

# Роль интернет-банкинга в изменении модели поведения карточного клиента

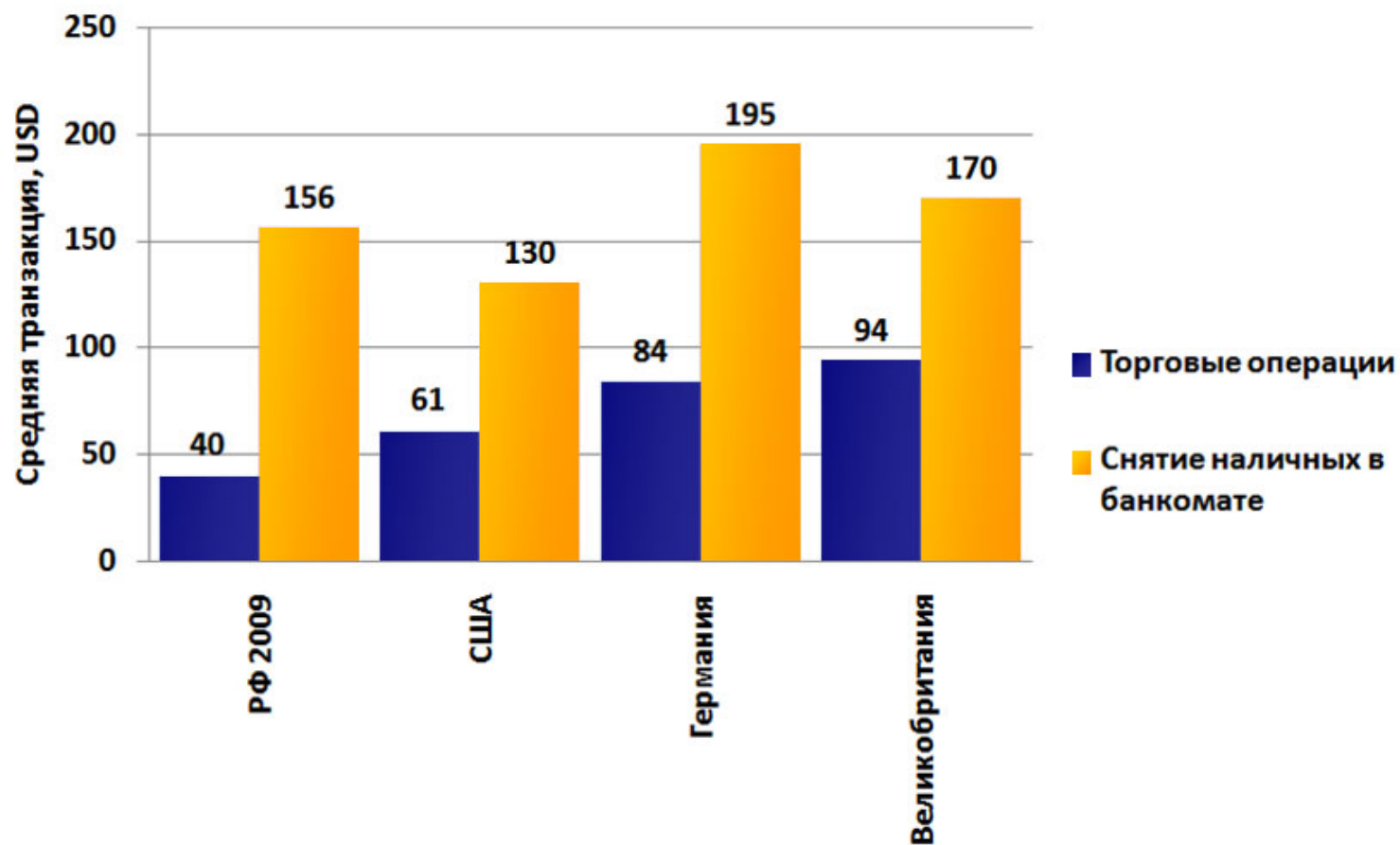


**Докладчик:** Д.