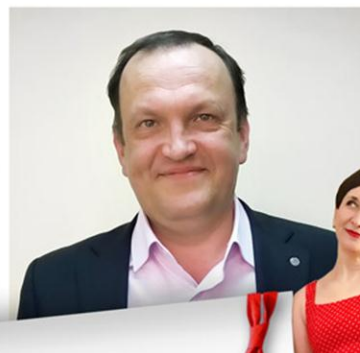




ОТ СОЗДАТЕЛЕЙ КОНФЕРЕНЦИЙ
«ПЛАТЕЖИ И КАРТЫ 2012» И
«ПЛАТЕЖИ, КАРТЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 2015»



КОМЕДИЯ
О ЧЁМ ГОВОРЯТ
МУЖЧИНЫ...
...ЕСЛИ ОНИ БАНКИРЫ

АНДРЕЙ ПОДДЕРЕГИН ВАЛЕРИЙ КАРДАШ ВАЛЕНТИН СОКОЛОВ КОНСТАНТИН ОКУНЕВ
ИННА ВИКТОРИЯ ОЛЬГА ЕЛЕНА саундтрек **ДЕТИ**

С 26 АПРЕЛЯ В ПРОКАТЕ

От коллектива авторов
докладчик:

Андрей Поддерегин



СБЕРБАНК

ПУБЛИЧНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

О мобильных платежах

Что думают клиенты?

Что думают клиенты об использовании Wallet?

Факты: GALLUP Report, октябрь 2015

Только 13%
взрослого
населения США
имеют Wallet в
смартфоне

Google Wallet – 35%
Apple Pay – 24%
PayPal – 22%

87% взрослого
населения США
не имеют Wallet

76% из них либо
никогда, либо в
течение последних
30 дней не
использовали его
для покупок

38% из них не видят
преимуществ в этой
технологии

91% из них не
планируют его
использовать в
ближайшие 12 мес.

**Основные
причины:**

55% - опасения за
безопасность

21% - недостаток
информации для
принятия
решения

14% - не видят
преимуществ по
сравнению с
картами

5% - по причине
не развитой сети
приема

Что заставит клиентов использовать Wallet?

Факты: Исследования потребительских настроений в 2015 г.

Исследование Accenture настроений потребителей в США 3Q 2015

54% — будут расплачиваться с мобильного, если это позволит получить скидку в будущем

53% — если смогут получать доп. бонусы по карте лояльности, загруженной в смартфон

53% — если в мобильном приложении будут дополнительные удобные функции

49% — если через мобильное приложение можно будет узнать доп. информацию о продукте

48% — если бы через мобильные приложения можно было получить чек

Исследование Ovum настроений потребителей в Европе 2015

45% — отметили заинтересованность в более безопасных сервисах

44% — хотят, чтобы мобильные платежи принимало большинство торговцев

37% — могут заинтересовать акции и скидки (50% - в Великобритании)

32% — низкие комиссии

30% — простота использования

Исследования потребительских настроений в 2015 г.

Выводы.



Исследования потребительских настроений в 2015 г.

Выводы.



Увеличение сегмента клиентов, готовых к использованию Wallet, неизбежно

- Увеличивается сегмент клиентов, «родившихся со смартфоном в руках»
- «Естественная убыль» клиентов с опытом использования классической карты относительно увеличивает сегмент, готовый пользоваться Wallet без дополнительных условий
- Решение вопросов удобства использования Wallet (чеки, унификация способов верификации) будут увеличивать количество клиентов, готовых перейти к Mobile

Охват клиентов

- У банков в ближайшие годы отсутствует возможность предложить собственный Wallet всем своим клиентам
- На клиентов с OS Android нацелены кроме банков Google, Samsung, MasterCard и все X-Pay на платформе OS Android
- Самый доходный сегмент клиентов с Apple не может быть покрыт собственным Wallet
- Максимально дружественными для клиентов являются недоступные банкам Wallets Apple и Samsung
- Максимальную функциональность (In-Store, On-line, In-App) смогут предложить клиентам Wallet от владельцев market'ов (Apple, Google, Samsung, ...)
- Высокая вероятность получения Wallet Providers самостоятельного статуса в платежных системах

Рыночная ниша локальных Wallet – в объединении со схемами лояльности

- Реализация в настоящий момент невозможна по причине отсутствия единого стандарта обмена данными о платеже и скидке/лояльности в единой транзакции

Об оплате в транспорте

Кому и в какой форме это необходимо?

Киевский метрополитен*

Бесконтактная оплата банковскими картами внедрена с июня 2015 г.

