

my | GEMINI

We see local market from global perspective

# Банк 2.0: ОНЛАЙН

Конференция "БАНК ONLINE 2011"

25 - 26 октября, Киев, бизнес-центр "Cubic Center"

Александр Мосин

25 октября 2011



## Банк 2.0: ОНЛАЙН

- 
1. Ожидания и вызовы **2010-х**
  2. **Банк 2.0**: ответ на вызовы времени
  3. Банк 2.0 играет **ОНЛАЙН**
  4. my|**GEMINI** для Банков 2.0

Конференция "БАНК ONLINE 2011"

25 - 26 октября, Киев, бизнес-центр "Cubic Center"



## Общество массового потребления





## Общество массового потребления





**Положительные эмоции от потребления**



## Черты поколения «Y». Новые черты



## Точка зрения

- Они испорченные!
- У них отсутствует рабочий этикет!
- Они не уважают авторитеты!
- Они эгоцентристы и индивидуалисты!
- Они не видят своих обязательств перед компанией!
- У них нет социальных навыков!



Поколение X (сериал Friends)



Поколение Baby-boomers



## На самом деле...



- Они испорченные!
- Да они работать не умеют!
- Они не уважают авторитеты!
- Они эгоцентристы и индивидуалисты!
- Они не видят своих обязательств перед компанией!
- У них нет социальных навыков!
- Родители: «вы особенные», «вы уникальные», «вы добьетесь»!
- Умеют. Но им нужна гибкость и результат, а не усидчивость 9x5!
- Уважают и ждут встречного уважения. Но мыслят критично!
- Да, они сознают свою уникальность. И не будут простым «винтиком»
- Они не хотят работать просто так, им нужна четкая цель – и они ее достигнут!
- Очень даже есть, но иные!

- **Индивидуальность, свобода**
  - Требуется уважения и личного отношения
  - Ценит свое время
- **ВЫБОР ЕСТЬ!**
  - Умеет анализировать и выбирать лучшее. Без колебаний



- **Что такое хорошо...**
  - ...и что такое плохо? Подскажет Яндекс, Google,...



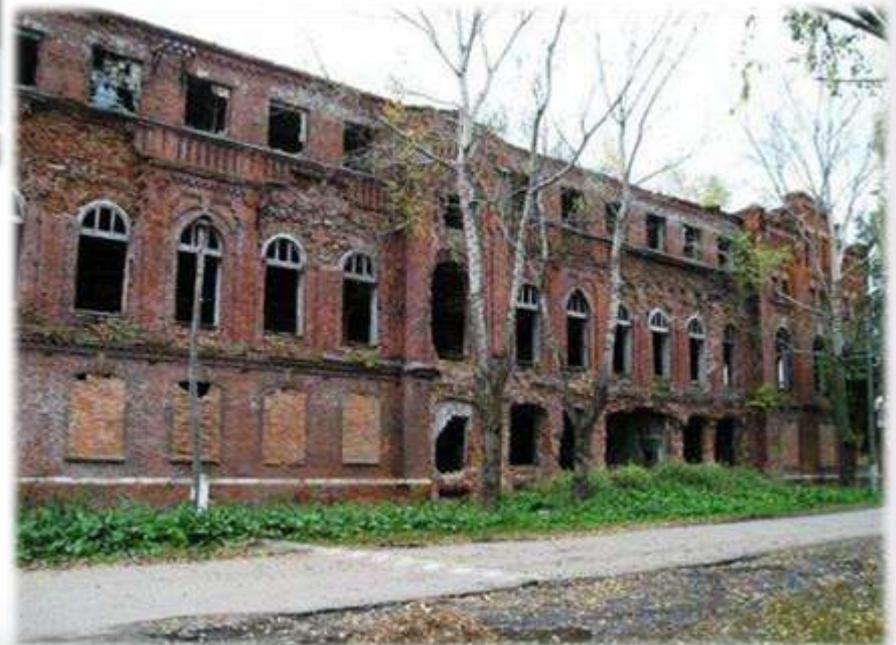
## ■ Постоянный доступ в Интернет

- Социальные сети
- Блоги, миниблоги
- Wiki, YouTube
- Другие сервисы Web2.0



## ■ *On-Line = ЖИЗНЬ*

- Все, что не представлено в Интернете, на самом деле не существует



## А только ли Поколения Y?



- Продукты и сервисы «Поколения Y» меняют ожидания и потребности всех поколений!

