

система интернет-банкинга

HandyBank

TOP-10 основных тенденций 2012 года в интернет-банкинге

Докладчик: Дмитрий Гондусов
Генеральный директор системы HandyBank

Бонусные программы



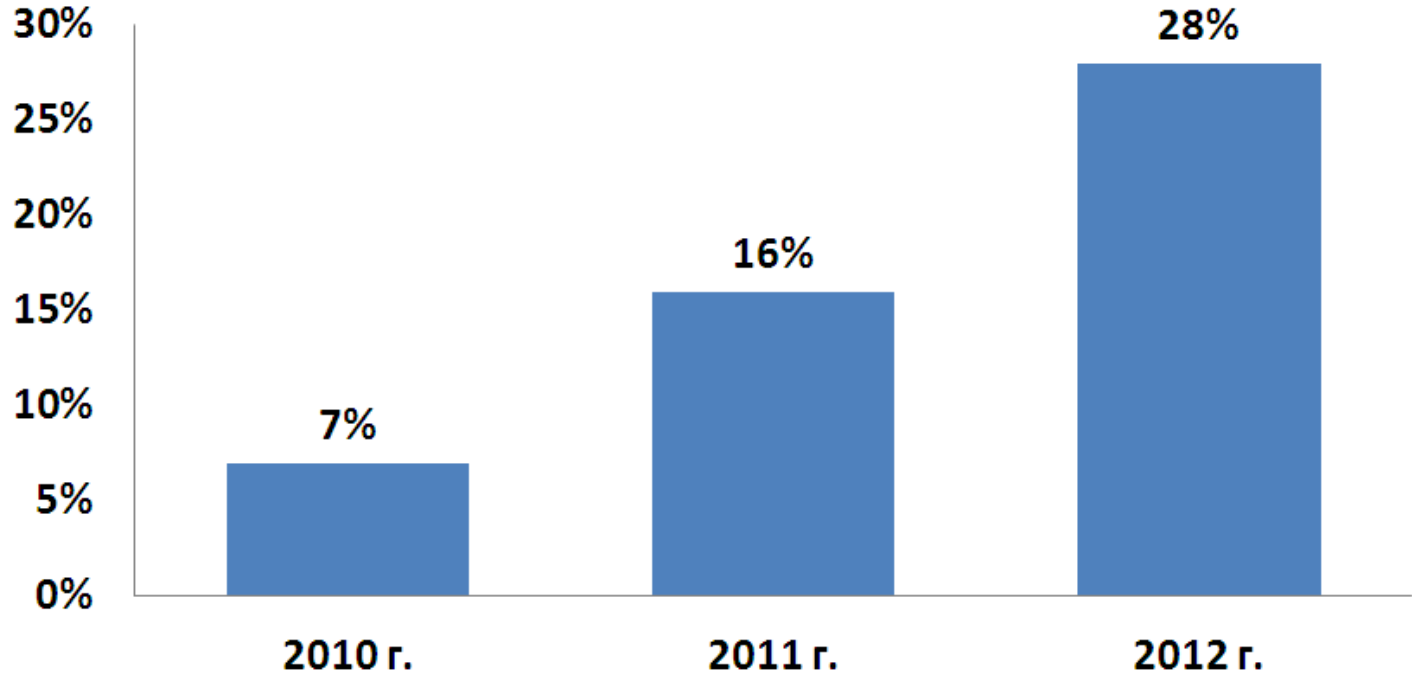
- Интеграция дистанционных сервисов (Web-банк, мобильный банк) с бонусными / cash back программами банков
- Текущие ожидания клиента:
 - ✓ Информационное пространство по бонусным программам интегрировано в дистанционные продукты банка
 - ✓ Вся информация по бонусному счету представляется по аналогии с текущим счетом
 - ✓ Накопленные бонусы можно потратить в онлайн



Дистанционное подключение клиентов

- Значительный рост интереса клиентов к дистанционным способам подключения к продукту

