

СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ МАРКЕТИНГА В ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ БАНКА

СИНЯЕВА Инга Михайловна,

доктор экономических наук, профессор кафедры «Логистика и маркетинг»,
ФГБОУ ВО «Финансовый университета при Правительстве Российской Федерации»,
член НП «Гильдия Маркетологов», Москва (e-mail: i.570@yandex.ru)

Аннотация

В статье исследуется важность создания комплекса современных коммуникаций маркетинга для успешного продвижения нового финансового продукта. Исследуя трансформацию финансового сектора правомерно отмечаются тенденции глобализации финансового капитала, цифровизации и клиентоориентированности национального бизнеса. Достаточно подробно освещается тенденция повышения концентрации финансового капитала посредством укрупнения финансовых институтов, которая приведет к сокращению общего количества банков и достигнет в 2020 году 390 игроков. Научная новизна заключена в предложенной схеме управления современным комплексом коммуникаций маркетинга в сфере банковской деятельности, которая позволит руководству увеличить качество обслуживания потребителей нового финансового продукта. Заслуживает внимания иллюстрация модели клиентоориентированности пользователя банковским продуктом с использованием инструментов digital-маркетинга. Автор правомерно акцентирует внимание на важности активизации обратной связи с новаторами, как гаранта формирования спроса, финансовой устойчивости и имиджа организации.

Ключевые слова: цифровизация, digital-маркетинг, комплекс коммуникаций, лояльность, инновационные сервисы, реклама.

MODERN MARKETING COMMUNICATIONS IN THE BANK'S INNOVATION POLICY

SINYAEVA Inga M.

Doctor of Economics Science, Professor, Department of «Logistics and Marketing»,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
member of NP «Guild of Marketers», Moscow (e-mail: i.570@yandex.ru)

Abstract

The article examines the importance of creating a complex of modern marketing communications for the successful promotion of a new financial product. Exploring the transformation of the financial sector, the trends of globalization of financial capital, digitalization, and customer-oriented national business are rightly noted. Figure 1 illustrates in detail the trend of increasing the concentration of financial capital through the consolidation of financial institutions, which will lead to a reduction in the total number of banks and will reach up to 390 players in the financial market in 2020. The scientific novelty lies in the proposed scheme of management of a modern complex of marketing communications in the field of banking, which will allow the management to increase the quality of customer service of a new financial product. The illustration of the model of customer-oriented user banking product using digital marketing tools deserves attention. The author rightly focuses on the importance of activating feedback with innovators as a guarantor of demand formation, financial stability and image of the organization.

Keywords: digitalization, digital marketing, complex communications, loyalty, advertising.

Все хорошо понимают, что трендом развития мировой экономики будет искусственный интеллект, который освободит общество от многочисленных рутинных работ и позволит человеку заниматься самосовершенствованием, творчеством и искусством. Инновационные технологии сегодня являются импульсом развития национальной экономики. Закономерно 10 октября 2019 года был выпущен Указ Президента №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»)¹.

Основными тенденциями развития финансового рынка являются: *глобализация, цифровизация, повышение концентрации финансового капитала, дезинтермедияция, секьюритизация, кастомизация.*

Глобализация финансовых рынков – объективный и естественный процесс развития рыночной мировой экономики, который сопровождается активизацией транснациональных корпораций, интеграцией национальных финансовых рынков, увеличением объемов капитализации, свободой перемещения капиталов как с национального на мировой рынок и наоборот.

Цифровизация становится основным орудием конкуренции на финансовом рынке, важнейшим средством дифференциации продукта и конкурентоспособности банка. В лидирующих банках формируется новая банковская культура, неотъемлемым элементом которой является инновативность – способность банка к внедрению новых методов работы с использованием инструментов digital-маркетинга.

По мнению ведущей аналитической компании McKinsey & Company *диджитализация* поможет сократить расходы банков на 10–15%, а технологии больших данных – «Big Data», позволят максимально точно оценивать клиента при выдаче кредита и повысить безопасность кредитных операций.

¹ Указ Президента РФ от 10.10.2019 N 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») // СПС КонсультантПлюс, 2019.