**Как банку ответить на вызовы времени?**



## Банк 1.0:

- Свои процессы
- Своя терминология
- Свои интересы

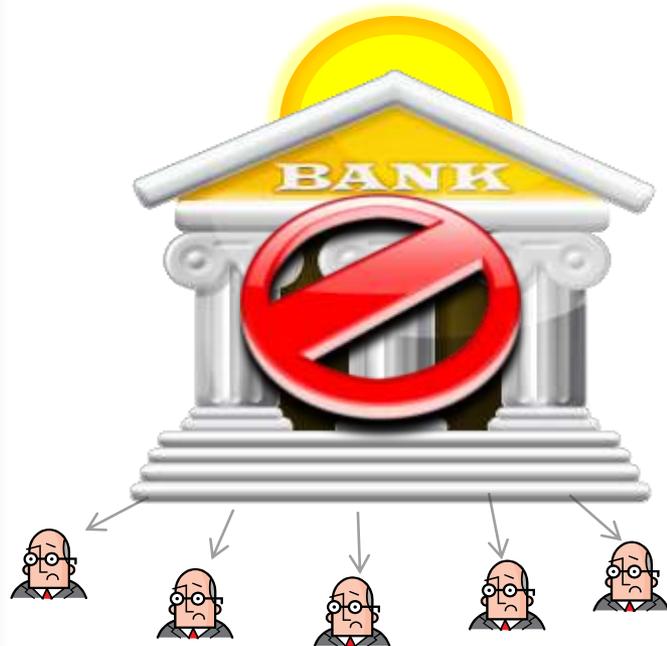
А для клиента...

- *как бы удобные сервисы*
- *как бы удобные продукты*
- *как бы удобные услуги...*



- *Перейти от концепции Банка 1.0 к концепции Банка 2.0*

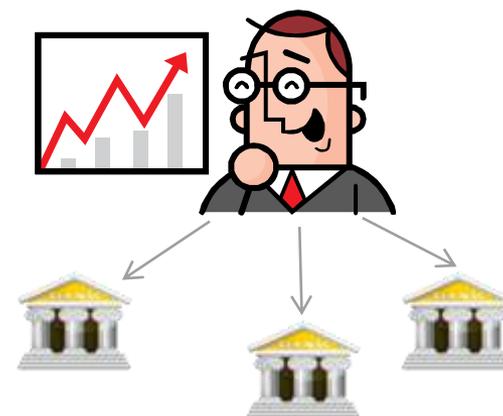
Я Господь Банк твой, Альфа и Омега  
(а ты – всего лишь смертный)



- **Банк 1.0**



- **Банк 2.0**



Ты Господь Клиент мой, Альфа и Омега  
(а мы, банки, лишь служим тебе)