Доля дистанционных подключений*



*На базе статистики по системе HandyBank, на 01.02.2013 – более 120 банков

Мобильный банкинг



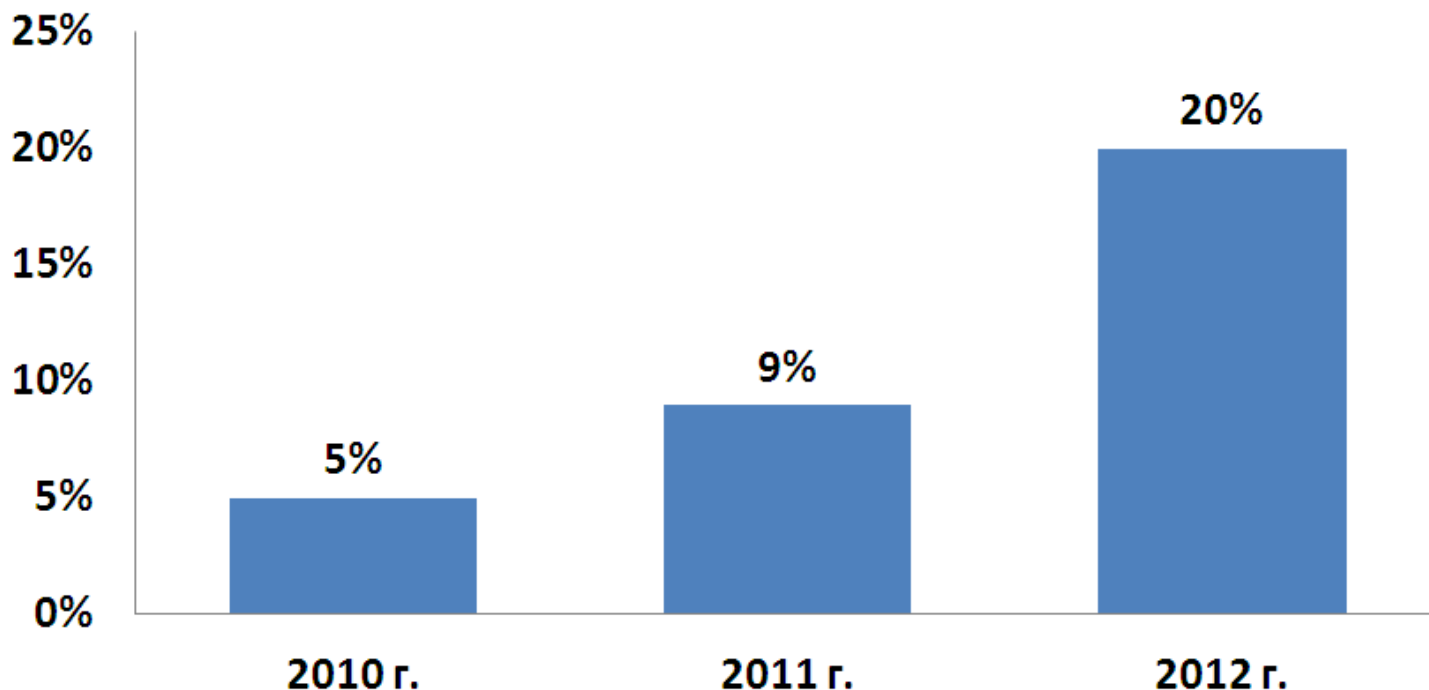
- Мобильный банк еще не стал основным каналом платежей для клиента, но его актуальность неуклонно возрастает
- В 2012 году *:
 - ✓ Около 7% клиентов используют мобильный банк как основной канал проведения платежей
 - ✓ Около 11% клиентов используют смешанную модель (Web-банк + мобильный банк)
 - ✓ 8,1 платежных транзакций в месяц на клиента, что больше чем в Web-банке на 30%
 - ✓ Оборот ежемесячных платежей на клиента – на 42% больше чем в Web-банке

