

РЫНОК ВСЕХ РАССУДИТ



Алексей КРЮКОВСКИЙ

Руководитель отдела по работе с партнерами, компания «АПИОТ»

1 Да, конечно. Несмотря на то что доля «зарплатных» клиентов остается для многих банков довольно высокой, пластиковая карта превратилась в полноценный маркетинговый инструмент, но только для тех кредитных организаций, кто умеет им пользоваться. Возможностью предоставления доступа к счету для снятия наличных сегодня уже никого не удивишь, а наличие дополнительных сервисов, привязанных к карте, может привлечь новую, чаще молодую и хорошо зарабатывающую аудиторию. Количество карточных продуктов (видов карт) в банке может с легкостью превышать два десятка, и все для того, чтобы максимальное число клиентов могло выбрать для себя самый подходящий вариант.

2 Естественно, обычные расчетные карты пока вне конкуренции, но те клиенты, кому нужно немного больше, или кто уже попробовал новые технологии в действии — однозначно выбирают тип «пластика», полностью отвечающий их требованиям. Кредитные карты с cash-back, карты с функцией прохода в метро, а также карты

с дополнительной функциональностью в виде доступа на сайт государственных услуг — наличие подобных карт в банковском продуктовом портфеле может зачастую определить выбор клиента.

3 Наличие развитой инфраструктуры определяет стратегию использования карты ее держателем. Чем проще, быстрее и безопаснее использовать карту в качестве замены наличных — тем чаще она будет применяться. А широкая и рабочая карточная инфраструктура только должна это реализовать.

Помимо этого, конечно, должен соблюдаться баланс между торговой точкой, банками: эмитентом и эквайером, платежной системой. Когда это так — все игроки рынка заинтересованы в увеличении количества и объемов транзакций. Как раз развитие рынка и определяет выбор, позволяющий принять эффективное решение для каждого конкретного банка.

4 Клиент сегодня гораздо требовательнее себя же 15-летней давности. Как и везде, встречая по одежке, клиент смотрит, насколько карта красивая или интересная. Прозрачный пластик, флюоресцирующая краска, рельефная поверхность — обязательно находят живой отклик, что можно увидеть на тематических форумах, а иногда даже в разговорах на кассах. Там, кстати, уже не удивляются, когда клиент передает для оплаты карту с явно драгоценными вкраплениями или ювелирными элементами. Просвещенные держатели прекрасно знают, кто сделал их карту, а используя ее, оценивают: сэкономил на них банк или нет.

5 Для торговых точек расширение вариантов оплаты клиентом — один из не самых затратных способов увеличить их количество. Прием карт для оплаты может стать одним из конкурентных преимуществ, особенно для регионов с высокой долей проникновения «пластика» в кошельки клиентов.

Последние действия государства, направленные на увеличение доли безналичных платежей, способствуют этому, однако очевидно: любые действия регулятора имеют и обратную сторону. Поэтому разделяю общее настроение игроков: рынок все рассудит. 🇷🇺