В феврале 2018 г. Центральный банк России разработал и утвердил новый базовый документ, определяющий развитие инновационных технологий на финансовом рынке – «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018-2020 годов», в котором определил наиболее перспективные направления развития финансовых технологий в России: Big Data и анализ данных, мобильные технологии, искусственный интеллект, роботизация, биометрия, распределенные реестры и облачные технологии². Ведущие банки страны успешно осуществили интеграцию IT-технологий в финансовый сектор: *E-wallet, Big Data, P2P, Bitcoin, M-wallets, Blockchain (блок цепей), T-commerce контент, SMM, SEO, PR, UX, Emails, обслуживание online* и др.

В последние годы замечен явный тренд трансформации многих бизнес-моделей, который вызван появлением цифровых технологий – искусственного интеллекта, робототехники, нанотехнологий, Интернета вещей, облачных технологий и т.д. Их внедрение способно повысить производительность труда в финансовых организациях на 40%³.

Повышение концентрации финансового капитала посредством расширения финансовых институтов сопровождается диверсификацией в деятельности финансовых институтов, повышением их устойчивости, привлечением средств новых инвесторов. Эта тенденция в развитии финансового рынка привела к сокращению количества банков с одновременным увеличением объемов банковских активов, что проиллюстрировано на рис. 1.

² ЦБ представил стратегию развития финансовых технологий. «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018-2020 годов» URL: <https://tass.ru/ekonomika/4937890> (дата обращения 25.11.2019).

³ Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; науч. ред. Л.М. Гохберг; НИУ «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – С. 4.

За последние 7 лет количество банков, действующих на территории России, сократилось на 457. По оценкам рейтингового агентства «Эксперт РА» к 2020 г. на рынке России останется 390 игроков⁴.

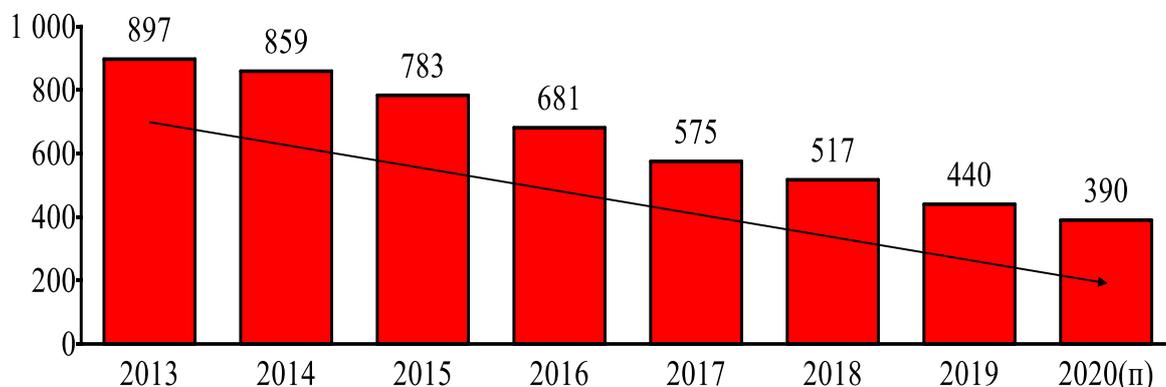


Рисунок 1 – Количество банков в финансовом секторе России в динамике 2013-2020 гг. Источник: составлено автором.

Дезинтермедиа́ция представляет процесс исключения финансовых посредников, таких как брокеры или банки, между покупателями и продавцами финансовых активов. Она возникла вследствие того, что усиленными темпами развиваются информационные технологии, что позволяет двум сторонам сделки договориться собственными силами. Более того, в последние годы происходит дерегуляция финансового сектора, что дополнительно упрощает процесс отказа от посредников. Таким образом, все участники финансового договора сокращают транзакционные издержки, такие как комиссионные расходы или иные сборы.

