

## Развитие мобильных банков – это уходящий тренд

*Сбербанк Казахстан поделился своим видением перспектив развития цифрового банкинга на Istanbul Fintech Week 2020*

Развитие мобильных банков исключительно как каналов продвижения финансовых продуктов – это уходящий тренд, считает управляющий директор Сбербанка Казахстана Амырхан Чиканаев. Своими мыслями он поделился на прошедшем международном форуме Istanbul Fintech Week 2020, где он выступил в секции, посвященной развитию digital-банков и мобильных банковских решений.

По словам эксперта, мобильные банки — это всего лишь естественная реакция финансовых институтов на развитие технологии и повсеместного проникновения мобильных телефонов в жизнь клиентов.

- Если посмотреть с точки зрения развития, то это закономерное движение вслед за клиентом, который естественным образом перешел с web-банкинга в более удобное мобильное решение. Ошибочно полагать, что эволюция клиентского поведения на этом закончилась и можно сконцентрироваться на развитии максимально удобного мобильного банка, - утверждает эксперт.

Стадия развития мобильного банка как канала подходит к концу. В какой-то момент UI/UX, сервисная поддержка и продуктовое наполнение сравниваются во всех банках. Более быстрые цифровые или Neo банки – это хороший пример ускоренной эволюции. Наглядное подтверждение растущего спроса клиентов в желании получать услуги в мобильном телефоне с интуитивно понятной навигацией и привлекательной обертке.

Очевидно, что более инертные, но финансово «крепкие» и проактивные банки, с практической бизнес-моделью обязательно нагонят и перегонят новых игроков. Но надо понимать, что Fintech, Big Tech и Telecom игроки тоже не будут стоять на месте. Конкуренция в финансовом секторе уже давно вышла за пределы финансовых институтов и будет только усиливаться. Банкам жизненно важно понимать это и не пытаться догонять уходящий «поезд» по развитию мобильных банков в формате каналов. Сотовые телефоны и мобильные приложения глубоко проникли в жизнь клиентов. Сегодня конкуренция уже давно развивается не вокруг удобного приложения, а вокруг частоты его использования в повседневной жизни. Быть просто еще одним «симпатичным» приложением с доступом к своим финансовым продуктам уже недостаточно. Важно создавать новую, не обязательно банковскую, ценность для клиента. Инфраструктура и экосистема добавочных ценностей в такой конфигурации первична. Продукты вторичны.

Другими словами, можно быть идеальным с точки зрения удобного клиентского опыта и продуктового наполнения приложением, но оставаться низкочастотным с точки зрения

клиентского использования. Один из выходов, по мнению Амырхана Чиканаева, это «платформизация». Что это значит? Ключевая задача банков не вариться в своем финансовом «соку», а развивать мобильное приложение в концепте открытой платформы, создающей ценность для внешних поставщиков продуктов, сервисов и решений. Банковские продукты и сервисы в таком концепте играют лишь вспомогательную роль и не претендуют на монополию. Таким образом каждый дополнительный участник платформы будет не только увеличивать ценностную составляющую приложения, но и создавать органический рост клиентской базы, что очень важно в условиях растущей стоимости ее привлечения и удержания.

**Для справки:**

ДБ АО «Сбербанк» входит в международную группу Сбербанк. Банк 14 лет успешно работает на финансовом рынке Казахстана, по состоянию на 01.10.2020 г. занимает 2 место по объему активов среди всех БВУ Казахстана. На сегодняшний день ДБ АО «Сбербанк» имеет филиальную сеть, состоящую из 110 структурных подразделений, 17 из которых являются филиалами. Центральный офис Банка находится в г. Алматы.