

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ КОМПЛЕКС ОБРАБОТКИ БАНКОВСКИХ ДАННЫХ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПЛАТФОРМЫ SALESFORCE

Климова В.А.

90

Аннотация. В статье проводится анализ систем банков в Республике Беларусь, а также рассматриваются возможные методы его развития, которые повлияют на процесс обслуживания клиентов в банковской сфере.

Ключевые слова. АБС, Salesforce, CRM система.

Развитие банковской системы Республики Беларусь зависит от использования автоматизированных банковских систем (АБС), как существенного фактора, определяющего конкурентоспособность банков на рынке услуг. В Беларуси разработкой и сопровождением банковского программного обеспечения занимаются:

– объединение «СТ Группа», в которое входят три партнерские компании: СООО «Системные технологии» – разрабатывает современные ИТ-решения, ООО «Марко» – внедряет и адаптирует ИТ-решения под конкретного заказчика, а также оказывает услуги по эксплуатации программного обеспечения и ИТ-аутсорсингу, ООО «СТ Софт» – поставщик и авторизованный партнер известных мировых производителей в области информационных технологий;

– компания «СофтКлуб» – одна из крупнейших ИТ-компаний Беларуси, которая занимается разработкой, внедрением и сопровождением крупных программных комплексов банковского, платежного, бухгалтерского и учетно-финансового назначения и является лидером среди отечественных разработчиков банковского и финансового программного обеспечения;

– компания «Мебиус-К» – ведет деятельность по проектированию, разработке, внедрению и сопровождению АБС для коммерческих и центральных банков

Система любого банка представляет собой взаимодействие нескольких систем как единое целое.

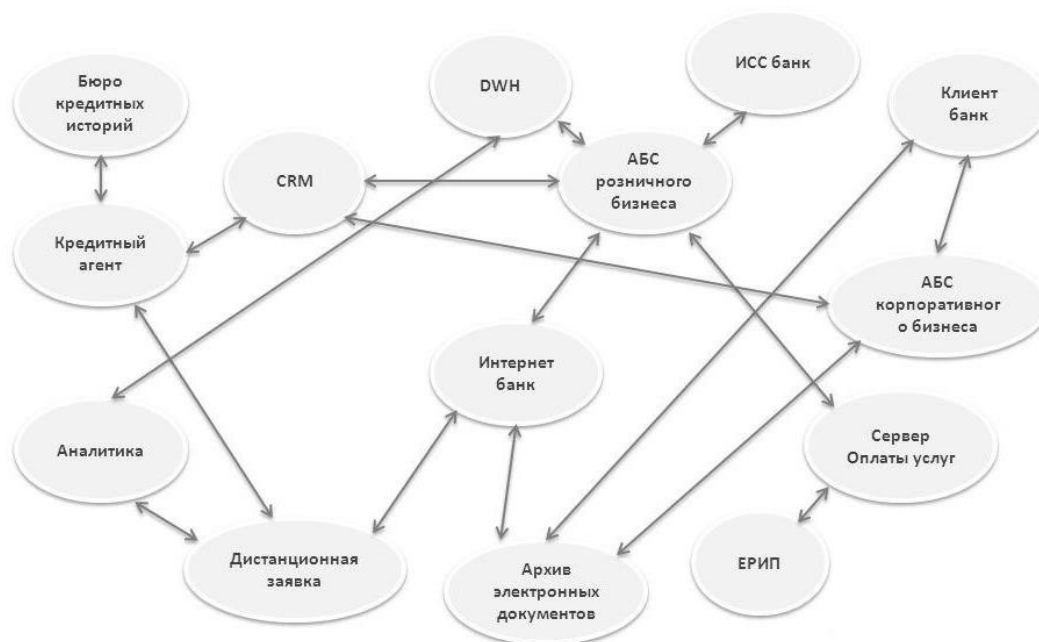


Рисунок 1 – Взаимодействие систем в банке

Упорядоченность, организованность и высокая эффективность — так коротко можно описать, для чего нужна CRM в банке.

Не все банковские продукты интересуют конкретного клиента. Внедрение CRM поможет сотруднику финансового подразделения не угадывать, чего хочет человек — система сама будет подбирать интересующие его услуги, анализируя гигабайты данных. Оператору будет легче взаимодействовать с обратившимся клиентом, имея перед собой всю информацию. Руководитель сможет видеть общую картину работы банка с детализацией в разрезе каждого процесса.

