

[Иновациите ще продължат да променят начина, по който бизнесът обслужва клиенти]



Финансовият сектор е един от най-напредналите по отношение на иновациите и дигитализацията на процесите и обслужването на клиентите. Как се развиват тези тенденции, какво е бъдещето на дигитализацията в сектора и как удостоверителните услуги променят процесите в сферата – разговаряме с Мартин Орешарски, директор „Удостоверителни услуги“ в БОРИКА АД, и Цветан Григоров, директор „Информационни технологии“ в „Тексим Банк“ АД.

Финансовият сектор е пионер в предлагането на услуги от разстояние. Какво е нивото на дигитализация в момента?

Мартин Орешарски (М.О.): Дигитализацията във финансовия сектор и като цяло в заобикалящата ни среда, е факт вече от много години. По-точно е да се говори за иновации. Финансовият сектор е един от пионерите, които въвеждат иновации и се стремят към предоставянето на повече дигитални услуги на клиентите. Финтех компаниите също много активно внедряват нови решения, които правят финансовите услуги много по-достъпни и персонализирани за крайния потребител. Като говорим за иновации, голяма заслуга за тях имат и удостоверителните услуги, или т.нар. услуги на доверие, които в последните години, вкл. и на ниво Европейски съюз (ЕС), се налагат със съответните директиви. Това са услуги по отдалечена идентификация, отдалечено подписване със силата на саморъчен подпис,

както и удостоверяването на време. Последната услуга има за цел да удостовери точния момент на извършването на конкретна услуга. Финансовият сектор, в контекста на всичко това, формира и нови стандарти – за сигурност, за удобство, за иновации в предлагането на услуги от разстояние.

Кога и какви бяха първите стъпки в посока дигитализация на процесите в банката?

Цветан Григоров (Ц.Г.): В стратегията на развитие на „Тексим Банк“ винаги е било заложено използването на технологиите като бизнес предимство. Във времето банката е реализирала различни проекти, свързани с предлагане на продукти – услуги по телефон, през партньорски мрежи с интеграции между двете системи. При всички тези проекти и процеси, свързани с предлагането на инвестиционни услуги, винаги е имало два

основни проблема – надеждната и сигурна идентификация на клиента и надеждното и сигурно подписване на документа. Под „надеждна“ и „сигурна“ разбираме както идентификацията, така и подписването да гарантира достатъчна сигурност и да отговарят на всички европейски и национални регулации.

Тези два проблема при нас намериха решение с развитието на удостоверителните услуги – стартирането на услуги по издаване на облачни квалифицирани електронни подписи и услуги по отдалечена идентификация на клиента. Банката традиционно използва регулираните услуги на БОРИКА, свързани с членства в различни платежни системи и картови разплащания. През 2022 г. разширихме партньорството ни с услуга за извършване на отдалечена идентификация и облачно подписване на документи.

Как клиентите на банката приемат дигиталните продукти?

Ц.Г.: За нас е изключително интересно и важно как клиентите ще приемат процеса и дали ще го извървят докрай. Значение има самият дизайн на процеса, т.нар. потребителско изживяване. Нашият дизайн беше направен така, че да се кандидатства с един клик, за да улесним максимално клиента.

Друг важен фактор в този процес е дали клиентите ще преминават лесно през идентификацията, която се извършва от В-Trust. От натрупаната история мога да кажа, че близо 50% от всички кандидатстващи избират и преминават през онлайн процеса на идентификация, което е добър показател, че услугата се възприема добре. От вече одобрените клиенти 100% завършват успешно процеса, с активен продукт и активно мобилно банкиране, без да се налага допълнителна помощ.

Какви услуги сте внедрили досега?