С. Гондусов, *Генеральный директор платежной системы интернет-банкинга HandyBank*

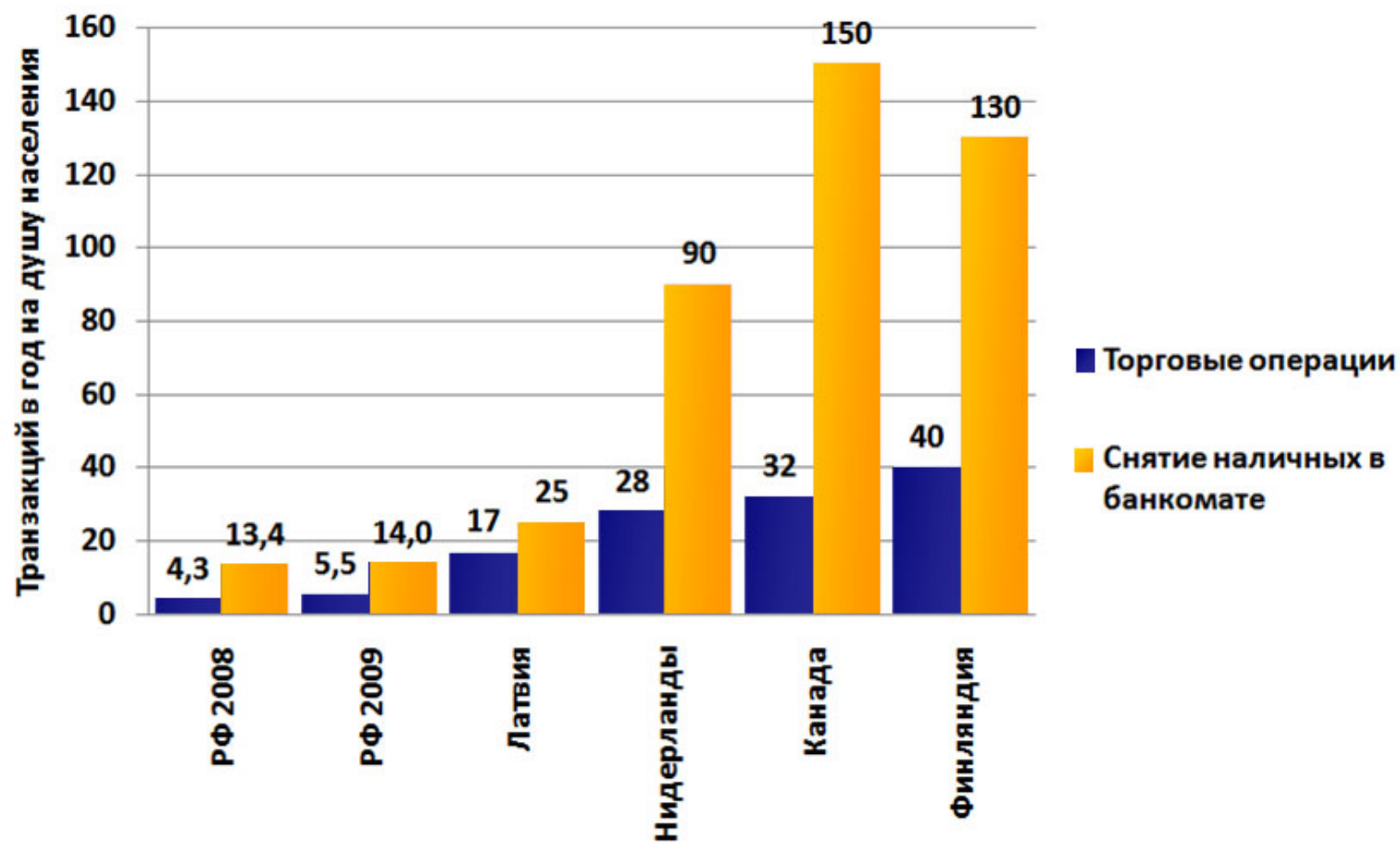
# Ключевые показатели по карточным операциям



