

COMNEWS

НОВОСТИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ, ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ, ВЕЩАНИЯ И ИТ

Подписка на новости | Реклама | Письмо

ЦБ РФ: USD 64.68 ↑ EUR 72.11 ↑

Новости | Редколонка | Точка зрения | В фокусе | Цитата дня | Конференции / выставки

- ОПЕРАТОРЫ
- СЕРВИСЫ
- МЕДИА
- ТЕХНОЛОГИИ
- IoT**
- РЕГУЛИРОВАНИЕ
- ФИНАНСЫ
- РИТЕЙЛ
- РЕГИОНЫ / СНГ
- КАДРЫ
- ИКТ В ТЭК

COMNEWS | НОВОСТИ | 2018 | АВГУСТ

РУБРИКИ: Оборудование • ПО • Инвестиции



VR для VIP

Влада Сюткина
© ComNews
02.08.2018

Начни утро с ComNews!

OK

"Альфа Private" сделал для VIP-клиентов виртуального помощника. Данный сервис представляет собой виртуальную переговорную с визуализацией советников в виде 3D-аватаров и отображением активов клиента и его трат. Благодаря этим возможностям переговорной клиенты "Альфа Private", подключившись к ней и надев VR-гарнитуру, могут работать в интерактивном формате с реальными цифрами, визуализировать их в виде графиков и выполнять многие другие операции, а также, к примеру, встретиться с финансовым или инвестиционным советником и получить от них консультацию, не выходя из дома. В Альфа-Банке уверены, что многие клиенты оценят удобство нового виртуального помощника.

Как рассказали в пресс-службе Альфа-Банка, сейчас банк проводит пилотный проект и тестирует концепт на отдельной фокус-группе клиентов. В скором будущем этот сервис станет доступным всем клиентам. "Пилотный проект завершится в сентябре 2018 г. В случае признания инициативы успешной услуга будет запущена в промышленную эксплуатацию в 2019 г. За это время мы дополним услугу множеством полезных функций", - пояснила руководитель блока "Управление крупным частным капиталом" Альфа-Банка Катерина Милеева.

При этом она добавила, что по результатам пилотного проекта Альфа-Банк хочет оценить актуальность такого формата коммуникаций для клиентов. "Проще говоря, понять, какой процент клиентов "Альфа Private" готовы начать использовать сервис VR-консультанта. Исходя из полученной цифры, мы построим модели, на базе которых сформируем условия использования для наших клиентов", - отметила Катерина Милеева. При этом, по ее словам, Альфа-Банк планирует привлечь к сервису не менее 100 клиентов "Альфа Private".

Относительно самого механизма работы виртуальной переговорной "Альфа Private" в пресс-службе Альфа-Банка сообщили следующее: "По договоренности с клиентом финансовый советник может инициировать VR-сессию. Клиенту в приложение мобильного банка "Альфа-Мобайл" приходит оповещение, после чего операцию можно подтвердить кодом из SMS. После этого запускается виртуальная переговорная комната, в которую подгружаются данные клиента. В будущем в виртуальной переговорной появится функция автоматической отправки отчета о принятых решениях".

Ред

У Рс
при
Юлия
корре

Роск
пока
"регу
уста
зако
набо
Одне
этого
...

Точ

Opti
2.0
Ван Х
таме
тевой
реше

О то
ценн
5G,
расс
"Мар
инфр
Нуав

Сей

[1

[1
сдал

[1
през

[17
Отеч

Как указала Катерина Милеева, виртуальная переговорная специально создавалась для высокостоятельных клиентов Альфа-Банка. "В первую очередь это обусловлено тем, что такие клиенты часто находятся в поездках, стремятся экономить свое время, тщательно планируя перемещения по городу, или проводят значительную долю времени за рубежом", - пояснила Катерина Милеева.

Что касается команды, работавшей над сервисом, она сказала следующее: "Реализацией проекта занималась гибридная команда, состоящая из разработчиков, аналитиков и архитекторов Альфа-Банка, а также внешний подрядчик - компания, специализирующаяся на разработке VR-контента".

Альфа-Банк как передовой банк в сфере технологий всегда предлагает инновационные цифровые решения. Мы знаем, что наши клиенты часто путешествуют или постоянно проживают за рубежом и очень бережно относятся к собственному времени. Визит в офис для них может быть не всегда удобен, при этом чат с советником не даст эффекта присутствия и доверительной атмосферы, погружения в контекст. Мы уверены, что многие клиенты оценят удобство виртуального помощника", - прокомментировала Катерина Милеева.