Секьюритизация – это процесс превращения неликвидных финансовых активов в ликвидные с помощью выпуска и продажи ценных бумаг, обеспеченных данным активом. Этот процесс был вызван, в первую очередь, необходимостью в получении дополнительной ликвидности в кризисные времена. С помощью секьюритизации компании получили возможность привлекать дополнительные средства, используя при этом

⁴ Какие банки закроются в России? /Эксперт РА/https://zen.yandex.ru/media/id/5ca20f631bb2_6c00b31c_40e6/kakie-banki-zakroiutsia-v-2019-godu-v-rossii-5caebeb947813d00b35aff6/ (дата обращения 10 ноября 2019).

собственные ресурсы, превращая неликвидный остаток в денежные средства.

Для любого участника финансового рынка стоит задача по созданию комплекса маркетинговых коммуникаций в целях успешной коммерциализации нового финансового продукта. *Инновационная политика банка* представляет целостную совокупность управленческих, организационных, экономических и технологических решений, приемов, форм и методов, направленных на обоснование, проектирование, разработку, серийный выпуск нового финансового продукта. Главные усилия менеджмента банка направлены на формирование комплекса коммуникаций маркетинга с учетом инвестиционного развития в *целях информационного обеспечения и создания гибкого процесса управления коммерциализацией в традиционных сегментах ссудного капитала* для полной и своевременной удовлетворенности клиентов банка, повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Большой вклад в развитии теории коммуникаций маркетинга сделали зарубежные ученые: Бартон Брюс, Бернбарх Билл, Бекер Билл, Бернет Лео, Кар Дэвид, Котлер Филип, Кэйплс Джон, Ривс Россер, Огилви Дэвид, Пасматье Джон, Херцбрэн Дэвид, Хопкинс Клод, Шварц Юджин, Шугерман Джозеф и другие. Существенный вклад в развитие теории электронных коммуникаций в маркетинге осуществили отечественные ученые: Г.А. Васильев, Г.А. Корнилов, Р.М. Мещеряков, А.А. Романов, Ю.Н. Соловьева, О.У. Юлдашева, А.А. Энговатова и др.

Современный комплекс маркетинговых коммуникаций в инновационной политике банка представляет динамичный механизм в пространстве и времени с использованием технологий рекламы, PR, масс-медиа и инструментов диджитал-маркетинга в целях: практической реализации нового финансового продукта; формирования латерального спроса, увеличение объема сбыта новинки и создания достойного имиджа финансовой организации.

Комплекс коммуникаций маркетинга для продвижения нового финансового продукта представлен на рис. 2.