Переводы Card-to-Card



- Рост переводов Card-to-Card в оборотах платежей в интернет-банкинге

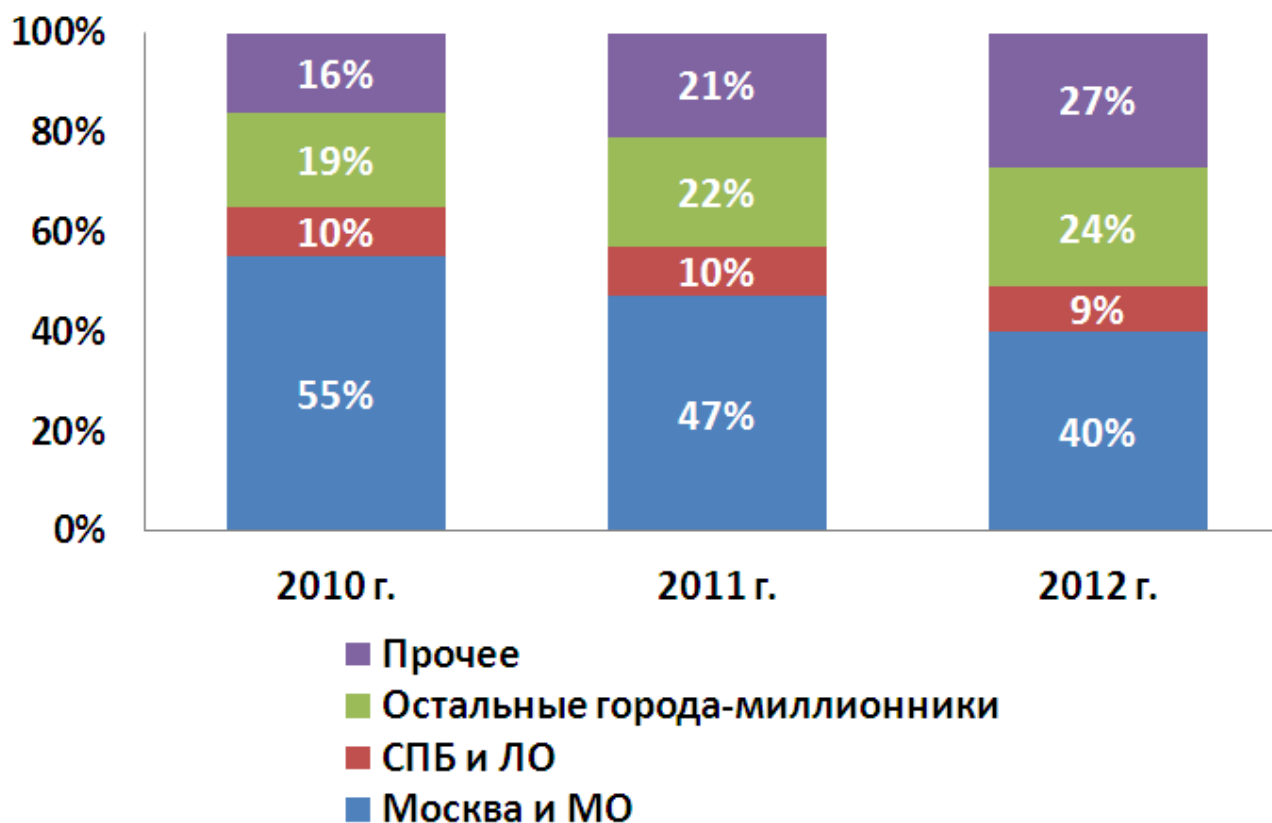
Доля переводов Card-to-Card в обороте платежей*



Интернет-банкинг идет в регионы



Распределение клиентов по регионам



Пополнение с «чужих» карт



- Новый тип платежей для большинства продуктов на основе MasterCard MoneySend и Visa Money Transfer
- Особенно актуален для банков, не располагающих собственной сетью офисов и cash-in банкоматов
- Себестоимость пополнения в 2-2,5 раза ниже, чем через терминальные сети
- Всего за 2 последних квартала 2012 г. по системе HandyBank в ряде проектов данный канал пополнения стал сопоставим по оборотам платежей с каналом пополнений через терминалы

