверие, как превращает данные в управляемый актив, автоматизирует бэк-офис, пересобирает клиентские сценарии и выстраивает команды вокруг продукта

Премия FINNEXT — площадка, где можно увидеть картину целиком. 7 апреля 2026 года в Центре событий РБК в третий раз на одной сцене соберутся команды банков, страховых и IT-компаний, внесшие заметный вклад в цифровизацию отрасли.

Карта трендов — не витрина модных решений и не попытка угадать будущее, а срез того, что уже работает в проектах. Этот навигатор поможет увидеть за технологиями реальные изменения в процессах, продукте, клиентском опыте и понять, как они будут развиваться дальше.

## Семь трендов на FINNEXT

### 1. Премиальная цифровизация: «цифра как сервис» для требовательных клиентов.

Цифровой канал может быть не только «дешевле и быстрее», но и служить упаковкой для премиального опыта — с понятной ценностью и высоким уровнем доверия к операции. Главная премия «Инновация года» в прошлом году досталась премиальному сервису покупки золота: «консьерж-покупка» в цифровом виде — без ощущения биржевого терминала. Интрига сезона: станет ли это направление устойчивым и появятся ли в этом году сопоставимые номинанты?

**2. Управление данными как активом: превращение сырых данных в основу корпоративной культуры.** Один из самых отчетливых сигналов прошлого года — переход от разрозненных хранилищ к управлению данными как активом: с владельцами, каталогами, стандартами качества, жизненным циклом и ответственностью. В этом году можно

рассчитывать на кейсы с укреплением связки governance + безопасность + риск: данные перестают быть «сырьем для аналитиков» и становятся основой корпоративной культуры.

### 3. Бэк-офис как поток событий: кредитование «по триггерам» и риск-профиль для партнеров.

В прошлогодних кейсах особенно заметны два «вектора» цифровизации внутренних процессов. Первый — переход к событиям/триггерам: решение о выдаче кредита инициируется не «ручной заявкой», а событием в данных. Второй — выстраивание инфраструктуры, которая позволяет подтягивать данные из цифрового профиля клиента при подаче заявки через партнеров. В текущем году эти линии могут сойтись: скорость и качество решений будут зависеть от зрелости событийной модели и полноты данных, доступных на входе процесса.



# ПРЕМИЯ FINNEXT

Премия для команд и департаментов  
за реальный вклад в цифровизацию  
финансовой отрасли

«Кейсы победителей Премии FINNEXT прошлого года — срез того, что сегодня стало нормой цифровизации: управляемые данные и модели, сквозные сценарии, экспериментальные партнерства и сплоченные продуктовые команды. Что важно: в идеале отмеченные кейсы должны работать как единая система — ведь B2B-суперсервисы невозможны без Data Governance, событийный бэк-офис упирается в цифровой профиль, а персонализация требует измерения эффекта и соблюдения ограничений по данным. На вручении Премии FINNEXT 7 апреля появятся новые имена и новые кейсы — и мы увидим, как из этих сигналов складывается настоящая конкурентоспособность — в конкретных решениях, измеримом результате и способности меняться быстрее рынка».



Сергей Панов, председатель экспертного совета, основатель компаний «Регламент», «Деко системс», «Мое дело», АСН

**4. Суперсервисы для бизнеса: омниканальность как инфраструктура, а не «единый чат».** Омниканальность в B2B-сегменте взрослеет: это уже не объединение каналов коммуникации, а сборка сквозных сценариев — от запроса до результата, с персонализацией и управлением контекстом. В этом году тренд на «суперсервисы» усилится: ждем решений, закрывающих комплексы задач «под ключ».

**5. Экосистемы без лозунгов: партнерский рост через управляемые агентские сети.** Партнерские каналы превращаются в самостоятельные системы продаж: с многоуровневыми рекомендациями, понятными правилами входа и роста, прозрачной мотивацией и едиными стандартами работы с клиентом. Возможно, в 2026 году вчерашние эксперименты станут устойчивым трендом: компании будут активнее масштабировать такие сети и инвестировать в них.

**6. «Модельный маркетинг»: персонализация для «холодного» трафика.** ИИ-персонализация перестала быть привилегией «теплой» базы. Следующий шаг — управлять релевантностью там, где данных мало и контакт короткий, а цена ошибки высока. В текущем году конкуренция моделей будет только нарастать: кто быстрее учится, кто прозрачнее измеряет эффект, кто точнее работает с ограничениями по данным.

**7. ИИ из витрины — в кадровый конвейер: наем и HR «алгоритмируются».**

Прошлогодние кейсы зафиксировали зрелость HR-Tech: ИИ все чаще применяется как часть воронки подбора и управления потоком кандидатов. Теперь важно научиться не просто «оформлять» ИИ в кадровый отдел, а повысить его управляемость: какие данные используются, как оценивается качество, где проходит граница автоматизации. **Б.О**



**Какие тренды зададут направление  
финтех-рынку в этом году —  
узнаем 7 апреля!**

