



АВО.CMS.Bank в «Тембанке»: новая платформа для нового сайта.

У «Тембанка» уже больше полугода новый корпоративный сайт, который работает на cms-системе АВО.CMS.Bank. О том, как прошло внедрение и перевод сайта на новую платформу, рассказывает заместитель начальника Управления развития бизнеса ОАО МАБ "Темпбанк" Ярославна Юрьевна Девликамова.

– Ярославна Юрьевна, расскажите, пожалуйста, как и почему в банке выбрали систему управления сайтом АВО.CMS.Bank, на чем был основан Ваш выбор?

– На самом деле ответ лежит на поверхности: предыдущая версия нашего корпоративного сайта тоже работала на платформе АВО.CMS, только в другой редакции. Нас устраивал наш сайт и то, как им можно управлять.

– Почему же тогда Вы перешли на новую версию программного обеспечения?

– Сейчас банк вступил в стадию своего, так сказать, «филиального» развития: мы активно идем в регионы, каждый год открываем несколько филиалов. Например, только в этом году открылись филиалы банка во Владикавказе, Астрахани, Ставрополе, Самаре. Наш банк работает как с частными, так и с юридическими лицами. В этих условиях сайт банка мы рассматриваем как инструмент политики продвижения наших услуг. Соответственно, нам потребовалась более мощная система управления сайтом, которая бы решала новые задачи. Стоит добавить, что и сама АВО.CMS.Bank, как коробочный продукт для банков (а именно такой продукт мы и купили), появилась относительно недавно.

– Получается, что раньше Ваш сайт выполнял больше представительские функции?

– Фактически да. Предыдущая версия сайта хорошо выполняла свои функции, но она не имела никаких онлайн-сервисов, которыми могли бы воспользоваться наши клиенты. Я говорю о таких возможностях, как, например расчет вклада.

Ведь очевидно, что сейчас многие финансовые учреждения пытаются активно освоить Интернет. Но надо понимать, для чего этого делается. В нашем случае, мы хотим, во-первых, предоставить клиентам возможность самостоятельных действий, чтобы звонок в офис был уже как результат определенного решения со стороны клиента. Во-вторых, это разгрузит наших менеджеров и операционистов, что при увеличении клиентских обращений очень важно. В-третьих, это просто удобно для клиентов: сразу видны реальные цифры.

Доступность всей информации для пользователей сайта – еще один важный аргумент в переходе на новую платформу и новый функционал. Мы хотим, чтобы все самые типовые и необходимые документы клиенты могли самостоятельно скачать с сайта.

Таким образом, выражаясь языком программистов, наш корпоративный сайт должен стать неким хабом, который бы стоял между банком и его клиентами, и при этом обеспечивал бы бесперебойную связь в обе стороны.

– Вы сказали, что купили АВО.CMS.Bank как коробочный продукт. Правильно ли я понял, что установкой системы, ее запуском и переносом содержания сайта на новую платформу Вы занимались самостоятельно, не обращаясь к разработчику системы? Позволило ли это сэкономить финансовые средства?

– Все верно. Мы купили ABO.CMS.Bank с установочным диском и инструкцией по эксплуатации. Установку и перенос сайта на новую платформу мы выполняли самостоятельно, силами своего отдела. Скажу, что из нашего отдела всего три человека имеют прямое отношение к управлению сайтом. Помимо меня, это наш дизайнер и сотрудница нашего отдела, web-мастер. Технические работы, о которых Вы спрашиваете, выполнены указанными сотрудниками. У нас, как Вы поняли, нет большого штата в банке - чтобы отдельные специалисты писали код и размещали контент, но ABO.CMS.Bank имеет уже хорошо знакомый и понятный нам интерфейс управления, и поэтому больших трудностей не возникло. Со всеми новыми функциями, построенными, кстати, по модульному принципу, мы разобрались самостоятельно и я даже не припомню, чтобы мы по этому поводу обращались в техническую поддержку поставщика.

Сказать, что мы совсем не пользуемся технической поддержкой, я не могу. Но это бывает довольно редко и в случаях, когда нам необходимо проконсультироваться, или, как сейчас, когда мы хотим внести определенные изменения в стандартный функционал одного из модулей.

И несколько слов об экономии. ABO.CMS.Bank действительно позволила сэкономить средства. Я говорю о таких затратах, которые несут банки при разработке корпоративного сайта под ключ. Как мы все понимаем, эти суммы могут быть очень внушительными. В нашем же случае новый дизайн разрабатывался у нас в отделе, поэтому и затраты были только на покупку коробочного продукта, плюс еще некоторые расходы на адаптацию программного обеспечения. Одним словом, весь бюджет нового сайта уместился в стандартную зарплату трех человек, которые, разумеется, занимались не только новым проектом, но и выполняли свои обычные служебные обязанности.

– Ярославна Юрьевна, как долго заняли все работы по оформлению и переносу сайта.

– Технические работы заняли не более одного-двух месяцев. При этом у нас работал старый сайт, а платформа ABO.CMS.Bank была запущена на отдельном хостинге, где мы готовили и согласовывали новый дизайн, а также координировали все организационные вопросы. Вопросы эти касались, прежде всего, запуска онлайн-сервисов. В частности, мы много внимания уделили новым для нас инструментам, например, работе калькулятора вкладов. Таким образом, одно время у нас параллельно работало два сайта. По готовности нового сайта и небольшого тестирования мы его запустили.

Сейчас сайт работает и выполняет свои задачи. Как Вы уже поняли, вся идея нового сайта заключалась в придании нашему интернет-ресурсу новой функциональности, которую можно охарактеризовать одним словом – автоматизация. Это тем более актуально в свете текущей политики банка по межрегиональной экспансии. Для новых филиалов и их сотрудников сайт будет выполнять роль справочного ресурса, который мы, в головном офисе, оперативно обеспечиваем контентом.

– Тогда следующий вопрос: а если по какой-либо причине отсутствуют Ваши дизайнер и web-мастер, не возникает ли сложностей с управлением сайтом?

– Как я уже говорила, система управления нам хорошо знакома, ну и потом, поверьте, чтобы сделать самые несложные вещи специальных навыков не надо: внутренняя панель управления самой ABO.CMS.Bank позволяет с легкостью решить большинство типовых задач, с которыми всегда кто-то справится из нашей группы. На крайний случай, конечно, мы обратимся к поставщику за техподдержкой. Тем более, мы и до этого, и сейчас работаем на условиях абонентской платы.

– Ярославна Юрьевна, с запуском сайта и его работой все понятно. Скажите, предполагаете ли Вы использовать статистику и данные с сайта, как инструмент для анализа поведения пользователей.

– Получение статистики – это, безусловно, актуальная задача. Количество посещений сайта, посещаемость страниц, статистика запросов к различным сервисам – все эти данные мы уже используем и на их основе совершенствуем наши продукты. Могу сказать, что посещаемость сайта и время, которое пользователи стали проводить на нем, однозначно увеличились. Даже такие страницы как вопросы-ответы, форма обратной связи - особенно касающиеся жалоб на работу банка, - эти

разделы в силу доступности и простоты использования стали очень востребованы. И нас это не может не радовать: ведь благодаря этому мы получаем информацию напрямую от наших клиентов. При вдумчивом анализе эти сведения могут быть бесценными: мы видим, что и как нам, как банку, нужно изменить в своей работе.

Наш новый корпоративный сайт – это не просто дань времени или моде. Это не только содержание и сервисы для клиентов, в конечном итоге - это инструмент маркетинга, который мы обязательно будем использовать.