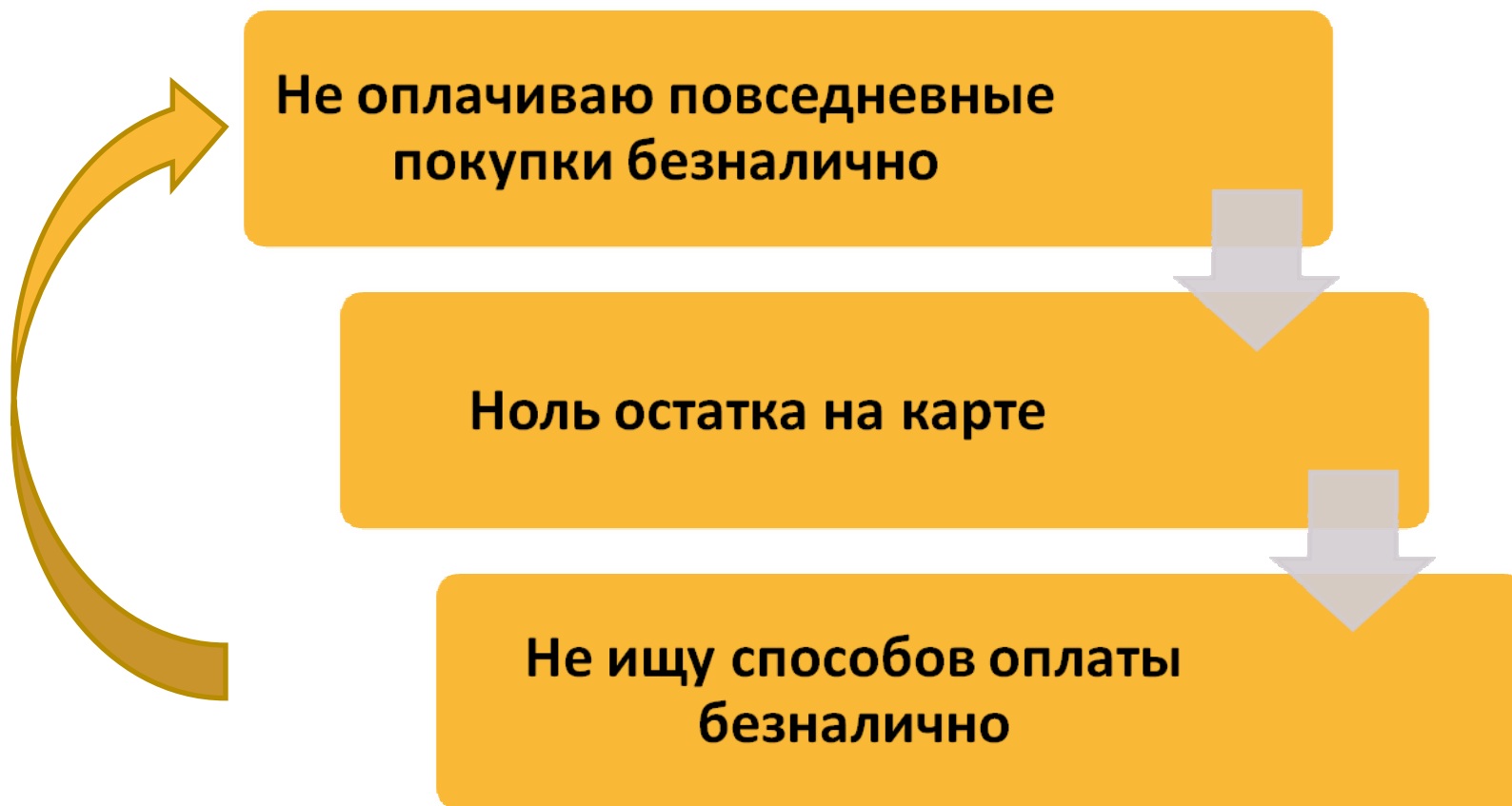
# Ключевые показатели по карточным операциям