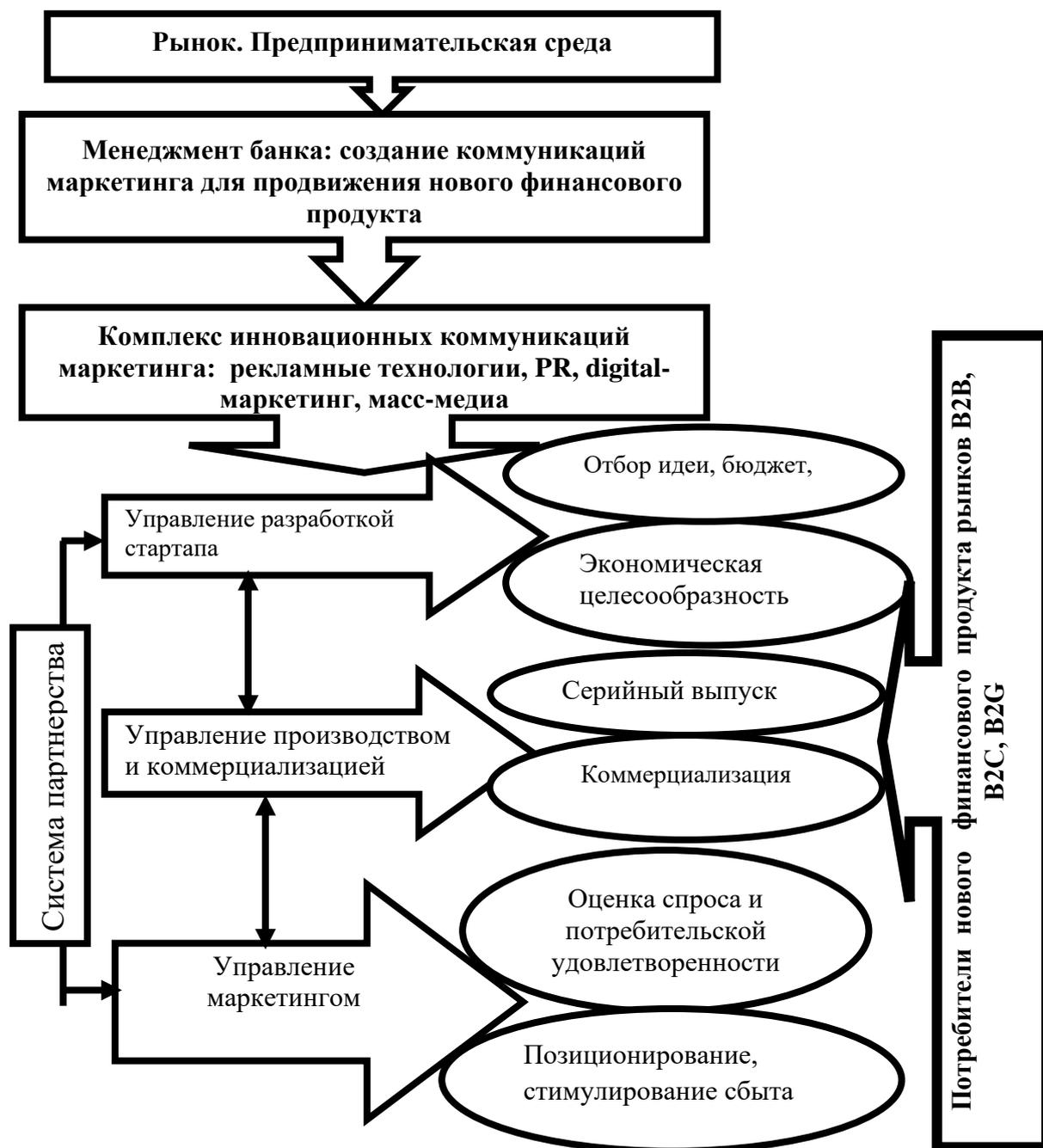


Рисунок 2 – Комплекс коммуникаций маркетинга для продвижения нового финансового продукта. Источник: составлено автором.

Практика подтвердила, что современный комплекс маркетинговых коммуникаций для продвижения нового финансового продукта реализуется в целях формирования институтов лояльных клиентов. Лояльность формируется в результате заинтересованности потребителя в покупке

финансового продукта именно данного бренда с учетом эмоциональной вовлеченности и привязанности клиента именно к данному банку, так как полностью удовлетворен качеством обслуживания в течение неограниченного времени.

Перед участниками рынка финансовых услуг стоит ключевая задача: как привлечь внимание покупателя и как его удержать. В результате маркетингологи банка направляют усилия на успешное позиционирование финансовых продуктов за счет *исследования конъюнктуры в целевом сегменте сбыта, оценки конкурентного окружения, гибкого использования рекламных технологий, стимулирования новых покупок, повышения сервиса обслуживания.*

Решению проблемы клиентоориентированности посвятили свои труды такие зарубежные авторы, как: Д. Аакер, Т. Амблер, Г. Армстронг, Р. Клифтон, Ф. Котлер, С. Лаусон, Р. Парк, М. Портер, Л. Райс, Э. Райс, Э. Сессер, Д. Симмонз, Д. Траут, Б. Харди, М. Хейг, Р. Честнут, Дж. Шет, Дж. Якоби др.

В России решению проблем управления поведением потребителей кредитных продуктов банка были посвящены труды отечественных ученых: Агеева Н.А., Андриюшин С. А., Белозеров С.А., Грязнова А.Г., Дворецкая Ю.А., Жуков Е.Ф., Иволгина Н.В. , Лаврушин О.И., Мазурина Т.Ю., Николаева Т.В., Стародубцева Е.Б., Тавасиев А.М., Хандруев А.А., Эриашвили Н.Д. и др.