Она также обратила внимание корреспондента ComNews на тот факт, что преимущество VR-коммуникации в целом очевидно - это погружение клиента в виртуальную симуляцию, в рамках которой он фокусируется только на контенте и взаимодействии со своим финансовым советником. "Визуализация в виртуальной реальности позволяет в удобной форме отобразить финансовый контент и погрузить в него клиента, сохранив при этом эмоциональный контакт через голосовую связь с человеком, которого он хорошо знает и которому доверяет", - указала Катерина Милеева.

Говоря с корреспондентом ComNews о наличии аналогичных сервису Альфа-Банка решениях, в пресс-службе АО "Тинькофф Банк" рассказали следующее: "Такого рода проект банка - реализуемый с компанией "Иммерсия". Банк будет использовать ее решения в VR для сервиса "Тинькофф Ипотека". Соответствующее соглашение с компанией, как указали в пресс-службе банка, Альфа-Банк подписал в мае. "Иммерсия" разработала проект по визуализации вариантов жилья одной и той же планировки для разных аудиторий. На данный момент команда работает над развитием проекта, создавая платформу экспресс-проектирования интерьеров с поддержкой виртуальной и дополненной реальности. Предлагаемые решения позволят повысить конверсию в заявки на ипотечные продукты", - проинформировали в Тинькофф Банке.

В разговоре с корреспондентом ComNews коммерческий директор компании "Техносерв Консалтинг" (ГК "Техносерв") Алексей Катрич обратил внимание на то, что для физических лиц новый сервис "Альфа Private" может стать аналогом финансового эксперта, который поможет с консультацией по услуге или решит финансовые вопросы. "Сервис также может заменить реальный офис на виртуальный или поможет в процессе ипотечного кредитования", - отметил Алексей Катрич. Для малого и среднего бизнеса, по его словам, с помощью такого сервиса можно обеспечить все банковское обслуживание с учетом вспомогательных сервисов, таких как налоговая отчетность, финансовый менеджмент и предоставление образовательных курсов на платформе банка. "Сотрудникам банка он может заменить видеоконференции, обеспечить совместную работу удаленных подразделений", - указал Алексей Катрич.

При этом он отметил, что, по мнению аналитиков Gartner, функции персонального финансового консьержа перейдут в виртуальную реальность, этот сервис станет для пользователей обыденным уже к концу 2019 г. "Коммерческий потенциал очень высок при небольшой операционной стоимости данной услуги, ведь вся инфраструктура готова, необходима лишь платформа", - заметил Алексей Катрич.

Помимо того, интерес к VR, по его словам, будет экспоненциально расти на развивающихся рынках, повторяя динамику сервиса чат-ботов в 2018 г. "Пик спроса, согласно Gartner, ожидается в 2020 г.", - проинформировал Алексей Катрич. Он также заявил, что услуга VR станет ключевой при объединении Интернета вещей (IoT) и банковских маркетплейсов для создания небанковских сервисов на базе банков как финансово-расчетных хабов.

По мнению директора Центра виртуальной реальности "Крок" Илья Симонова, будущее нового сервиса "Альфа Private" напрямую связано с наличием VR-гарнитур у клиентов банка, а его дальнейшее масштабирование может быть ограничено небольшим проникновением VR-устройств на массовом рынке в России в целом. "Поэтому на данном этапе этот проект можно назвать скорее имиджевым", - указал Илья Симонов.

В перспективе, по его словам, сервис может стать дополнительным инструментом продажи банковских услуг в отделениях или использоваться в ходе обслуживания клиентов. При этом он добавил, что со стороны банковского сектора к технологии VR интерес есть, но пока основные потребности в VR - для обучения персонала. "На рынке есть успешные кейсы по развитию soft skills у сотрудников банков, напрямую работающих с клиентами", - отметил Илья Симонов.

Он также отметил следующее: "В банках VR-технологии могут применяться в продажах, тренингах для персонала по развитию soft skills, а также в ходе презентации инвестиционных проектов. Например, в ходе сделок с коммерческой недвижимостью визуализация с помощью виртуальной реальности поможет осмотреть объект и ускорить принятие финансовых решений. В ипотечном кредитовании VR-технологии могут использоваться в ходе переговоров для демонстрации квартир авторизованных банком застройщиков потенциальным покупателям".