Ц.Г.: Първоначалната ни цел, със стартирането на проекта, беше да изградим нашия дигитален център, чрез който да предлагаме дигитални продукти. Това включваше избор на стратегия за начина, по който клиентите да кандидатстват



МАРТИН ОРЕШАРСКИ започва професионалното си развитие в Дружеството през 2007 г. В годините заема редица експертни позиции, като дейността му е тясно свързана както с търговските отношения, така и с развитието на електронните и удостоверителните услуги, предлагани от БОРИКА. Понастоящем отговаря за един от стратегическите за компанията проекти, свързан с внедряването на иновативни решения за отдалечена идентификация и електронно подписване. Притежава бакалавърска степен по „Информатика“ и магистърска по „Бизнес администрация“.



ЦВЕТАН ГРИГОРОВ започва и изгражда своята кариера във финансовия сектор, като заема различни длъжности в няколко финансови институции. Присъединява се към екипа на Тексим Банк преди 10 години като ръководител на Дирекция „Информационни технологии“. През 2019 г. е номиниран за ИТ мениджър на годината (класация организирана от списание CIO) с проект за незабавно „инстантно“ издаване на банкови карти. През последните години заедно с новосформираната дирекция „Дигитални канали и дигитален маркетинг“ започват да изграждат новата дигитална ДНК на Тексим Банк.

за продукти, създаването на информационната система, която да поддържа различни процеси, да интегрира системни интерфейси към банковите системи, да се интегрира с В-Trust, да се създаде електронен архив за съхранение на дигитализираните документи. Първата услуга, към която се насочихме, беше кандидатстване за потребителски кредит, продукт, който ние нарекохме онлайн кредит. В момента разработваме следващ продукт – онлайн депозит. В процес на дизайн е и продукт за откриване на разплащателна сметка с банкова карта.

Какъв ресурс влагате и вие от „Тексим Банк“, и партньорите ви от БОРИКА, за да достигнат услугите до крайния клиент?

Ц.Г.: За успешното изпълнение на проекта основният фактор беше нашият вътрешен екип, който разработи дизайна и създаде системата за дигитализация на банката. Потребителският интерфейс и сценарият, през който минава потребителят, бяха планирани до

най-малкия детайл с цел да бъдат възприемани по най-интуитивния начин от клиентите. За реализацията на интерфейса с В-Trust много спомогна добре подготвената тестова система и информацията на API интерфейса, който колегите от БОРИКА поддържат. Бяхме отделили значителен ресурс за тестване, заради което почти липсваше период на стабилизиране на услугата и буквално стартирахме от първия ден.

М.О.: БОРИКА е пионер на пазара на удостоверителни услуги още от 2003 г., като през годините се стремим да предлагаме иновативни решения за различни сектори на икономиката, в т.ч. банков сектор. Интересът от страна на финансовия сектор към тези иновации е значителен. Те разпознават предимствата на дигитализацията, защото тези решения не само подобряват обслужването, но и съкращават времето за извършване на съответните операции. Що се отнася до самия проект с „Тексим Банк“, както и г-н Григоров разказа, от страна на БОРИКА се

вложиха усилия както да разработи самите услуги, така и да анализира нуждите на клиентите, за да предложи най-добрите решения и да намери правилното място, в което да бъдат интегрирани тези услуги. Ако трябва да обобщим стъпките, първата е анализ на нуждите и изискванията на колегите. Това се случи в тясно сътрудничество между екипите на банката и на БОРИКА. Следващата фаза беше интегрирането на двете системи – на банката и на БОРИКА, чрез съответните интеграционни механизми. По-скоро нямаше дълъг период на тестване, предвид обстоятелствата, че процесите са достатъчно добре структурирани и сме ги обхванали в първите два етапа. Така бързо преминахме към финалния етап – имплементиране на решението и стартиране в продукционна среда. Координацията на екипите беше на много високо ниво, което е важно не само за този проект, а за всеки един проект, който осъществяваме.

Как оценявате ползите за бизнеса на банката, от една страна, и за клиентите на банката, от друга страна, като резултат от внедряване на услугата?

Ц.Г.: За нас беше изключително важно да достигнем до потенциални клиенти на места, където банката няма изградени офиси. С реализирането на този нов канал за продажби това е факт. Голяма част от новите клиенти, използващи дигитални продукти, действително са от населени места, където банката няма офис. Надяваме се тази тенденция да се засили с разработването на следващите онлайн продукти.