Известно, что истинная потребительская лояльность характеризует готовность потребителя приобретать финансовый продукт конкретного банка не всегда по выгодной цене, неся при этом дополнительные издержки. Но именно лояльные клиенты и формируют финансовую устойчивость организации. Практика российского предпринимательства подтверждает важность разработки модели лояльности потребителей новинки, которая проиллюстрирована на рис. 3.

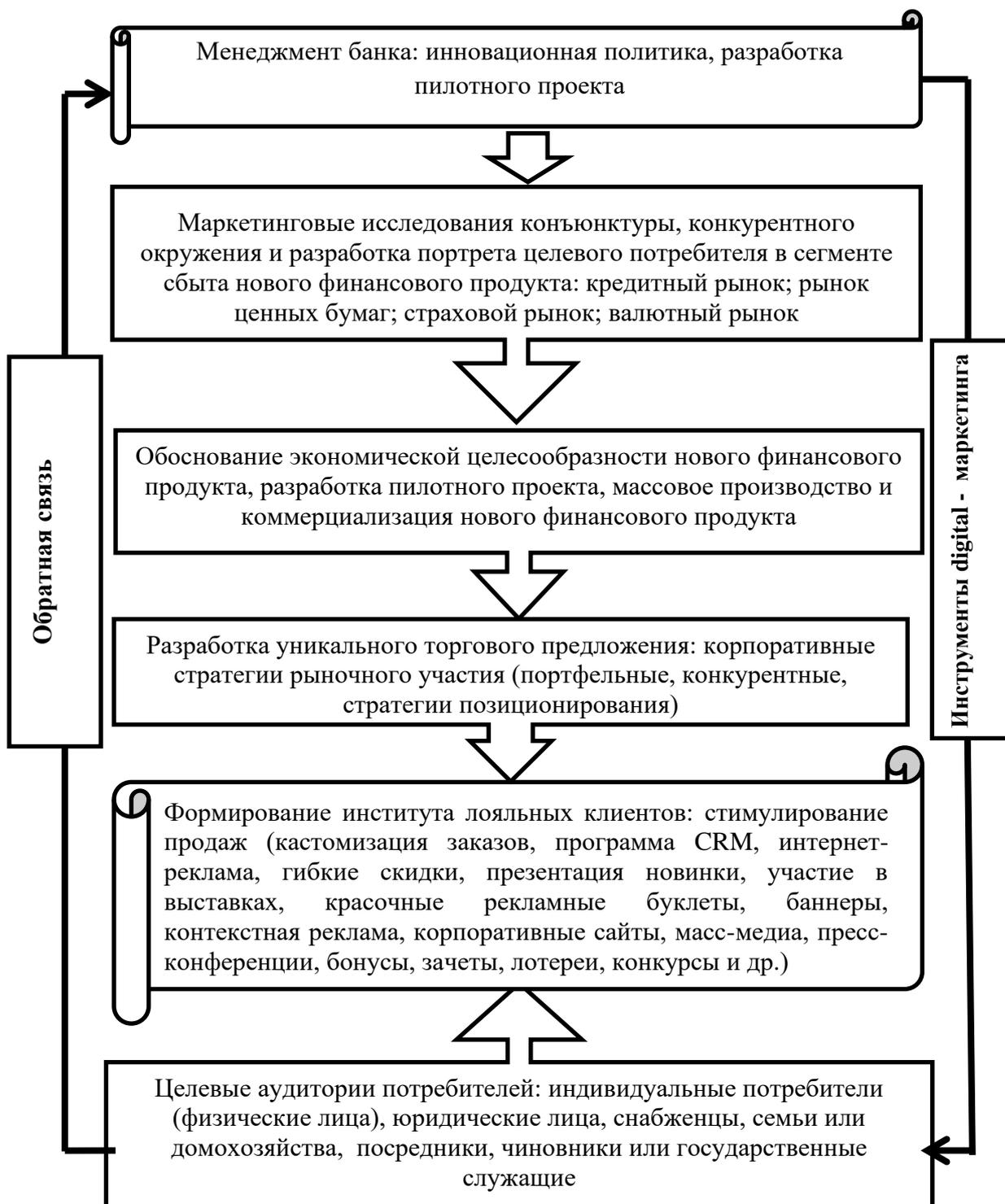


Рисунок 3 – Модель формирования лояльных потребителей нового финансового продукта. Источник: разработано автором.