На взгляд президента Ассоциации дополненной и виртуальной реальности (AVRA) Екатерины Филатовой, в

настоящий момент новый сервис "Альфа Private", скорее, смелый эксперимент банка, близкий к задачам маркетинга и ассоциативной связи банка с передовыми инновациями.

"В описанной механике у клиента должен быть всегда с собой качественный шлем виртуальной реальности. Но к настоящему моменту пользователей шлемов не так много, и они есть у совсем небольшого количества премиум-клиентов. Нужны существенные преимущества в работе и обоснования для клиентов, чтобы все приобрели VR-шлемы, либо они должны быть предоставлены самим банком. Это первое из препятствий. Второе - это сложная механика работы. Части клиентов она может быть не понятна, части - не удобна. Взаимодействовать только в VR-пространстве и совершать операции пока не предусмотрено: авторизация, подтверждение операций, контроль происходит с помощью SMS и приложения. Снимать и надевать шлем - не комфортно. И пользователь тратит больше времени на использование, чем проведение операции в приложении", - пояснила Екатерина Филатова.

Но сервис Альфа-Банка, по ее словам - первый пробный эксперимент с ограниченной аудиторией. "Отработка механик работы и обратная связь клиентов могут позволить довести продукт до массового потребителя и показать эффективность применения VR-технологий. Стоит отметить, что таких продуктов даже на мировом рынке пока нет. Поэтому действия Альфа-Банка можно считать смелыми и направленными на создание уникального продукта для всей мировой банковской системы", - отметила Екатерина Филатова.

При этом она заметила, что создание сервиса, превращающего удаленные коммуникации в естественные для потребителя, - это, безусловно, важный и нужный шаг. "Все идет к тому, что взаимодействие с информацией меняет свои принципы. Виртуальная и дополненная реальность позволяют отказаться от использования экрана монитора/смартфона, а взаимодействие и управление сделать близкими к естественному - посредством жестов и взгляда. Созданный проект - вероятно, один из первых шагов к смене формата работы с клиентом, отказа от физических офисов и максимального переноса работы с клиентом в виртуальное пространство", - указала Екатерина Филатова.

Помимо того, она обратила внимание на то, что VR-технологии все больше проникают в массы, становятся доступнее по цене и более качественными. Сбербанк, Альфа-Банк, Промсвязьбанк и другие банки смотрят в сторону интерактивных технологий и пробуют внедрять в направлениях ретейла, маркетинга, обучения, взаимодействия с пользователями. Пока это на уровне экспериментов, позволяющих собрать обратную связь, оценить эффективность и создавать более интересные инновационные продукты. Важный момент в банковской сфере - это гарантия чистоты финансовых операций, верификации пользователя, точности данных. Пока в VR-технологии это не внедрено. Но, судя по проекту Альфа-Банка, работы активно ведутся", - проинформировала Екатерина Филатова.

Активное использование VR-технологий, по ее словам, происходит в маркетинговой и выставочной деятельности. "Тех сферах, где нужно визуализировать большие объекты, вовлечь пользователя в процесс и впечатлить. Это первое из активно используемых направлений банковской и иных сфер. На втором месте - это применение в ретейле. Также технологии показывают свою эффективность в процессе обучения персонала банков, как в части общения с потребителями, так и отработки новых навыков и получения новых знаний по направлению", - заявила Екатерина Филатова.

СМО ООО "Альт" (бренд Antilatency) Роман Вдовченко указал корреспонденту ComNews на то, что с проникновением устройств виртуальной реальности социальные сервисы, такие как Facebook spaces, VRchat, altspaceVR и, например, Sansar становятся все более популярными. "Большая часть пользователей таких сервисов - взрослые люди, применяющие VR как средство для посещения конференций и концертов, а также образовательных митапов. Считаю, что пересечение аудиторий банков и подобных платформ достаточно велико для того, чтобы начинать эксперимент с виртуальным консультационным центром, тем самым погружив часть аудитории в привычный им виртуальный мир, добавив к нему дополнительную ценность, а через них "инфицировать" клиентов, ни разу не использовавших VR, что станет дополнительным драйвером для развития рынка", - указал Роман Вдовченко.