Режим автоплатежей

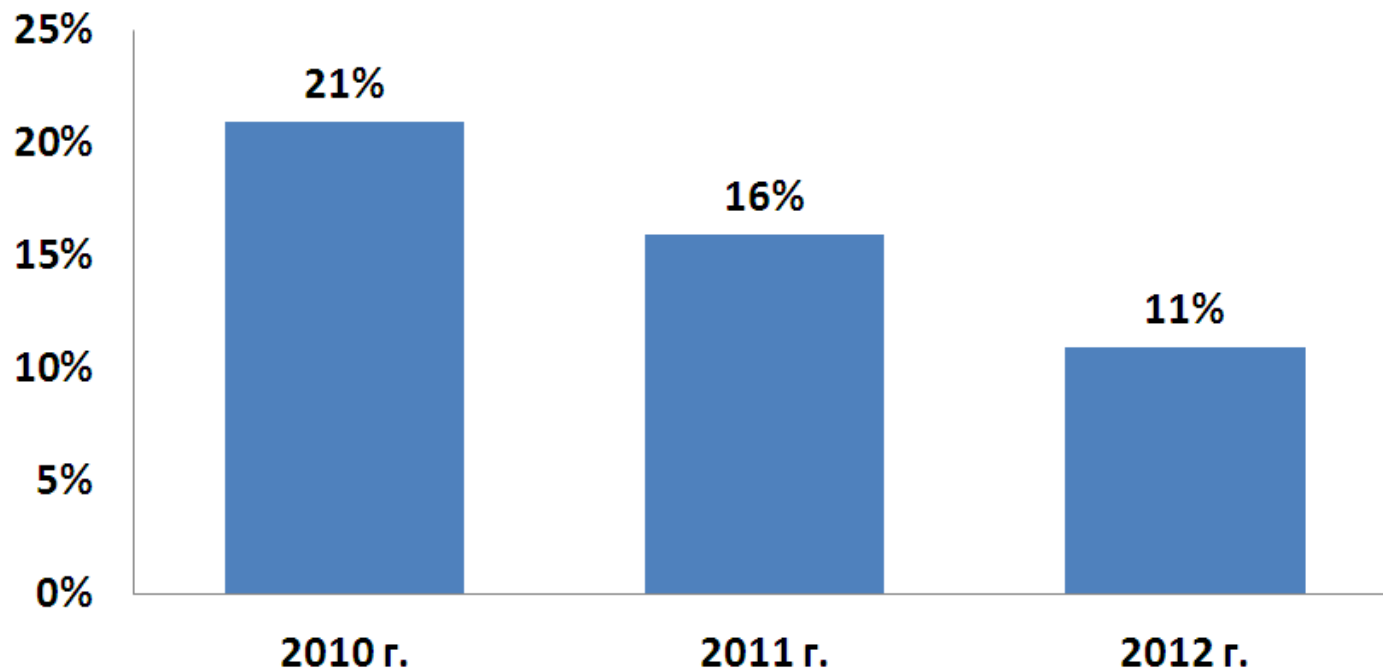


- Рост спроса со стороны клиентов в 1,6-1,8 раза* на проведение платежей по заранее заданному календарю в следующих сегментах платежей:
 - ✓ Сотовая связь и прочие телекоммуникационные услуги
 - ✓ Услуги ЖКХ
 - ✓ Переводы Card-to-Card

Сокращение роли платежей за сотовую связь



Доля сотовой связи* в транзакционных доходах банка-эмитента в продукте



Геолокация



- Уровни применения геолокационных сервисов:
 - ✓ Базовый: мобильное приложение знает координаты клиента и подгружает необходимые клиенту справочники (поставщики услуг для оплаты, банкоматы и т.п.)
 - ✓ Продвинутый: + предлагает клиенту скидочные (бонусные) программы банка в зависимости от координат клиента

Дистанционные сервисы как основной продукт банка



- На рынке появилась целая серия банковских проектов, где дистанционный продукт является флагманом в розничном продуктовом ряде банка:
 - ✓ Superbank24.ru
 - ✓ 2TBank
 - ✓ Банк24.ру

... Будут и другие проекты !

Спасибо за внимание!

Дмитрий Гондусов

Тел. +7 (495) 740-01-11

gondusov@handybank.ru

www.handybank.ru