

Стратегический шаг в новое десятилетие – трансформация банков в IT-компаниях

Громова М.А.

Белорусский национальный технический университет

Существует множество интерпретаций понятия «стратегия», к примеру, под стратегией понимается набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности [1]. В связи с расширением внедрения Интернета и новейших технологий в повседневную жизнь человека крупные банковские группы (TinkoffBank, Sberbank, AlfaBank) решили расширить предоставление своих услуг потребителям. Стратегия развития TinkoffBank основывается на создании платформы, которая будет предоставлять актуальные предложения клиентам по их предпочтениям, основываясь на предикативной аналитике. В планах банка создать некую аналитическую систему, которая сможет предсказывать желания клиентов. Например, с помощью информации о финансовых транзакциях клиентов, банк сможет предоставить конкретные услуги, в которых нуждается определенный клиент.

Мобильное приложение банка предоставляет не только услуги, связанные с банковскими операциями, но и по бронированию ресторанов; покупки билетов в кино, на концерты и другие мероприятия; шопинг (витрина торговых площадок, специальные предложения от магазинов, схемы ТЦ), а также была запущена безналичная система оплаты чаевых, адресных пожертвований. Банк создал первое банковское агентство путешествий, где клиент может покупать авиа- и железнодорожные билеты, туры, бронировать гостиницы, арендовать автомобили.

Также TinkoffBank предоставляет услуги Тинькофф Мобайл (виртуальный мобильный оператор) и Тинькофф Образование, где предоставляются образовательные услуги. TinkoffBank позиционирует себя как онлайн-экосистема, основанная на финансовых и лайфстайл-услугах, тем самым уходя от предоставления не только устоявшихся услуг, но и называя себя «банком» [2], расширяя свои полномочия в цифровой сфере для максимального удовлетворения потребностей клиентов.

Литература

1. Ансофф, И. Стратегическое управление: Сокр.пер. с англ./Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/>. – Дата доступа: 13.02.2020.