При этом он отметил, что подобный шаг от одного из крупнейших банков в стране показывает, что технический уровень сегодняшних VR-устройств достаточно высок для ежедневного использования без дискомфорта, а несет ли он безусловную пользу - покажут результаты работы с фокус-группой. "На мой взгляд, многим клиентам банков первое погружение в VR может показаться слишком необычным опытом и вызвать эмоции, которые не позволят решить серьезные финансовые вопросы. Для тех же клиентов, кто знаком с виртуальной реальностью, подобный способ коммуникации действительно может добавить уверенности и облегчить ведение диалога", - отметил Роман Вдовченко.

Он также обратил внимание на то, что интерес к VR от enterprise-сегмента в целом растет от года к году. "Но если несколько лет назад это была привязка к хайповой теме, то теперь топ-менеджмент корпораций изучил технологии глубже, многие компании нанимают в штат людей из рынка и используют их опыт для выстраивания маркетинговых активностей и корпоративного обучения с помощью VR", - проинформировал Роман Вдовченко.

Помимо того, он добавил следующее: "На сегодняшний день к нашей компании идет большой запрос на использование VR в корпоративном обучении, причем как soft skills, так и, например, тиры и площадки для тренировки инкассаторов. Считаю что к 2020 г. все крупнейшие банки откроют направление, связанное с VR".

Руководитель направления "Виртуальная и дополненная реальность, технологии геймификации" ИТ-кластера фонда "Сколково" Алексей Каленчук в разговоре с корреспондентом ComNews заметил, что применение виртуального офиса, удаленного офиса или мобильного офиса - довольно популярная идея, с которой так или иначе экспериментируют не только банки, но и телеком-операторы, ретейлеры и все, у кого есть широкая сеть фронт-офисов.

"Есть ряд тезисов за и против, которые формируют общую картину подобных решений", - указал Алексей Каленчук. Основной технический барьер и тезис "против", по его словам, - отсутствие у клиентов VR-гарнитур, или, проще говоря, шлемов/очков виртуальной реальности. "В настоящий момент существуют качественные и недорогие очки в ценовом сегменте до \$300, но их необходимо покупать либо клиенту, либо банку, так как массовыми на сегодня эти устройства не являются. Иногда предполагается, что клиенты смогут получить качественный VR-experience, вставив свой смартфон в картонку или дешевый пластиковый шлем - но это глубокое заблуждение, создающее лишь отвращение к данной технологии", - проинформировал Алексей Каленчук.

С точки зрения пользовательской ценности подобного сервиса для клиента банка, по его словам, все сложнее. "Клиенту не сразу станет очевиден комфорт от использования VR даже по сравнению с обычными аудио- или видеозвонками. И на это "образование" клиента также необходимо затратить дополнительные усилия и ресурсы. Но в долгосрочной перспективе этот формат действительно способен заменить фронт-офисы в банках, так как VR позволяет создавать отличный уровень приватности и максимально учитывать индивидуальные особенности клиента", - отметил Алексей Каленчук.

При этом он добавил, что на текущий момент подобные банковские решения с технологией VR в большей мере являются PR-кейсом, позволяющим банку поддерживать образ инновационной компании, показывать готовность экспериментировать с новыми решениями и создавать новые продукты на острие технологии. "При этом интерес к VR подогревается еще и растущей доступностью технологии - например, появляются дешевые и качественные VR-шлемы. Я вижу устойчивый тренд трансформации VR от вау-эффекта к повседневным решениям, приносящим реальную пользу и бизнесу, и клиентам", - заметил Алексей Каленчук.

Помимо того, по его мнению, существуют как минимум два крайне перспективных направления в VR, которые уже сегодня показывают метрики эффективности.

"Во-первых, это образовательные решения, связанные с тренировкой soft skills сотрудников фронт-офисов, то есть навыки общения с клиентами, подчиненными, тренирующие правильное поведение с людьми, в том числе в конфликтных ситуациях. Во-вторых, это различные шоу-румы (недвижимость, авто), которые находятся на стыке между банком, как поставщиком кредитного продукта - ипотеки, автокредита, и поставщиком - девелопером, автомобильным дистрибьютором, желающим поднять свои продажи", - указал Алексей Каленчук.

