

Единая фронт-офисная платформа комплексного обслуживания розничных клиентов в Банке УРАЛСИБ

Банк УРАЛСИБ входит в число ведущих российских банков, предоставляя розничным и корпоративным клиентам широкий спектр банковских продуктов и услуг. Банку присвоены рейтинги международных рейтинговых агентств: «В» Fitch Ratings, «В-» Standard&Poor's и «Сaa1» Moody's Investors Service.



Интегрированная региональная сеть продаж финансовых продуктов и услуг Банка представлена в 7 федеральных округах и 46 регионах и по состоянию на 1 ноября 2016 года насчитывает: 6 филиалов, 274 точки продаж, 1 516 банкоматов, 525 платежных терминалов и 23 122 POS-терминала.

Кроме собственной сети Банк поддерживает работу объединенной банкоматной сети ATLAS – единое технологическое решение для 100 банков-партнеров, насчитывающее более 5 000 банкоматов на всей территории РФ.



В результате первого этапа внедрения Единой фронт-офисной платформы комплексного обслуживания розничных клиентов сотрудникам банка был обеспечен доступ к консолидированной информации о банковских продуктах и специальных предложениях в рамках единого окна. Разработан единый продуктовый каталог, позволяющий сотрудникам быстро формировать для клиента индивидуальный пакет банковских продуктов. Повысилась скорость обслуживания клиентов, расширились возможности персонализации предложений, а также осуществления кросс-продаж.

Система комплексного обслуживания построена на базе решений Oracle. За выдающийся вклад в развитие информационных технологий и повышение эффективности в цифровую эпоху корпорация Oracle отметила Банк УРАЛСИБ престижной наградой Oracle Innovation Award 2016.

ЕДИНОЕ ОКНО

До внедрения Единой фронт-офисной платформы специалисты фронт-офиса, работающие с физическими лицами (операционисты, менеджеры отделений, сотрудники call-центров и др.), пользовались несколькими системами. Чтобы повысить уровень обслуживания и ускорить процессы работы с клиентскими заявками, было решено консолидировать данные о клиентах, продуктах и специальных предложениях в рамках единого CRM-решения. Для этого была выбрана платформа Oracle Siebel CRM.

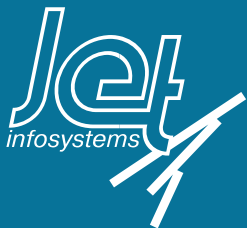
Специалисты компании «Инфосистемы Джет» внедрили и настроили CRM-систему. После предварительной подготовки (проверки, дедубликации) данные из различных систем банка были переведены в CRM. Затем CRM-система была интегрирована с АБС, кредитным конвейером, системами ДБО, системой аналитического обеспечения маркетинговой деятельности, а также адресных SMS- и email-рассылок. Вся информация стала доступна сотрудникам фронт-офиса в рамках единого окна.

CRM-система была также интегрирована с call-центрами банка – внутренним и внешним (аутсорсинговым). Благодаря этому операторы могут находить информацию о клиентах и формировать заявки для коллег так же быстро, как и сотрудники в офисе.

Эксперты компании «Инфосистемы Джет» настроили механизмы автозагрузки данных из систем-источников в базу данных CRM. Все обновления данных о клиентах, договорах и др. регулярно поступают в CRM-систему, поэтому в ней всегда содержится актуальная информация.

СИНЕРГИЯ БИЗНЕС-ФУНКЦИЙ

К моменту старта проекта в банке уже использовалась аналитическая CRM-система производства компании IBM, служившая для формирования маркетинговых кампаний. Интеграция с Oracle Siebel CRM позволила более полно задействовать ее возможности. Все данные по маркетинговым кампаниям и предложениям теперь агрегируются в Siebel, поэтому операционист или другой сотрудник может узнать, какие акции действуют в отношении клиентов и сразу же сделать им соответствующее предложение.



Россия, 127015, Москва
ул. Б. Новодмитровская, д. 14, стр. 1
Тел.: +7 (495) 411-7601
Факс: +7 (495) 411-7602
E-mail: info@jet.msk.su
www.jet.msk.su

Один из специфических нюансов проекта – объединение функционала CRM и ранее внедренного функционала Oracle Siebel для сбора задолженностей.

Константин Гончаренко,
начальник отдела проектирования
Центра внедрения бизнес-систем
компании «Инфосистемы Джет»:

«Фактически речь шла об интеграции двух разных систем, которые базируются на одной платформе, но работают по разной логике и имеют разную структуру данных. Тщательно изучив все процессы в обеих системах, мы разработали модуль сопряжения, так что теперь обе системы работают как единое целое. Это позволило банку повысить управляемость процесса сбора долгов и уменьшить финансовые риски. Такое решение весьма востребовано среди других наших заказчиков».

Михаил Бурмагин,
директор Центра внедрения
бизнес-систем компании
«Инфосистемы Джет»:

«Внедренные технологии помогли оптимизировать процессы обслуживания клиентов, сделав их более качественными. Экономия времени сотрудников ведет к существенному сокращению операционных издержек. Данный проект – серьезный шаг к повышению лояльности клиентов и увеличению доходов банка».



Специалисты компании «Инфосистемы Джет» также внедрили у заказчика систему Oracle BI и разработали несколько видов аналитических отчетов. С помощью этого решения формируется визуализированная отчетность по продажам для руководителей и менеджеров отделений. Они могут видеть показатели работы сотрудников фронт-офиса и их соответствие установленному плану, отслеживать динамику продаж по различным показателям (продуктам, категориям клиентов и т.д.) и оценивать эффективность маркетинговых акций.

ПРОДУКТОВЫЙ КАТАЛОГ

Еще одна особенность проекта – разработка и внедрение единого продуктового каталога, который содержит информацию о кредитных, депозитных и страховых продуктах банка. С его помощью сотрудники фронт-офиса могут быстро подобрать для клиента персональный пакет предложений. При этом учитывается информация о продуктах, которыми клиент уже пользуется (пользовался), состояние счета и другая историческая информация, а также действующие маркетинговые предложения. Таким образом при формировании пакета продуктов для каждого клиента обеспечивается динамическое ценообразование.

Пакет банковских продуктов для клиента создается по принципу конструктора. С помощью диалогового окна сотрудник фронт-офиса формирует для клиента список продуктов, который при необходимости дополняется специальными условиями и опциями. Одновременно сотрудник фронт-офиса видит, какие дополнительные продукты в портфеле банка связаны с выбранным продуктом и могут повысить для клиента ценность пакета, т.е. может осуществлять перекрестные продажи.

По окончании выбора пакета продуктов система автоматически формирует заявку, внося в нее все необходимые данные о клиенте, и отправляет ее в банковскую систему (АБС, кредитный конвейер и пр.), которая обеспечивает ее выполнение.

Поддержка продуктового каталога осуществляется бизнес-пользователями, что радикально сокращает срок вывода на рынок новых продуктов (time-to-market).

АВТОМАТИЧЕСКОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ЗДАНИЙ

В ходе проекта был внедрен и настроен функционал автоматического назначения заданий сотрудникам банка. Если клиенту требуется личная встреча со специалистом, операционисту в отделении банка либо оператору call-центра достаточно ввести название отделения и тему встречи. Система находит специалистов с соответствующими должностными обязанностями и полномочиями и указывает возможное время встречи с учетом их текущего графика и загруженности. Согласованное с клиентом время и цель встречи автоматически сообщаются специалисту. Функционал автоматического назначения заданий и контроля сроков исполнения позволяет более рационально распределять рабочее время сотрудников банка и обеспечивает единую точку ответственности за выполнение клиентских заявок.