

БАНКОВСКИЕ
РЕШЕНИЯ

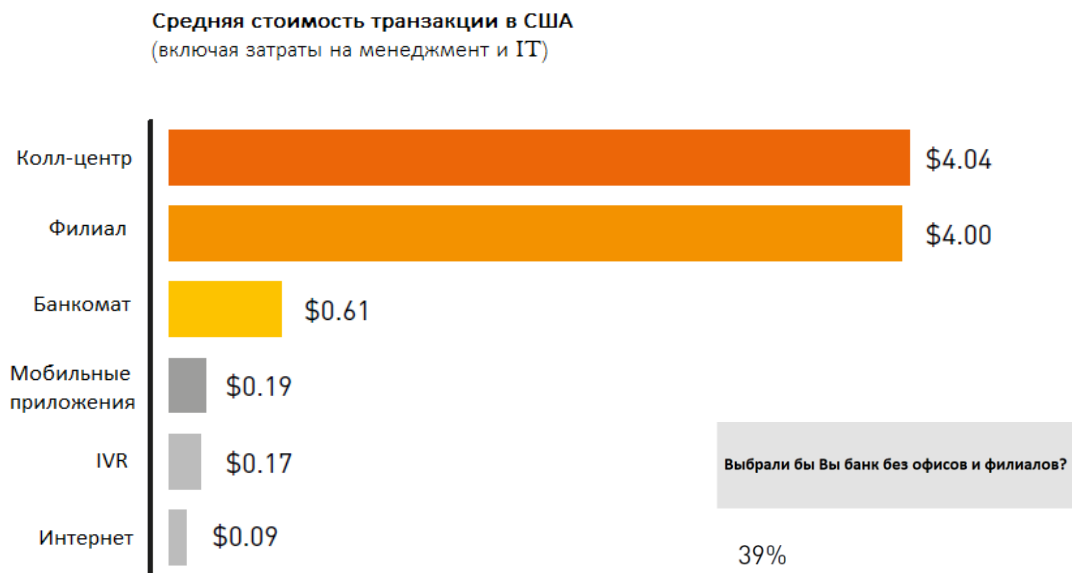
#2

АВТОНОМНАЯ ЭМИССИЯ КАРТ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ САМОСТОЯТЕЛЬНО

НОВЫЙ ТРЕНД В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

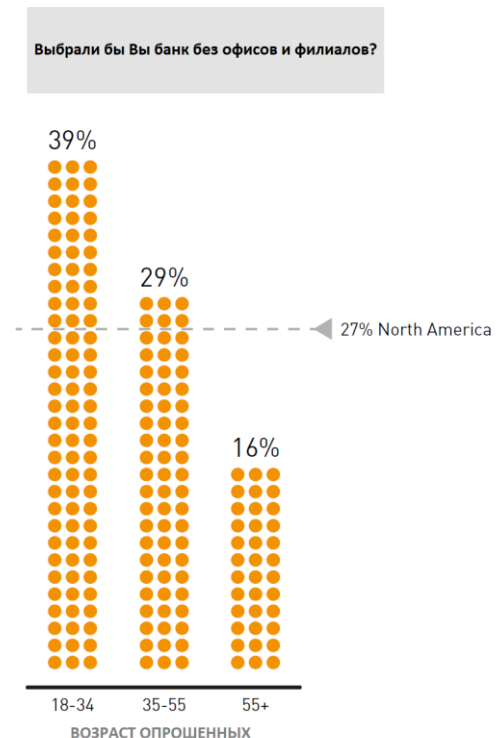
Банковская розничная «Экосистема» прошла через многие изменения за последние 50 лет, от принципа работы на уровне офиса, до банковского сервиса на уровне цифровых технологий, таких как интернет или цифровые приложения. Сегодня потребители могут получить доступ к своему банку посредством различных опций. Способ выбора банка зависит от варианта сервисов, в которых клиент заинтересован.

Проведенный компанией Ernst & Young анализ в 2015 году продемонстрировал, что почти 50% всех банковских клиентов предпочли интернет сервисы для стандартных ежедневных транзакций, например, оплата счетов или перевод денежных средств, однако более 70% опрошенных предпочитают визиты в филиалы банка для решения более сложных задач, например, согласование займов и открытие счетов. Тем не менее, в целом количество транзакций, оформляемых в филиалах банков существенно снизилось в рамках таких развитых финансовых рынков как США. В соответствии с исследованием, проведенным американской аналитической компанией FMSI, в ближайшие три года рынок банковских операций посредством визитов в банковские офисы сократится еще на 25% в ближайшие три года. В результате традиционные банки вынуждены будут бороться за то, чтобы сохранить прибыль своих филиалов и столкнуться с жесткой конкуренцией из рынка цифровых платежей. В действительности, транзакции через филиал банка сегодня обходятся дороже в 45 раз, нежели использование онлайн переводов, как отражено в исследовании CEB TowerGroup.