## Банк 2.0:

### ■ *Главная идея*

- Клиентоориентированность. Во всем
- Customer's Experience

### ■ *Каналы обслуживания, продукты и услуги банка*

- Те, что удобны клиенту
- Там, где они удобны клиенту
- Так, как удобно клиенту

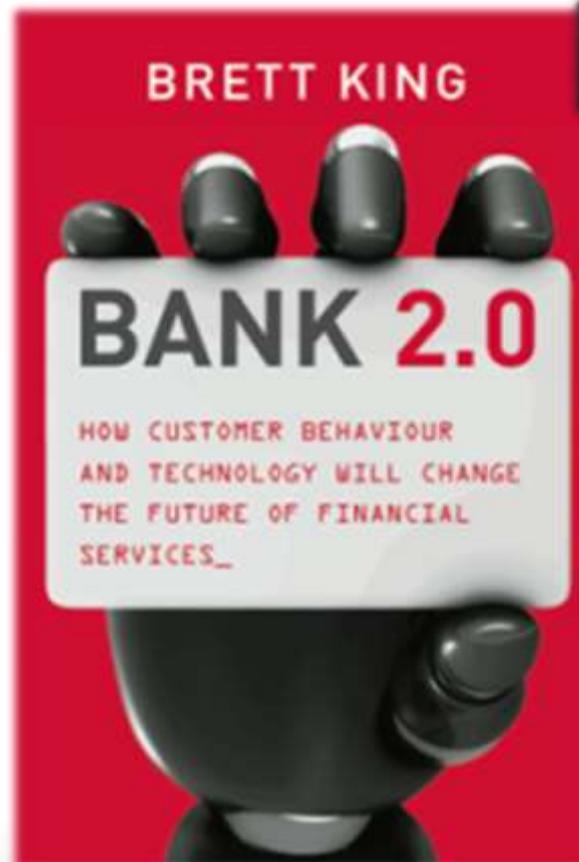
### ■ *Социализация банка*

- Банк – друг и консультант для своего клиента
- Непрерывное развитие на базе быстрой обратной связи с клиентом



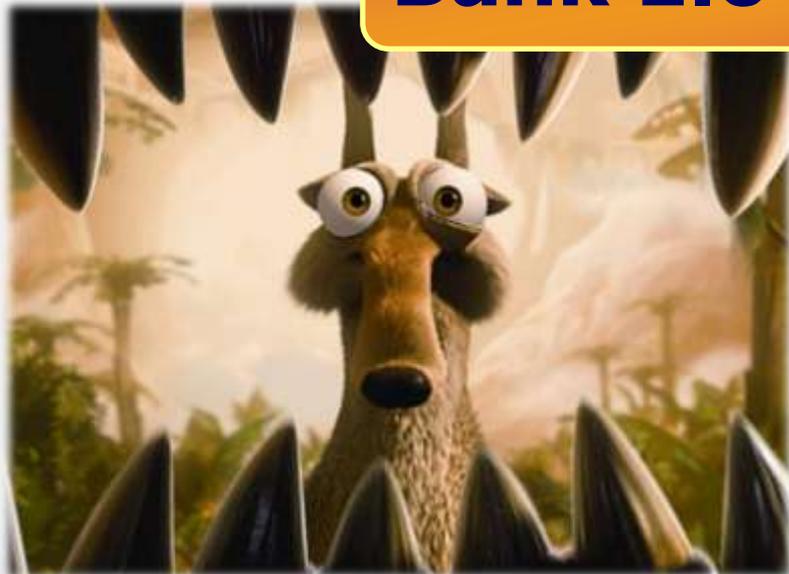


## Статья 2.0!





## Банк 1.0 vs. Банк 2.0



*" My job is great since I never have to worry about Customer Satisfaction. "*





## ■ *Что такое офис Банка 2.0?*

- Это **НЕ** центр проведения транзакций!

Deutsche Bank

- Персонализированные/массовые продажи
- Персонализированное обслуживание, в т.ч. в кросс-канальных процессах
- Новые форматы точек обслуживания, в т.ч. Банки вообще без офисов!
- Точки продаж в тех местах и в таком формате, где они требуются



## ■ Контакт-центры

- Как проактивные точки продаж
- Как центр компетенции по клиенту



## ■ Банкоматы и киоски

- Как проактивные точки продаж
- Богатство технологий и присутствие клиента

## ■ Синергия многоканальности

- Кросс-канальные процессы
- Обратная связь с клиентом
- Повышение удобства – и ценности клиента!