Как видно из рис. 3, менеджмент участника рынка должен выполнить комплексный подход к формированию института лояльных клиентов с включением маркетинговых исследований оценки уровня латерального спроса, оценке конкурентного окружения, а главное к разработке

совокупных мер по стимулированию продаж нового финансового продукта. За счет активизации обратной связи с целевыми аудиториями потребителей новинки становится возможным разработка уникального торгового предложения с использованием инструментов digital-маркетинга: веб-ресурс (сайт и контент); веб-дизайн; аналитика; интернет-реклама; SEO (поисковая оптимизация); программные продукты, маркетинг в соц. сетях (SMM).

Согласно исследованиям Ernst&Young 96,3% всех транзакций в России будет совершаться с использованием инновационных сервисов проведения платежей и переводов⁵.

К уже созданным инновационным технологиям финансового рынка России можно отнести следующие:

- удаленная идентификация (в 2017 году ПАО «Ростелеком» сообщило о запуске тестирования Единой Биометрической Системы (ЕБС), которая позволит проводить идентификацию банковских клиентов удаленно);

- API (программный интерфейс приложения или интерфейс прикладного программирования с 2017 г. успешно на практике использованы такими банками, как ПАО Банк «ФК Открытие», АО «Киви Банк» и АО «Газпромбанк», которые сообщили о свободном доступе своих программных интерфейсов для разработчиков из других компаний);

- Big Data (большие данные), начиная с 2013 г. на практике успешно используют такие банки, как Сбербанк, Газпромбанк, ВТБ 24, Альфа-банк, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, ХКФ Банк, Банк Санкт-Петербург;

- искусственный интеллект (АНО «Робоправо» (Исследовательский центр проблем регулирования робототехники и искусственного интеллекта) создало в начале 2018 г. проект «Конвенции о робототехнике и искусственном интеллекте, созданы человекоподобные роботы с распознаванием речи, а также беспилотные автомобили»);

⁵ Курс на финтех: перспективы развития рынка в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus/\\$File/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus/$File/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus.pdf) (дата обращения: 19.10.2019).

• интернет вещей (IoT – сеть физических предметов, подсоединенных к Интернету и взаимодействующих между собой или с внешней средой). Наиболее активно и успешно интернет вещей (IoT) в России применяется на транспорте, в нефтегазовом и банковском секторах, а также в телекоме. Примерами интернета вещей в России являются: умный город от «Яндекс.Пробки», интернет-примерочные, онлайн-банкинг;

• облачные технологии (АО «Ростелеком» объявило о запуске коммерческой эксплуатации партнерской платформы для корпоративных и государственных заказчиков облачных решений для автоматизации бизнес-процессов и бизнес-решений).

В заключении можно сделать вывод, что использование комплекса коммуникаций маркетинга в инновационной политике банка позволит создать не только финансовую устойчивость, но и сформировать институт лояльных клиентов, а главное будет способствовать достойному имиджу.

Библиографический список:

1. Указ Президента РФ от 10.10.2019 N 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») // СПС КонсультантПлюс, 2019.

2. ЦБ представил стратегию развития финансовых технологий. «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018-2020 годов» URL: <https://tass.ru/ekonomika/4937890> (дата обращения 25.11.2019).

3. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX апр. Межд. науч. конф. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др.; науч. ред. Л.М. Гохберг; НИУ «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – С. 4.

4. Какие банки закроются в России? /Эксперт РА/<https://zen.yandex.ru/media/id/5ca20f631bb26c00b31c40e6/kakie-banki-zakroiutsia-v-2019-godu-v-rossii-5caebeb947813d00b35afff6/> (дата обращения 10 ноября 2019).

5. Курс на финтех: перспективы развития рынка в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus/\\$File/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus/$File/EY-focus-on-fintech-russian-market-growth-prospects-rus.pdf) (дата обращения: 19.10.2019).