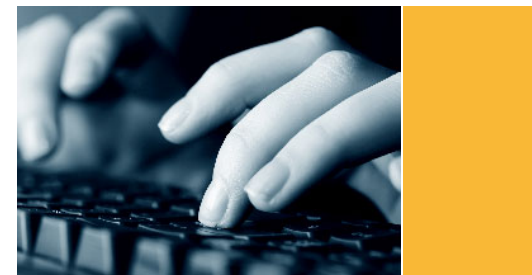
# Ключевые показатели по карточным операциям



# Замкнутый круг «наличной» поведенческой доминанты карточного клиента



# Как изменить «наличную» поведенческую доминанту клиента



Сегмент	Кол-во потенциальных транзакций в месяц	Основные мотиваторы для перехода на безналичную оплату
Периодические покупки в офф-лайне (магазины)	15-35	Бонусные и накопительные программы на карт. счетах
Микроплатежи (терминалы и т.п.)	5-10	Высокая комиссия, наличие интернет-банка на карточном счете
Банковские платежи (платежные поручения, переводы, налоги и т.п.)	2-3	Высокая комиссия, очереди в фронт-офисе банка, наличие интернет-банка на карточном счете

# Как изменить «наличную» поведенческую доминанту клиента



**Пользуюсь интернет-банком**

**Необходимо принимать решение по остатку на карте**

**Появляется возможность оплаты безналично**  
(в том числе в офф-лайне в магазинах)

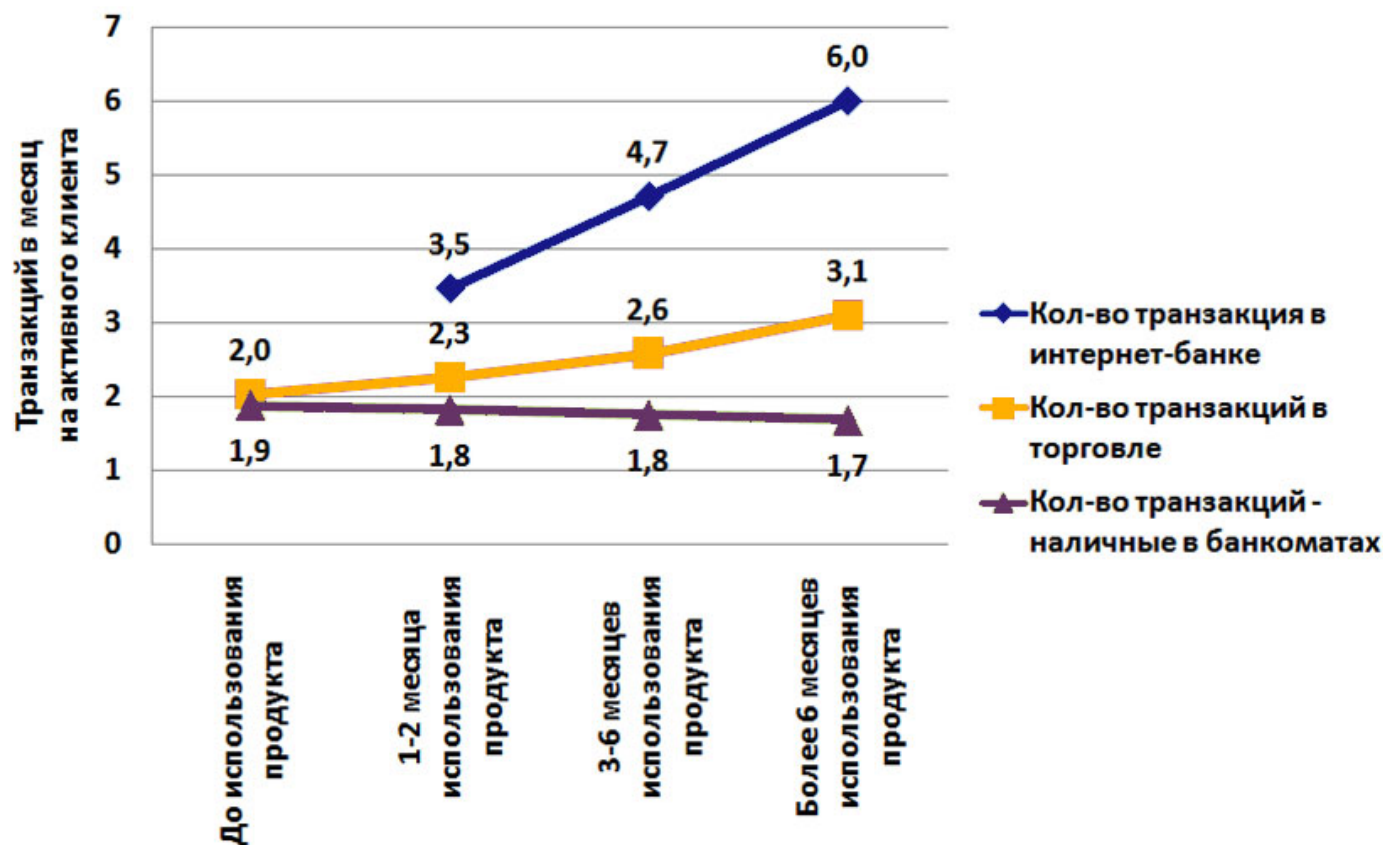
# Как изменить «наличную» поведенческую доминанту клиента



