

Polymedia помогает банкам стать интерактивными

Банки – клиенты неординарные. Они хотят иметь все: красивый дизайн, высокотехнологичную инфраструктуру, а главное – выделяться на фоне конкурентов



Игорь ИШЕЕВ,
технический директор
компании Polymedia

Беседовала: Оксана Дяченко

Компания Polymedia – лидер российского рынка систем визуализации информации. В России, в отличие от Запада, рынок аудиовизуальной интеграции довольно новый, и Polymedia является одной из немногих компаний, которая в конце прошлого тысячелетия не только стояла у его истоков, но зарождала его. Несмотря на «юность» АВ-рынка, конкуренция здесь большая, и Polymedia активно стремится разрабатывать все новые креативные решения для широкого круга заказчиков, чтобы не потерять заслуженную позицию лидера.

Помимо основного направления деятельности (Polymedia – эксперт в области разработки и построения ситуационных центров органов государственной власти, а также диспетчерских центров и командных пунктов для си-

ловиков), компания обладает большим портфелем решений, проектов, систем, которые может предложить банкам. И некоторые кредитные организации уже оценили положительные стороны такого сотрудничества.

О системах и продуктах компании, о сотрудничестве с банками рассказывает технический директор компании Polymedia Игорь ИШЕЕВ и руководитель интеграционных проектов компании Анатолий ЛИТВЯК.

НБЖ: Как вы считаете, какие продукты, решения, системы от компании Polymedia могут успешно применяться или уже используются в банковской отрасли?

А. ЛИТВЯК: Ввиду нашего основного профиля деятельности мы хорошо знаем технические подходы и функциональные решения, необходимые нашим заказчикам – крупным коммерческим и государственным предприятиям. Кроме того, мы, как говорится, собаку съели на реализации ярких проектов с креативными аудиовизуальными инсталляциями. Банки в данном случае являются для нас интересным сегментом рынка, причем интерес этот обоюдный.

Достаточно плотно общаясь с кредитно-финансовыми учреждениями, мы понимаем, что на сегодняшний день все они испытывают острейшую потребность в привлечении клиентов нестандартными инновационными способами. В связи с этим мы предлагаем банкам целый ряд продуктов и систем для создания определенного имиджа кредитно-финансовой организации.

В нашем арсенале аппаратные и программные решения, которые эту задачу успешно реализуют. Например, «интерактивный цифровой помощник», который может находиться в холле банка и предоставляет клиенту возмож-

ность получить необходимую ему информацию, самостоятельно используя определенное оборудование. Иначе говоря, персональные интерактивные мониторы, с помощью которых клиент получает информацию о банке и его услугах одним прикосновением к сенсорной панели, что в конечном счете оптимизирует многие организационные процессы и оставляет позитивное впечатление от посещения банка.

Продукт, также представляющий интерес для банков, – это система Digital Signage – управляемая из единого центра информационно-рекламная система, предназначенная для демонстрации сообщений на сети распределенных мониторов. Так, мы реализуем пилотные проекты с применением систем DS, интегрированных с электронной очередью.

Еще одна очень модная на сегодняшний день система – iPad-гид по банку. Причем это может быть iPad-гид, либо iPhone-гид, либо любой другой телефон на базе андроида. Подобные гиды позволяют получать клиенту дополнительную информацию.

Отмечу, что и контент, и аппаратные решения могут использоваться не только для каких-то маркетинговых целей банка, но и для администрирования его внутренних процессов.

Еще один интересный для банков продукт – это система бронирования переговорных комнат. В крупных финансово-кредитных организациях количество переговорных комнат растет, а организация их заказа при этом оставляет желать лучшего. Во избежание неприятных ситуаций с накладками во время встреч с партнерами или других важных переговоров организация, заботящаяся о своем имидже, прибегает к помощи таких простых в использовании, но непростых в устройстве систем.

НБЖ: Как работает эта система, как ею могут управлять изнутри сами сотрудники банка?

И. ИШЕЕВ: Так как переговорные комнаты востребованы в течение дня, то требуется система, которая закрепит в конкретное время конкретную переговорную за конкретным сотрудником. Соответственно, эта система может строиться на специальном ПО, а ее интерфейсом могут служить индивидуальные desktop-устройства, ноутбук или iPad, позволяющие бронировать переговорные, менять расписание бронирования, а также пользоваться любой другой внутренней информацией. Особенностью таких систем является по умолчанию установленный приоритет бронирования, отданный руководителю или другому пользователю по желанию банка. Общим интерфейсом коллективного пользования для таких систем являются также интерактивные дисплеи, установленные перед переговорной, на которых каждый менеджер банка может отследить информацию о занятости переговорной, участниках совещания, времени переговоров или при желании «пролистать» интерактивный дисплей на страницу с нужной ему информацией.

Таким образом, мы обеспечиваем высокотехнологичный имидж банка от начала переговоров до их окончания.