Source: CEB TowerGroup

Традиционные банки также заинтересованы в привлечении молодежи. Современное поколение привыкло к моментальным цифровым сервисам, всегда на связи и легко адаптируется к технологическому взаимодействию с поставщиками услуг. Молодое поколение требует доступ к банковским сервисам 24/7, в меньшей степени лояльно к конкретному банку и имеет меньше желания для личных визитов в банк. Исследование от Accenture, показанное в виде схемы показывает, что технологичное поколение Y вообще готово отказаться от стандартных офисных банков и переключиться на банки без филиалов.





Цифровой филиал Банка Audi в городском супермаркете в г. Бейрут, Южный Ливан

ЕСТЬ ЛИ ЕЩЕ НЕОБХОДИМОСТЬ В ТРАДИЦИОННЫХ ОФИСАХ БАНКОВ?

Несмотря на то, что классический банкинг уже уступает цифровому банкингу, услуги, предоставляемые привычными филиалами банков, остаются важными для существенного числа потребителей, которые полагаются на доверительные отношения, которые были построены с сотрудниками банка в рамках особых предоставления особых сервисов. Офисный подход к предоставлению финансовых услуг по-прежнему актуален для банковской экосистемы, однако данный стандартный формат станет частью более интегрированного многоканального подхода к сервисам. Некоторые финансовые институты развивают новые типы «цифровых филиалов». Установленных в «проходимых точках» или важных городских районах. Данные филиалы в основном принимают форму банкоматов самообслуживания, способных обслуживать более 70% стандартных транзакций. Инструменты видео-конференцсвязи помогают проводить более сложные бизнес-коммуникации.

Аналогичным образом большинство традиционных филиалов, как правило, заменяются более мелкими специализированными, освобождая персонал для сосредоточения на сложных операциях или на предоставлении экспертных финансовых консультаций. В итоге терминалы самообслуживания должны стать предпочтительными для стандартных финансовых операций. Это поможет финансовым организациям лучше контролировать расходы на собственную финансовую инфраструктуру при поддержке прямой связи с клиентами, предоставляя дополнительные часы обслуживания посредством терминалов и сервисов самообслуживания.



КАКИМ ОБРАЗОМ ЗАКАЗЧИК ЦИФРОВОГО ФОРМАТА БАНКОВСКИХ УСЛУГ УПРАВЛЯЕТ СТРАТЕГИЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВСКИХ ФИЛИАЛОВ

Снятие наличных денег в банкомате, распечатка посадочного талона в аэропорте, используя терминал самообслуживания, либо автоматизированная выходная система оплаты в супермаркете без продавцов, ко всем этим технологическим новациям в области самообслуживания привыкли потребители. Становится все более очевидным, что данные технологии все больше отвечают чаяниям потребителей, предлагая:

- **Простое, быстрое и адаптивное взаимодействие:**

Принцип самообслуживания увеличивает количество точек взаимодействия (банк – клиенты банка), что уменьшает время стояния в очереди. В то же время интерфейсы терминалов самообслуживания стали более удобными и привлекательными.

- **Высокий уровень автономии:**

В современном мире многие потребители любят «контролировать» процесс финансового управления и управления сервисами. Данная категория потребителей ценят инструменты «само-обслуживания» как модель взаимодействия с сервисами, им ничего не «продают» в рамках такой модели и они самостоятельно могут принять решение требуется ли, когда и каким образом получать доступ к сервисам.

- **Личный опыт:**

Полностью автоматизированные сервисы позволяют добиться личного опыта потребителя. Клиенты могут выбирать разные дизайны карт и загружать фотографии. Взаимодействие с финансовыми инструментами на основе принципа самообслуживания становится ключевым фактором трансформации банковской инфраструктуры, предоставляя экономные модели. Ввиду того, что банки уменьшают филиальную инфраструктуру, они могут оптимизировать требования к персоналу или переориентировать сотрудников на другие направления, такие как продажа продуктов с более высокой добавленной стоимостью, тем самым повышая прибыльность филиала. Прибыльные филиалы позволят финансовым институтам сохранить постоянное присутствие при продолжении повышения лояльности клиентов.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ВЫПУСК КАРТ

Среди всех услуг, предоставляемых терминалом самообслуживания, выдача платежных карт обеспечит уникальный реферативный опыт самостоятельного принятия решения пользователем. Два примера:

1. ОТКРЫТИЕ СЧЁТА:

Открытие счёта является одной из наиболее важных банковских операций, а также процедурой, от которой потребитель ожидает многоканальный опыт. Важно, что данный опыт определяет первый опыт клиента относительно того как финансовый институт (банк) функционирует в отличии от конкурентов.