- Розничный клиент не решает минимаксную задачу: вместо выбора оптимального сочетания он выбирает доминанту и ей следует
- Если клиент выберет безналичную поведенческую доминанту, то он оставит на счете больше, чем нужно для проведения ежемесячных платежей

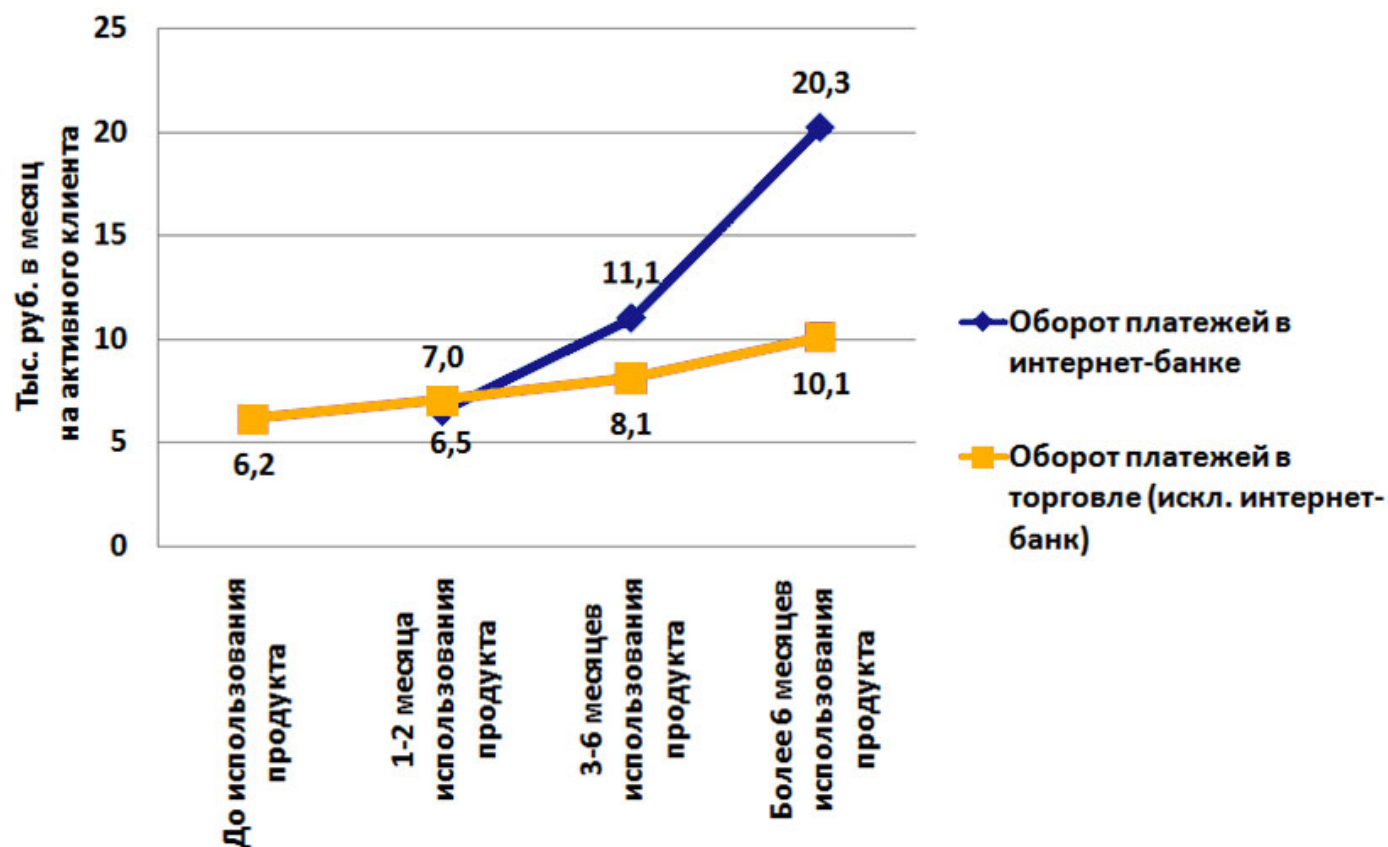


# Изменение модели поведения карточного клиента



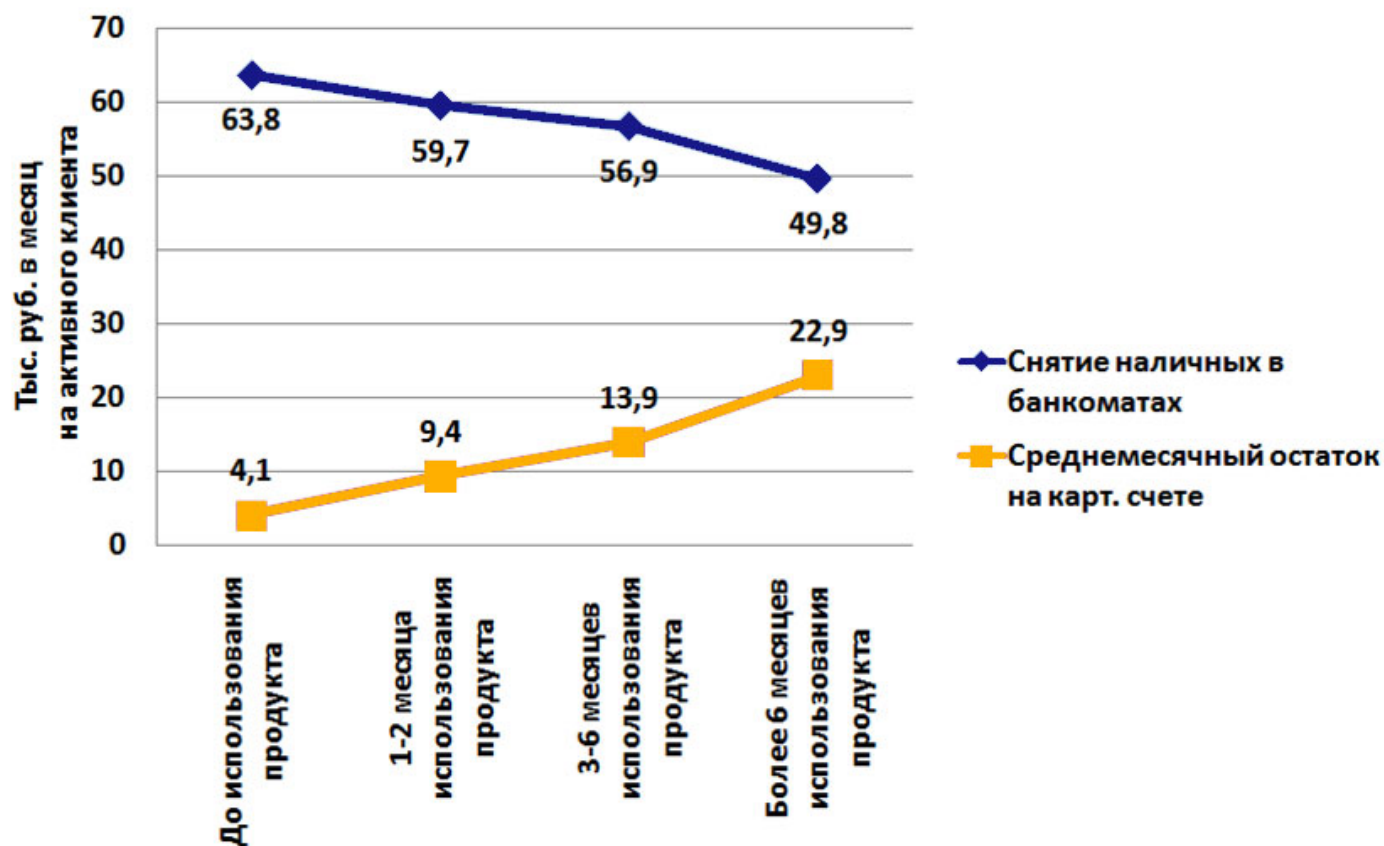
Статистика на базе интернет-банкинга HandyBank  
В систему HandyBank на 01.01.2011 входит 36 банков

# Изменение модели поведения карточного клиента



Статистика на базе интернет-банкинга HandyBank  
В систему HandyBank на 01.01.2011 входит 36 банков