Освен финансовия сектор, кои други сектори проявяват интерес към електронната идентификация?

М.О.: Това са секторите, които предлагат услуги и комуникират с клиентите си отдалечено. В тази връзка, обхватът на секторите е доста широк. Като пример бих дал застрахователния

сектор, който също е един от пионерите в предлагането на услуги от разстояние на базата на удостоверителните услуги. Тези компании все повече инвестират в дигитални процеси, за да подобрят бързината и сигурността на обслужването и да се предпазят от измами. Друг сектор, който проявява значителен интерес към отдалечената идентификация, са пенсионно-осигурителните компании. Благодарение на услугите по отдалечена идентификация и подписване, те по аналогичен начин обслужват клиенти.

Когато говорим за удостоверителни услуги, те не са приложими само извън организацията, в комуникацията ѝ с клиенти. Услугите по отдалечена идентификация и подписване намират широко приложение и във вътрешнофирмените, ЧР процеси. В момента много актуална е темата за електронното трудово досие, което, след промени в нормативните изисквания, предоставя възможност цялото трудово досие на служителите да се води в електронен регистър. Този процес също е базиран на удостоверителни услуги и когато става въпрос за онбординг на нови служители, електронната идентификация е от съществено значение за удостоверяване на самоличността на тези служители, особено в контекста на отдалечената работа и отдалеченото наемане. Цялата комуникация впоследствие с вече назначени служители, вкл. подписване на договор, молби за отпуски, вътрешни заповеди, допълнителни споразумения и др., може да се води електронно, при най-високи нива на сигурност и законосъобразност.

Иновациите ще продължат да трансформират начина, по който бизнесът оперира и по който обслужва своите клиенти. Такава е тенденцията на европейско ниво и ще направя препратка към наскоро излезлия регламент за насърчаване използването на удостоверителни услуги в контекста на отдалечена идентификация и отдалечено подписване. □



[e-Commerce – кои са иновациите в сектора, които променят начина, по който пазаруваме?]



ДИМИТЪР ДЕНЕВ,
МЕНИДЖЪР БИЗНЕС
РАЗВИТИЕ В ДИГИТАЛНА
АГЕНЦИЯ SEOMAX

Електронната търговия и дигиталният маркетинг са едни от най-динамично развиващите се сфери. Свидетели сме на непрекъснати промени, нововъведения, регулации и смяна в потребителското поведение и навици. Нещо повече - e-Commerce индустрията заема около 5 % от БВП на Европа и този процент продължава да расте. В България електронната търговия е надминала 2% от БВП, което се равнява на около 2 млрд.

евро. Прогнозите са ръста да се задържи през 2024 г. и очакванията са да надхвърли 2,5 млрд. евро. Но кои са последните иновации, които влияят и променят индустрията и начина, по който пазаруваме?

Изкуствен интелект и machine learning = естествен ръст в продажбите! Навлизането на изкуствения интелект се отрази цялостно на дигиталния маркетинг и електронната търговия!

- В изготвянето на криейтиви - видеа и статични изображения
- В следене и анализ на потреблението и изготвяне на персонализирано изживяване
- В динамичното ценообразуване, за да можете да сте винаги конкурентни
- В клиентското обслужване чрез

Димитър Денев е професионалист с богат опит в областта на дигиталния маркетинг и e-търговия. Той е предприемач и съсобственик на няколко онлайн магазина, които оперират в страната и извън нея. Димитър заема позицията мениджър бизнес развитие в дигитална агенция SEOMAX, където заедно с екипа си ръководи маркетинг кампаниите на различни компании и им помага да увеличат приходите си. През последните години Димитър е водил различни обучения на тема e-Commerce за водещи учебителни центрове в страната. Вземал е участие в конференции като лектор и модератор на панелни дискусии. Член е на Европейската асоциация на дигиталните експерти.