Относительно того, найдет ли у важных клиентов Альфа-Банка применение сервис виртуального консультанта, аналитик ГК "Финам" Леонид Делицын сказал следующее: "Если предположить, что VIP-клиентам будут дарить гарнитуру - вряд ли они сами "раскачаются" ее покупать, а просто отправить им ссылку на электронный прилавок вряд ли разумно, - то клиенты вполне могут и попробовать. Среди состоятельных людей много так называемых инноваторов, или первых пользователей, которые любят пробовать все новое, в особенности технику. Дальнейший успех зависит от того, поможет ли это клиентам зарабатывать. Когда клиент путешествует, звонок ему с предложением купить какие-нибудь интересные акции становится если и не холодным, то заметно "охлажденным", поскольку клиент не видит своего советника и тот не может задействовать все свое человеческое обаяние и язык жестов - а одного лишь тембра голоса может быть и недостаточно, чтобы убедить совершить нужное действие. Виртуальный советник, в принципе, может оказаться даже приятнее своего прототипа, если с ним поработает стилист".

Что касается применимости как таковой технологии виртуальной реальности в банковской сфере, Леонид Делицын заметил, что сейчас речь идет не столько о собственно банковских, сколько об инвестиционных услугах. "То есть VR будет побуждать не взять кредит или положить средства на депозит, а приобрести или продать что-нибудь наподобие акций фонда, играющего на биткойне", - пояснил Леонид Делицын. Об интересе банковского сектора к технологии VR он сказал следующее: "В данном случае речь идет скорее об имиджевом ходе. Банковский сектор традиционно в числе пионеров использования ИТ, однако, как правило, банки ждут, чтобы кто-нибудь отважился попробовать первым. Если успех вызывает доверие, то генерируется волна подражания".

VR-помощники, по мнению Леонида Делицына, могут быть полезны для оказания услуг VIP-клиентам. "Что касается следующих поколений VIP-клиентов, которые начинают свою жизнь в смартфоне и соревнуются друг с другом в умении дрессировать Siri, то их общение с банками, вероятно, будет изначально носить виртуальный и игровой характер, и финансовые советы VR-персонажа, похожего на Рапунцель или на Папу Свина, будут вызывать у них больше доверия, чем предложения какого-нибудь малознакомого консультанта. Скорее всего, сами по себе они вообще никогда не посетят традиционный банковский офис", - заявил Леонид Делицын.

Обсуждение [0 👍, -0 👎, ±0 👏] [Добавить комментарий](#)

При использовании материалов ссылка на ComNews обязательна.

1999-2019 © ComNews.ru
info@comnews.ru
+7 495 933-5483
+7 812 670-2030

Свидетельство о регистрации СМИ
от 8 декабря 2006 г.
Эл № ФС 77-26395

Реклама

Письмо в редакцию

О нас

About us

НОВОСТИ

Операторы

Беспроводная связь
Фиксированная связь
Вещание
Магистральный бизнес
Спутниковая связь
Почтовая связь
ШПД

Сервисы

Аутсорсинг
Дата-центры
Колл-центры
ВКС
Cloud, виртуализация
Электронная коммерция
Информационная безопасность
Интеграция
Электронные госуслуги

Медиа

ТВ-контент
Интернет-медиа
Мобильный контент

IoT

Технологии

Блокчейн
Оборудование
ПО
Технопарки
Венчурные проекты
Электроника
Отраслевые стандарты

Финансы

M&A
Криптовалюта
Фондовый рынок
Финансовые отчеты
Инвестиции
Конкурсы / тендеры

Регулирование

Нормативные акты
Суды
Конфликты
Госполитика

Ритейл

Федеральные сети
Региональные сети
Гаджеты

Регионы / СНГ

Экспансия
Регионы
Страны Балтии
СНГ
В мире

Кадры

Назначения, Отставки,
Дни рождения
Компенсации и премии

ИКТ в ТЭК

РЕДКОЛОНКА

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

В ФОКУСЕ

ЦИТАТА ДНЯ

ВОПРОС НЕДЕЛИ

КОНФЕРЕНЦИИ / ВЫСТАВКИ

ВИДЕОИНТЕРВЬЮ

АВТОРЫ

ОПРОВЕРЖЕНИЯ

WEEKEND

ФОРУМ

КУРСЫ ВАЛЮТ

MNP В РОССИИ

MVNE от МТТ

20 ЛЕТ НТВ-ПЛЮС