- Успешно оплачены с помощью MasterPass >1,3 млн. поездок
- Более 14 тыс. успешных транзакций в день и продолжается рост

Цель внедрения

- Использование карты для оплаты ежедневных поездок стимулирует рост безналичных расчетов

* - Данные MasterCard

Transport for London**

Дополнительно к автобусам бесконтактная оплата банковскими картами внедрена с сентября 2014 г. в метро, трамвае, DLR, Overground

- С помощью бесконтактных карт оплачивается ≈1 млн. поездок в день

Пример для нас

- Большинство бесконтактных карт активируются в London Underground

** - Transport for London Annual Report 2014/2015



Но также в Transport for London*

- Ежедневно совершается ≈ 30 млн. поездок
- Население Лондона - 8,6 млн. чел.
- В обращении находится 9,46 млн. шт. Oyster card
- Одна поездка в LU в пределах: зоны 1: £2.4; зон 1-9: Off Peak £4.1, Peak £7.0 но средняя цена одной поездки во всех зонах LU согласно годовому отчету **£1.85**

Contactless Bank Card

- to pay as you go
- Daily & Weekly capping

Oyster card

- to pay as you go
- add Travelcards and Bus & Tram Passes
- transferrable even registered in smb.name

В результате бесконтактными картами оплачивается всего $\approx 3\%$ поездок

* - Transport for London Annual Report 2014/2015 & TfL website

Оплата в транспорте

Что говорят клиенты?

Ron Delveno | Transport for London and the hyping of contactless payments | atm marketplace March 11,2016

Contactless card payments were invented as a way to displace cash as a payment method.

They had been around for 50-plus years, were spending zillions on marketing, but cash, inconveniently, wouldn't die.

What to do? Well, how about **forgetting about PIN — previously crucial to EMV — and which the world for years had been told was vital to ending card payment fraud?** Great! No PIN required! Just touch your card and the deal is done!

Payment choice for customers doesn't matter to London Transport.

Example? You can use cash on a bus in Los Angeles but not in London. London Transport banned cash two years ago.

Also, London Transport already has its own form of closed-loop contactless card — **Oyster** — which **gives users a huge discount over buying individual journeys with cash.**

So the card schemes did a deal with London Transport: Let us muscle in on Oyster (which many Londoners love), so that people can use our contactless cards on buses, trains and the Underground in London.

Oyster has a number of advantages over the card scheme products but what does that matter? Money talks and so the deal with London Transport was done.

Оплата в транспорте Что говорят клиенты?

Ron Delveno | Transport for London and the hyping of contactless payments | atm marketplace March 11, 2016

Actually, **contactless is probably more of a tourist "thing."** ...

The tourists won't usually know how much they are paying for the privilege until they check their bank statements when they get home, but, hey-ho, travel needs to throw up the unexpected if it is to be exciting!

One last point on all the contactless hype.

Much is made of the speed of the transactions. However, as far as the London Underground is concerned, **it is actually faster to get through the ticket barriers using a conventional ticket than contactless!**

I know because, unlike most of those claiming otherwise, I have used both!

Sheena Patel, a passenger at Green Park | Transport for London Annual Report 2014/2015

I've been using contactless payments when I've forgotten my Oyster and left it at home and when I've been in a rush and not had the time to top up. It's really good, very efficient and very easy.

Оплата в транспорте

Выводы

Уход от наличных – комплексная программа Transport of London

Основной способ оплаты в Transport of London – Oyster Card

Пополнение баланса Oyster Card, покупка проездных производится в т.ч. с помощью банковских карт

Бесконтактные банковские карты используются для прямой оплаты поездок менее чем в 3% случаев

По этой причине они не могут влиять на поведение основной массы населения Лондона

Зачем этот проект платежным системам?

Зачем этот проект платежным системам?

Каждый из 365 млн.
«тап» в Transport for
London в год ...

в режиме онлайн...

оплачивают
одновременно
эмитент и эквайр...

Если платежные
системы окажутся
правы...

и «тап» везде войдет
в привычку ...

В VisaNet и Banknet
появятся новые
мелкие транзакции...

Достоевский разговаривает со своим героем, Родионом Раскольниковым:

- Что же это ты, Родя, старушку! ... за 20 копеек!!!...
- Не скажите, Федор Михайлович, 5 старушек – уже рубль!

Оплата в транспорте Что говорят...

Проникновение технологий платежных систем на развитых рынках уже достигло насыщения:

все кто хотел/мог позволить принимать/платить с помощью карты уже делают это

Прирост бизнеса платежных систем Visa и MasterCard остановился

Освоение сегмента микроплатежей на основе существующих технологий позволяет

получить дополнительный доход на уже понесенные инвестиции в VisaNet и Banknet

Подходят ли существующие технологии Visa и MasterCard для сегмента микроплатежей?

Оправдан ли 100% он-лайн?

Для всех ли рынков?

Оплата в транспорте

Что говорят...