НБЖ: Расскажите об этом подробнее.

И. ИШЕЕВ: В нашей компетенции находится не только создание систем бронирования и эффективных аудио- и видеоинсталляций, но и самой инфраструктуры переговорных комнат, конференц-залов и других подобных функциональных помещений. В рамках таких решений мы предлагаем всевозможные интерактивные средства ведения презентации, средства коллективной работы над документами, средства аудиовизуальной коммуникации, например видеоконференцсвязь (ВКС). Мы активно разрабатываем и реализуем проекты виртуальных переговорных, так называемого класса Телепрезентс, которые позволяют передавать большое панорамное изображение высокого качества на большой видеостене, что дает нашим заказчикам возможность проводить дистанционные совещания с эффектом присутствия за одним столом всех участников по ту и другую сторону видеостены.

НБЖ: Какие новые тренды инновационных маркетинговых решений для учреждений финансово-кредитных услуг вы могли бы отметить?

А. ЛИТВЯК: В последнее время стали пользоваться спросом системы, которые строятся на основе софтверных разработок нашей компании, – это электронные офисы руководителя. Такой электронный офис представляет собой интерактивный экран, на котором с помощью специального ПО для руководителя собирается вся необходимая ему информация, причем предоставляется она в наглядном, доступном и понятном ему виде. Это позволяет делать разработанный нашими программистами инструмент управления визуализацией ВИРД.

И. ИШЕЕВ: Такого рода информационные фреймы можно создавать двумя путями. Поскольку информация, как правило, поступает из разрозненных информационных систем, внедрявшихся различными компаниями на разных этапах, интеграции между ними, скорее всего, нет. Можно создать некий портал, который будет формировать эти фреймы с заранее «защитыми» программистами пресетами, компоновкой блоков этих фреймов, составом блоков внутри этого фрейма. Такая работа достаточно трудоемка и имеет большой «минус»: когда требуется оперативно поменять визуальное представление имеющихся данных, подключить вместо одной информационной системы другую, то это требует повторного программирования этого портала. Так, конечно, делают. Но для этого нужно держать собственную службу, которая помимо того что ведет эти информационные системы, еще и обеспечивает их интеграцию в виде электронного офиса руководителя.

Понимая это, мы разработали свою систему, которая обеспечивает другой подход. Мы создали среду, понятную пользователю, не обладающему глубокими познаниями в области ИТ и АВ. Пользователь может сам довольно быстро скомпоновать информационный фрейм, обратившись к различным информационным системам. Причем степень интеграции нашего программного обеспечения с информационной системой может быть различной. Где-то мы берем скриншот и визуализируем его в определенном месте

этого нового фрейма. Где-то мы обращаемся в базу данных числовых значений, визуализируемых своими средствами. И в этом смысле получается некое новое качество, потому что наглядность данных, масштаб данных можно изменить. Соответственно, оперативность принятия решений на основе таких систем увеличивается. Ведь конечная цель – увеличить качество принятия управленческих решений.

НБЖ: Предположим, что банк обращается к вам с просьбой модернизировать свою аудиовизуальную инфраструктуру. Что нужно банку для того, чтобы этот проект успешно реализовать? На какой бюджет он должен рассчитывать?

И. ИШЕЕВ: Любая работа такого уровня должна начинаться с обследования ресурсов банка на данный момент и анализа того, что в результате заказчик хочет получить. Этим занимается сам интегратор. По результатам обследования компания-интегратор делает эскизный проект и представляет возможные варианты реализации. Для того чтобы проект был эффективным, банку необходимо создать свою рабочую группу по проекту, в которую войдут специалисты, хорошо ориентирующиеся в структуре данных, нужных для построения заказанной банком системы.

А. ЛИТВЯК: Как правило, со стороны банка в рабочую группу входят руководитель проекта, представитель ИТ-департамента, представитель маркетинговой службы, представитель отдела, занимающегося программированием. Например, для того чтобы нам кастомизировать информацию, вывести ее в правильном и доступном клиенту банка виде, необходим специалист по базам данных. Одна из его задач – сделать выборку из той информации, которую мы должны будем визуализировать.

И. ИШЕЕВ: Состав команды со стороны банка может динамично меняться на каждом из этапов проекта. Но в любом случае необходимо желание заказчика довести работу до ума.

Стоимость проекта будет зависеть от многих факторов. В процессе работы этот показатель на каждом этапе оптимизируется и уточняется.



Анатолий ЛИТВЯК,

руководитель интеграционных проектов
компании Polymedia

НБЖ: С помощью вашего ПО ВИРД можно оптимизировать бюджет?

И. ИШЕЕВ: ВИРД помогает существенно сэкономить на штате сотрудников. Это ПО не обязывает к обслуживанию высококвалифицированными специалистами. Иными словами, мы даем инструмент, с помощью которого задачи решаются более эффективно, а у заказчика отпадает необходимость покупать дорогостоящих специалистов.