Дата	Описание	Сумма	Остаток	Карреспондентский счет
05.05.05	ВТХД	10.00	10.00	2020381023804010000
18.05.05	ЗАРПЛА	3000.00	3010.00	4742281093804992100
		10000.00	13010.00	4742281093804992100
		370.00	13380.00	4742281093804992100
		2800.00	16180.00	4742281093804992100
27.06.05	ЗАРПЛА	2500.00	18680.00	4742281093804992100
06.07.05	ЗАРПЛА	500.00	19180.00	4742281093804992100
08.07.05	ЗАРПЛА	2000.00	21180.00	4742281093804992100
13.07.05	ЗАРПЛА	200.00	21380.00	4742281093804992100
19.07.05	ВРХОДЛ	3000.00	24380.00	4742281083804992400
21.07.05	ЗАРПЛА	300.00	24680.00	4742281093804992100
26.07.05	ЗАРПЛА	1000.00	25680.00	4742281093804992100
27.07.05	ЗАРПЛА	300.00	25980.00	4742281093804992100
14.08.05	КАПИТ.	43.60	26023.60	4741181023804000000
15.08.05	ЗАРПЛА	6000.00	32023.60	4742281093804992100
17.08.05	ЗАРПЛА	2500.00	34523.60	4742281093804992100
17.08.05	ЗАРПЛА	250.00	34773.60	4742281093804992100
18.08.05	ЗАРПЛА	8350.00	43123.60	4742281093804992100
29.08.05	ЗАРПЛА	5500.00	48623.60	4742281093804992100
30.08.05	ЗАРПЛА	100.00	48723.60	4742281093804992100
30.08.05	ЗАРПЛА	500.00	49223.60	4742281093804992100

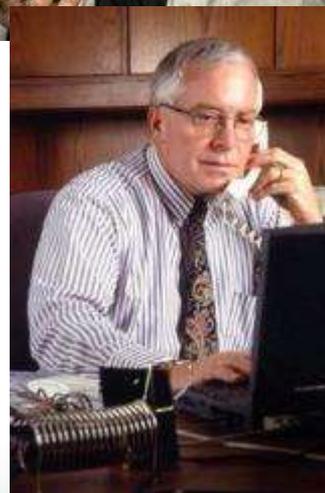
## ■ Что такое ИБ Банка 2.0?

- Это **НЕ** краткие сведения по продуктам и 2-3 вида операций!



## ■ Что такое ИБ Банка 2.0?

- Это полный функционал\* офиса
- Это персонализированное обслуживание и продажи



\*С учетом возможностей конкретного канала



Дата	Описание	Сумма	Остаток	Кард.идентификационный номер
05.05.05	ВТД	10.00	10.00	2020281023804010000
18.05.05	ЗАРПЛА	3000.00	3010.00	4742281093804992100
		10000.00	13010.00	4742281093804992100
		370.00	13380.00	4742281093804992100
		2800.00	16180.00	4742281093804992100
27.06.05	ЗАРПЛА	2500.00	18680.00	4742281093804992100
06.07.05	ЗАРПЛА	500.00	19180.00	4742281093804992100
08.07.05	ЗАРПЛА	2000.00	21180.00	4742281093804992100
13.07.05	ЗАРПЛА	200.00	21380.00	4742281093804992100
19.07.05	ВРЮДА	3000.00	24380.00	4742281085804992400
21.07.05	ЗАРПЛА	300.00	24680.00	4742281093804992100
26.07.05	ЗАРПЛА	1000.00	25680.00	4742281093804992100
27.07.05	ЗАРПЛА	300.00	25980.00	4742281093804992100
14.08.05	КАПИТ.	43.60	26023.60	4741181023804000000
15.08.05	ЗАРПЛА	6000.00	32023.60	4742281093804992100
17.08.05	ЗАРПЛА	2500.00	34523.60	4742281093804992100
17.08.05	ЗАРПЛА	250.00	34773.60	4742281093804992100
18.08.05	ЗАРПЛА	8350.00	43123.60	4742281093804992100
29.08.05	ЗАРПЛА	9500.00	48623.60	4742281093804992100
30.08.05	ЗАРПЛА	100.00	48723.60	4742281093804992100
30.08.05	ЗАРПЛА	500.00	49223.60	4742281093804992100