Ситуация с оплатой транспорта в Украине существенно хуже: у нас нет барьера для «тап» в виде эффективного проездного (что такое сейчас 50 копеек?)

Регулярно пользующийся метро киевлянин (2р x 5 дней в неделю) в год совершит ≈ 520 поездок, что принесло бы эмитенту

около 200 грн. расходов в год на оплату услуг МС и процессирование (по курсу 11 грн/€! и тарифам МС до 04.04.2016)

Многие портфели в масс-сегменте выдержат $\approx +200$ грн. затрат в год? Какой выход?

Перенести на клиента?

Клиент: банк – это дорого

Избежать расходов?

Банк: Pay Pass/Wave не для массового сегмента

Являются ли решением новые тарифы МС?

Оплата в транспорте

Являются ли решением новые тарифы МС?

Факты

Тарифы за авторизацию и клиринг для транзакций <20 грн. снижены от 2,5 до 10 раз, в интервале 20-150 грн. снижены в 1,8 раза

Но при этом интервал > €60 сокращен до €35 (1000 грн.) и тариф повышен 2,4 раза

Что говорят...?

Локальный офис МС слышит рынок и решает поставленные вопросы в HQ

Возможно, ему удалось при обсуждении с HQ сместить пороги так, чтобы в целом украинским банкам стало выгоднее, хотя бы временно

Но повышение тарифа в интервале > €60 → €35 является свидетельством, что:

- МС управляет средней стоимостью транзакции и она выше, чем тариф для интервала <20 грн.
- Оплачивать мелкие транзакции все равно будут банки (их клиенты), но не в прямой форме

Оплата в транспорте Что говорят...

Похоже, теперь эмитентам для компенсации увеличения расходов от существующего портфеля остается только срочно выпускать MasterPass и заталкивать клиента в метро. 😊
Но как только средняя доходность транзакции вследствие изменений в структуре операций перестанет устраивать платежную систему, что произойдет? 😞

Почему мы не во всем наследуем опыт Transport for London?

Почему внедрение оплаты в транспорте Украины не началось с продажи проездных?

В чем разница между
175 грн. за 50 поездок и 50 раз «тап» по 4 грн.?

А в чем разница между аналоговой и цифровой фотографией?

В чем разница между аналоговой и цифровой фотографией?

В пикселях на дюйм?

В различиях между цифровым и аналоговым шумом?

В стоимости кадра?

В роли фотографа в итоговом результате:

Композиция – важнейший организующий компонент фотографии, придающий снимку единство и цельность, соподчиняющий его элементы друг другу и всему **замыслу фотографа**

В аналоговой фотографии каждый кадр был «на вес серебра», что стимулировало развитие у фотографа навыков построения композиции до нажатия на спуск затвора

Цифровые технологии заменили навыки построения композиции серией кадров → в репортажной фотографии вместо фотографа выбор нужного кадра делает редактор

Для удачного кадра (прогнозирования развития событий в кадре) в репортажной фотографии важно уметь видеть происходящее и за пределами видоискателя!

Что общего между фотографией и карточным портфелем?

Выстраивая кадр, не ограничивайтесь рамками видоискателя.

Анализируйте тарифы в комплексе, а не для отдельной операции/продукта.

Происходящее за пределами рамок видоискателя может существенным образом повлиять на композицию снимка.

Не связанные с операцией/продуктом тарифы, альтернативные предложения могут существенным образом повлиять на доходность всего портфеля.

Не спускайте затвор фотоаппарата, не выстроив композицию снимка в соответствии с вашим творческим замыслом.

Не выпускайте карты, не определив точно сегмент и поведенческую модель клиентов.

Избегайте серии кадров: при неудачной композиции выбор снимка вместо вас сделает редактор.

Помните, выпущенные карты могут быть использованы против вас: «редакторами» будут ваши клиенты, совершающие операции или платежные системы, изменяющие тарифы.



О равноправии ...

но не гендерном 😊

КОМЕДИЯ
О ЧЁМ ГОВОРЯТ
МУЖЧИНЫ...

...ЕСЛИ ОНИ БАНКИРЫ

АНДРЕЙ ПОДДЕРЁГИН ВАЛЕРИЙ КАРДАШ ВАЛЕНТИН СОКОЛОВ КОНСТАНТИН ОКУНЕВ
ИННА ВИКТОРИЯ ОЛЬГА ЕЛЕНА саундтрек **ДЕТИ**

С 26 АПРЕЛЯ В ПРОКАТЕ

**Все разговоры героев в
данном произведении –
художественный вымысел
авторов...**

... кроме фактов

Коллектив авторов благодарит за
помощь в подготовке плаката
Управление маркетинга
ПУБЛИЧНОГО АКЦИОНЕРНОГО
ОБЩЕСТВА «СБЕРБАНК»
и персонально Ларису Лаврову!

Спасибо за внимание!