НБЖ: Компания Polymedia предлагает много решений и продуктов для образовательных учреждений. А в банках довольно развито корпоративное обучение. В этой связи вам есть что предложить финансово-кредитным учреждениям?

И. ИШЕЕВ: Действительно, в банках очень востребовано корпоративное обучение по разным направлениям и специализациям. Необходимо учитывать, что современные банки не локализованы в каком-либо городе или регионе, а существуют как распределенная сеть филиалов. При этом персонал должен обучаться по единым корпоративным стандартам. В связи с чем очень востребованы как локальные учебные центры (УЦ), оснащенные современными техническими программными средствами, так и территориально распределенные УЦ с возможностью дистанционного обучения.

А. ЛИТВЯК: Помимо оснащения самих

центров, это, в свою очередь, ведет и к созданию внутреннего портала для размещения программы и материалов обучения, записей ВКС-трансляций, ведения форумов с консультацией экспертов и другими немаловажными функциями.

И. ИШЕЕВ: Для создания УЦ банка мы применяем интерактивные системы коллективного пользования, системы ВКС, различные средства коммуникации, которые позволяют удаленно работать над одним документом.

Активно внедряются также системы интерактивного голосования, когда на занятиях через определенный интервал времени можно проводить тестирование свежееизложенного материала. Такие системы могут оценивать не только ответы, но и время реакции учащегося.

А. ЛИТВЯК: Отмечу, что банки «средней руки» сейчас активно создают свои УЦ, а банки уровня ТОП-15 уже модернизируют имеющиеся, поскольку наличие высокотехнологичных УЦ для них является некой имиджевой составляющей.

НБЖ: Вы могли бы отметить какую-то специфику банков как заказчиков?

И. ИШЕЕВ: Как мы уже сказали, в ситуации высокой конкуренции банки проявляют большой интерес к вложениям в инновационные технологии. И те, что уже обладают представительными функциональными средствами принятия решений, автоматизированными системами, разветвленной сетью УЦ и другими оптимизирующими деятельность инструментами, обращают особое внимание на внешнюю составляющую, а именно – на впечатляющие высокотехнологичные средства привлечения клиента и повышения его лояльности к банку. При этом большое внимание уделяется надежности решений – для финансово-кредитных организаций недопустимо и неприемлемо, чтобы какая-то система, работающая на привлечение клиентов, давала сбой.

Кроме того, банки очень трепетно относятся ко всему, что связано с защитой информации, безопасностью. В этом случае от интегратора требуется (без доступа к базам данных) максимально качественно проработать систему и сделать интуитивно понятный в управлении и использовании инструмент, чтобы впоследствии внутренний специалист банка смог самостоятельно «заливать» информацию, оперируя предо-

ставленными ему инструментами. Поэтому нам зачастую приходится выполнять «промежуточную» работу «вслепую», но в этом и состоит вся сложность решений и творчество инженерной мысли.

НБЖ: Расскажите о вашем проекте со Сбербанком.

А. ЛИТВЯК: Мы работаем со Сбербанком в рамках общей концепции развития этой кредитно-финансовой организации и помогаем создавать офис будущего Сбербанка. Этот офис будущего с точки зрения аудиовизуализации как раз и состоит из всех тех продуктов и решений, о которых мы говорили выше.

Пока что эти решения внедряются разрозненно в отдельных инновационных подразделениях Сбербанка. Так, 1 декабря открылся флагманский офис Сбербанка нового формата, где мы сделали интерактивную светодиодную витрину. Поскольку в данном случае очень важен контент, мы плотно взаимодействовали со Сбербанком в части наполнения нашей системы контентом.

Система представляет собой светодиодное табло, которое стоит внутри банка за окном с видом наружу. Снаружи висят датчики, улавливающие в зоне полутора метров от экрана движение человеческой руки. Таким образом, каждый проходящий мимо может взмахом руки «разморозить» экран, как это делают с заиндевевшим окном, и в «растаявшем» окне увидеть изображение, флеш-ролик или видео – тот банковский контент, который сейчас на нем отображается.

Думаю, подобный интерфейс будет эффектно выделять Сбербанк среди других организаций!

НБЖ: С другими банками вы также взаимодействуете?

А. ЛИТВЯК: Безусловно. Как я уже рассказывал, мы делали для ВТБ24 пилотный проект по установке системы Digital Signage.

Наша компания оснастила также БИНБАНК: мы оборудовали конференц-зал с применением различных интересных решений. Кстати, наибольший интерес в БИНБАНКе вызвала система управления, реализованная на iPad. Подчеркну, что это была одна из первых подобных систем.

Есть ряд банков, для которых мы разрабатываем учебные центры. Причем банки – клиенты неординарные, они хотят иметь все: и красивый дизайн, и новейший функционал. ^(НБЖ)