Подача заявки на открытие счета и возможность получения соответствующей персонализированной платежной карты – в рамках нескольких минут, дает клиенту гораздо более приятный опыт, нежели ждать несколько дней, пока карту выпустит банк.

Посредством технологий, такие как панели для подписи, биометрические считыватели или сканеры ID-карт и документов, процесс KYC (know your customer – технологии идентификации потребителей) может быть эффективно реализован в рамках независимых автономных терминалов самообслуживания клиентов.

Затраты на открытие банковского счета посредством терминалов самообслуживания может быть в 4 раза дешевле по сравнению со стандартными процедурами открытия счета в рамках банков. Размещая автоматизированные терминалы вне офисов банков (торговые центры, аэропорты итд), банки получают дополнительные возможности по привлечению клиентов, которые являются стратегически важными для расширения клиентской базы.



Терминал самообслуживания эмиссии карт от производителя терминалов ATAM (Великобритания) с модулем персонализации карт от компании EVOLIS.

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ЭМИССИЯ КАРТ

2. ВЫДАЧА ПРЕДОПЛАТНОЙ КАРТЫ

Карты предоплаты стали мировой тенденцией. По словам консалтинговой фирмы Mercator Advisory Group, «американцы воспользовались картами предоплаты на сумму 651 миллиард долларов, что на 57% выше, нежели шесть лет назад. Около половины от этой суммы – на карты открытых стандартов (Open loop cards) Visa Inc., MasterCard Inc. Или American Express. Карты предоплаты просты в использовании, безопасные, удобны в использовании и служат хорошим инструментом управления расходами. Банки, интернет-магазины и ретейлеры предлагают широкий спектр карт предоплаты.

- Карты с фиксированной суммой: в основном, анонимные подарочные карты.

- Карты с возобновляемой суммой: карты туриста, предоплатные карты для тинейджеров, карты предоплаты Online.

Карты предоплаты имеют два типа автоматизированных персонализированных сервисов:

- Персонализированный внешний вид карты (в основном не пополняемые подарочные карты);

Используя интерфейс Терминала, потребители могут выбирать дизайн карт из представленных а экране дизайнов, либо создать полностью персонализированную карту с особой картинкой. В моменты выпуска карты получит персонализированный образ и «подарочная сумма» и сервисы будут загружены в момент эмиссии (в терминале загружены безымянные заготовки для любых типов карт). Данный процесс обычно не требует KYC (know your customer) инструментов и системы печати и персонализации могут быть установлены на обычных терминалах.

- Карты полной персонализации (обычно для карт предоплаты с пополняемым счётом): Данный процесс персонализации похож на процесс эмиссии дебитовых карт для открытия счета. В данном случае, реквизиты могут потребоваться, в зависимости от местных законодательных особенностей.





НОВАЯ ЛИНЕЙКА ПРИНТЕРОВ ДЛЯ ТЕРМИНАЛОВ ОТ ЭВОЛИС

Для реализации ранее описанной технологии эмиссии карт посредством терминалов самообслуживания, производители терминалов и системные интеграторы должны выбрать правильный тип оборудования персонализации карт, что обеспечит более гибкий механизм интеграции как с позиции программных решений, так и с позиций самого оборудования (hardware).

Evolis разработал линейку из 4 принтеров карт для задач эмиссии банковских карт. Базовые преимущества таких решений:

- **Компактность:** Компактность терминальных решений Эволис позволяет добиться более высокой гибкости при постройке полноценного терминала, что сочетает уникальные технологии – камеры, цифровую подпись и технологию распечатки бумажных верифицированных документов.
- **Технология возврата карты в терминал:** Позволяет обеспечить возврат карты в терминал, во внутренний блок, если карту не забрал пользователь в определенное для этого времени.
- **Технология удаленного мониторинга:** Встроенная система двунаправленной удаленной технологии связи позволяет системным интеграторам легко контролировать процесс работы блока эмиссии карт и получать в режиме реального времени информацию от самого принтера.
- **Кастомизация:** Четыре новых терминала были спроектированы для кастомизации нашей командой разработчиков (возможности кодирования, технология подачи карт).

Для более детальной информации воспользуйтесь ссылками:

[High-capacity card personalization modules](#)

[Compact card personalization modules](#)

THE EVOLIS GROUP,
THE WORLD LEADER
IN INSTANT PAYMENT
CARD ISSUANCE



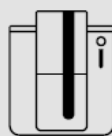
MUCH MORE THAN CARD PRINTERS



Signature pads



Software



Card printers



Accessories



Services