# Изменение модели поведения карточного клиента



Статистика на базе интернет-банкинга HandyBank  
В систему HandyBank на 01.01.2011 входит 36 банков

# Цена вопроса для банковской розницы



- Увеличение показателя доли торговых операций в Российской Федерации с 9% до 30% (уровень Германии) сформирует дополнительные остатки на карточных счетах в размере **около 115 млрд руб.**

# Основные факторы, влияющие на активность клиента в интернет-банкинге



**1. Состав  
продукта**



**Более 80% клиентов  
интересуются платежными  
сервисами, а не внутренними  
переводами между счетами**

**2. Способ  
подключения к  
продукту**



**Дистанционный способ  
подключение увеличивает темп  
подключения пользователей к  
сервису более, чем в 3 раза**

# Основные факторы, влияющие на активность клиента в интернет-банкинге



**3. Способ  
подписания  
платежа**



**Максимальное кол-во  
транзакций в расчете на  
1 клиента совершается в  
продуктах с подписанием  
платежа через СМС**

**4. Возможность  
взаимообучения  
клиентов**



**Единый или схожий интерфейс  
продукта в различных банках мог бы  
привести к «лавинообразному» росту  
кол-ва пользователей, по аналогии с  
системами электронных денег**

# Спасибо за внимание!



Дополнительная информация:

Гондусов Дмитрий

Тел. (495) 740-01-11

E-mail: [gondusov@handybank.ru](mailto:gondusov@handybank.ru)

Сайт: [www.handybank.ru](http://www.handybank.ru)