CRM-система Salesforce для банка способна упорядочить работу с клиентами, организовать подбор продуктов и упростить контроль над процессами, что увеличит прибыль.

Клиенты совершают различные транзакции, за которыми оператору трудно уследить. Salesforce анализирует все финансовые действия, чтобы понять, к чему более склонен клиент — взять кредит, положить депозит и пр. Это формирует его финансовые предпочтения, а также «образ

клиента», выделяет более перспективных клиентов. Система позволяет строить аналитические модели для классификации клиентов, прогнозирования покупательского поведения и помогает банку сделать более выгодное предложение клиенту.

Аналитическая система позволяет:

- планировать целевые маркетинговые кампании;
- использовать математические модели для повышения эффективности предложений (точнее определять целевые аудитории, продукты, наиболее подходящие каналы коммуникаций);
- передавать сообщения в различные каналы коммуникации;
- отслеживать результативность маркетинговых кампаний.

Salesforce задействует открытые данные для рассылок, звонков и проведения кампаний по привлечению новых клиентов. Формируется статистика лидов верхнего уровня воронки продаж. Для возврата прошлых клиентов тоже выстраивается стратегия. Salesforce анализирует причину ухода, подбирает индивидуальное предложение, способное заинтересовать, уведомляет менеджера о вопросах со стороны пользователя, проводит триггерные кампании.

Инструменты Salesforce позволяют отслеживать взаимосвязь между использованием одних банковских продуктов и расположением воспользоваться другими. Это помогает выстраивать стратегию предложений для максимального эффекта.

Руководитель получает статистику по всему банку, каждому подразделению, отделу, сотруднику. Становится возможным выделять и поощрять наиболее успешных менеджеров, а также мотивировать остальных.

Это комплекс модулей, собирающих и хранящих данные о клиентах и их финансовых действиях для сопровождения продаж в автоматическом и ручном режиме. Система позволяет работать как с существующими клиентами, так и потенциальными. Пользователи могут продавать банковские продукты с учетом особенностей каждого клиента. Это помогает при первичной коммуникации сделать максимально выгодное предложение, достигающее цели — покупки банковского продукта. Массовые продажи становятся более персональными, а за счет соответствия потребностям клиентов приносят больше прибыли.

Подбирается механизм расширения используемых продуктов. Клиент мотивируется положить депозит, взять кредит, оформить страховку, перевести на карту выплату зарплаты, пенсии, подключить к обслуживанию банка родственников и т.д.

Система упорядочивает работу с существующими клиентами. Также повышается качество сервиса за счет индивидуального подхода и сокращения времени обслуживания. Оператору доступна вся история обслуживания клиента и интересующие его услуги. Также фронт-офис может отображать предодобренные предложения, сформированные аналитической CRM, или запрашивать такие предложения в режиме real-time. Система хранит взаимосвязь между приобретенными продуктами и последующими действиями (пользователь согласился на кредит, депозит, страховку и т. д.)

Задействуются программы лояльности и индивидуальные предложения, чтобы клиент был максимально доволен и приносил банку новые доходы. CRM планирует контакты, узнает заинтересованность клиента в дополнительных продуктах банка, напоминает персональному менеджеру о запросах от пользователя.

Благодаря фронт-офису Salesforce для взаимодействия с тысячами клиентов нужно меньше сотрудников и времени. Менеджеров банка легко заменить — перевести из отделения в отделение, быстро обучить нового взамен заболевшего или уволившегося.

CRM в банковской сфере еще находится на стадии эволюции. Не более 7% коммерческих организаций в Республике Беларусь внедрили у себя CRM систему. Но в связи с растущей конкуренцией она приобретает все большую актуальность.

Таким образом, внедрение Salesforce систем в банк находится еще в разработке. Внедрение CRM систем позволит банкам упростить взаимодействие с клиентами и структурировать обработку данных, а также позволит автоматизировать обработку данных для определенных операций.

Список использованных источников:

1. fisgroup.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fisgroup.ru/blog/crm-in-bank/> – Дата доступа 6.04.2022.
2. rep.polessu.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/6997/1/61.pdf> – Дата доступа 6.04.2022..
3. Банковское право, Л.Г.Полякова, 209 – 9 с.