## ■ Что такое ИБ Банка 2.0?



Новая категория сообщений

Персональный менеджер  
Alexandr Vladimirov Phone: +77 788 432 754

Служба поддержки

Предложения/жалобы

Почтовое сообщение  
Банк(1)  
На прошлой неделе

17/2/2011 - Our bank became The Best Internet Bank 2010  
Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a...

17/2/2011 - The bank donates 100 000 RUB to charity  
Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roo...

I would like to complain about assistant in call centre



## ■ Технологии Web 2.0

- Мэшап и графики
- Дизайн и интерактивность UI
- Социализация (сети),
- Генерация контента пользователем
- Instant Messaging

Main Categories

- Auto & Travel
- Auto
- Financial
- Food
- Home
- Health
- Food&beverage

Feed

- Alcohol
- Fast Food
- Grocery
- Restau
- Launch

Calendar

2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31

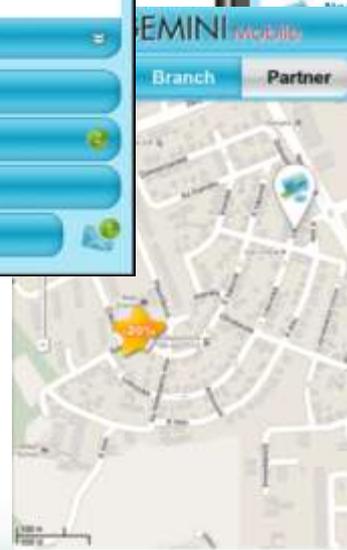


## ■ Что такое МБ Банка 2.0?

- Это уже НЕ SMS-оповещения!

## ■ Что такое МБ Банка 2.0?

- Эргономика каждой платформы
- Персонализированные геосервисы
- Персонализированный банковский функционал





## ■ Как работать с клиентом Банка 2.0?

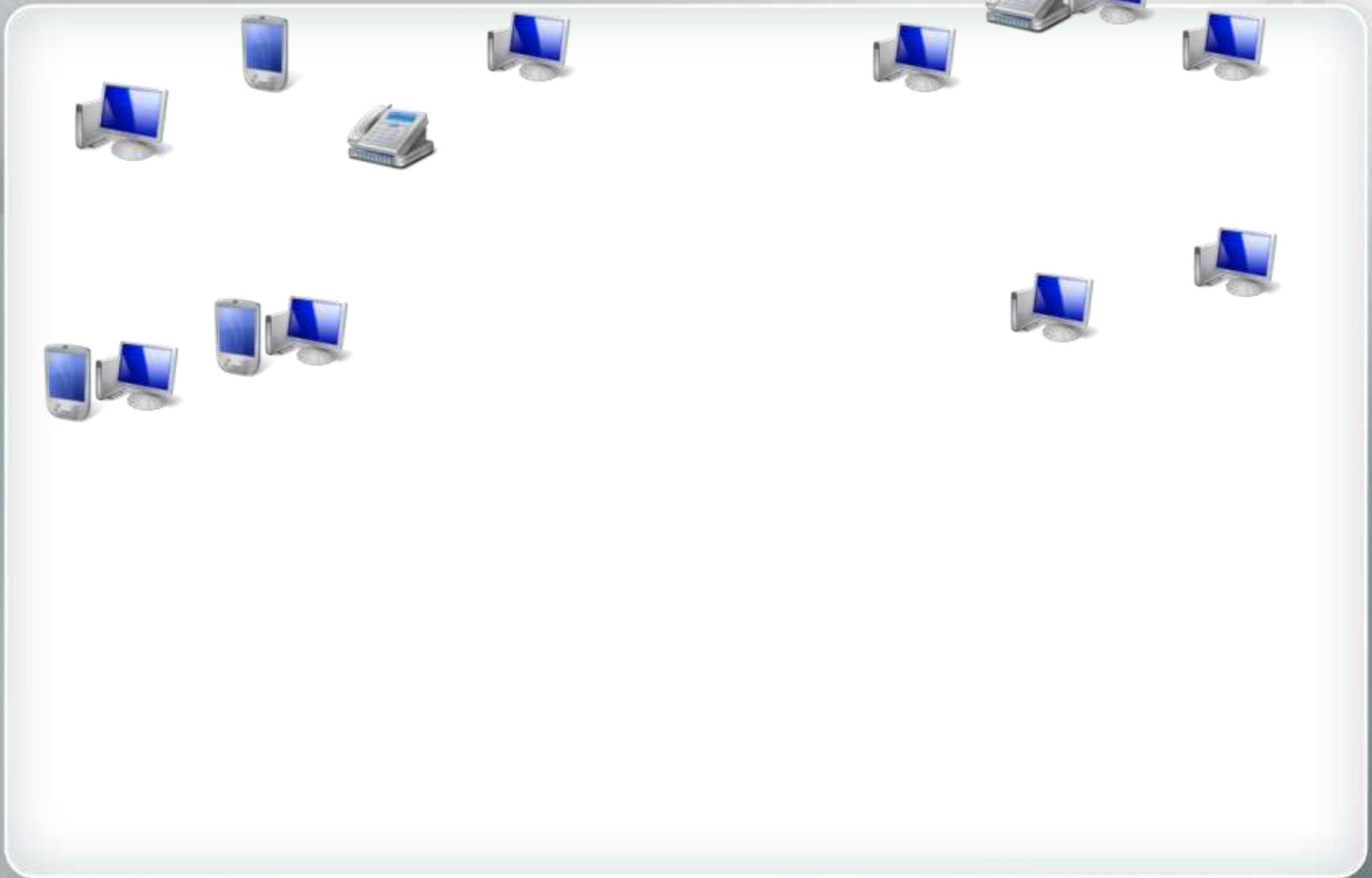
- Не безадресной рекламой!
- Не массово-безликими сервисами!



## ■ Как работать с клиентом Банка 2.0?

- Быть рядом с клиентом в его повседневной жизни
- Быть отзывчивым и индивидуальным
- Говорить с клиентом на одном языке







■ **Как взлетит Ваш клиент?**

- Решать Вам. Но если Вы ошибётесь, клиент взлетит без Вас

■ **Мир не стоит на месте**

- Финансовые услуги перестают быть монополией банков





gemini\_Banking



GEMINI\_Banking



GEMINI Banking

## Конференция "БАНК ONLINE 2011"

25 - 26 октября, Киев, бизнес-центр "Cubic Center"

[www.bankweb20.ru](http://www.bankweb20.ru)  [www.myGEMINI.eu](http://www.myGEMINI.eu)

my | GEMINI

### BSC Praha Headquarters

[www.bsc-ideas.com](http://www.bsc-ideas.com)  
tel.: +420 272 104 111  
[marketing@bsc-ideas.com](mailto:marketing@bsc-ideas.com)



### BSC Prešov

[www.bsc-ideas.com](http://www.bsc-ideas.com)  
tel. +421 517 560 373  
[marketing@bsc-ideas.com](mailto:marketing@bsc-ideas.com)

### BSC Moscow

[www.bsc-ideas.ru](http://www.bsc-ideas.ru)  
tel.: +7 495 987 444 0  
[marketing.ru@bsc-ideas.com](mailto:marketing.ru@bsc-ideas.com)

### BSC Vladimir

[www.bsc-ideas.ru](http://www.bsc-ideas.ru)  
tel. +7 495 987 444 0  
[marketing.ru@bsc-ideas.com](mailto:marketing.ru@bsc-ideas.com)