

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

Основная задача CRM – поддерживать требования бизнеса и оперативно предлагать поддержку новых требований рынка. Для решения данной задачи компания SAP разработала систему, обладающую достаточным запасом прочности и обширными функциональными возможностями. Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка» (SAP Marketing, Sales and Service for Banking) предназначено для поддержки полного цикла отношений с клиентами и предлагает необходимые средства для управления маркетинговыми кампаниями, продажами и обслуживанием клиентов. Кроме этого, в состав решения входят приложения для «мобильных» сотрудников, приложения для центра взаимодействия банка и функционал для работы с партнерами по продажам.





# СОДЕРЖАНИЕ

- 1 Введение**
  
- 5 Задачи современной CRM-системы в банке**
  
- 6 Ключевые возможности решения**
  - 6 Назначение
  - 7 Операционный CRM
  - 8 Аналитический CRM
  - 11 CRM как фронтальная система банка
  
- 12 Интеграция бизнес-процессов**
  - 12 SAP NetWeaver Mobile
  - 12 Уровень интеграции информации
  - 15 SAP NetWeaver Application Server
  
- 16 Требования к программно-аппаратной платформе**
  
- 16 Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка»: преимущества для бизнеса**
  
- 19 Портрет компании**
  
- 20 Информация к действию**

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

По мнению экспертов, выбор CRM-системы должен быть ориентирован, прежде всего, на стратегию развития банка. Основная задача CRM – поддерживать требования бизнеса и оперативно предлагать поддержку новых требований рынка. Для решения данной задачи компания SAP разработала систему, обладающую достаточным запасом прочности и обширными функциональными возможностями. Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка» (SAP Marketing, Sales and Service for Banking) ориентировано на использование в крупных и быстрорастущих кредитных организациях. Решение обеспечивает выполнение комплекса задач, связанных с обслуживанием клиентов и позволяет:

- значительно сократить время вывода новых продуктов на рынок, немедленно реагировать на изменение рыночной ситуации, гибко перестраивать свою клиентскую политику;
- удерживать существующих клиентов благодаря повышению их лояльности и степени удовлетворенности;
- фокусировать банк на наиболее прибыльной части клиентов, что позволяет достичь большей эффективности инвестиций.

Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка» обеспечивает комплексное видение и анализ, позволяющий прогнозировать потребности клиентов и создавать основу для долгосрочных и рентабельных отношений с клиентами.

При поддержке решения «Управление взаимоотношениями с клиентами» банки могут получить:

- увеличение прибыли за счет эффективной системы привлечения клиентов, повышения доли отклика в результате прямого маркетинга, усовершенствованных возможностей перекрестных продаж и продаж более дорогих услуг, снижения оттока клиентов, снижения операционных затрат;
- сокращение затрат за счет автоматизации процедур взаимодействия между сотрудниками; повышение производительности сотрудников, работающих с клиентами, сокращение расходов на маркетинг

и рекламу в средствах массовой информации, оптимизации бизнес-процессов;

- конкурентное преимущество за счет увеличения лояльности клиентов и их удержания, более глубокого и целостного понимания потребностей рынка и клиентов, а также сокращения времени вывода новых продуктов на рынок.

Безусловно, CRM-система позволяет автоматизировать процесс учета персональных данных клиентов, а интеграция с учетными системами обеспечивает возможности расширенного анализа данных клиента по множеству параметров.

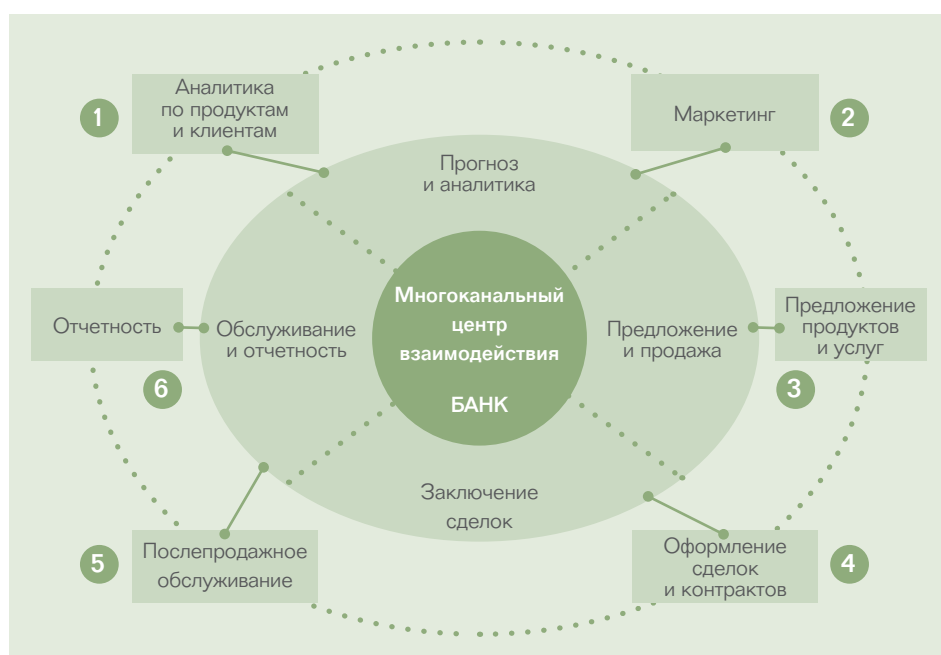


Рисунок 1. Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка».

## Задачи современной CRM-системы в банке

Задачи современной CRM-системы в банках уже вышли за пределы ведения «карточки клиента». Многие современные банки определили для себя, что ориентация на клиента является для них одним из ключевых средств достижения необходимых показателей деятельности. Задачи, решаемые системами управления взаимоотношениями с клиентами банка – это способ для реализации подобной стратегии. По мнению экспертов, выбор CRM-системы должен быть ориентирован, прежде всего, на стратегию развития банка. Способность превращать стратегию в реальные действия является самым важным навыком. Это особенно трудно в крупных финансовых организациях или в банках со сложной организационной структурой.

Современная система управления взаимоотношениями с клиентами должна обладать возможностями ведения единой клиентской базы, единого каталога продуктов и поддерживать сквозные бизнес-процессы продажи и обслуживания. Выполнение маркетинговых процедур предъявляет серьезные требования к аналитической системе, ответственной за сегментацию и профилирование клиентской базы. Развитая информационно-аналитическая система зачастую выходит за рамки CRM и предлагает расширенные возможности по анализу всей деятельности банка, включает возможности различных видов планирования и бюджетирования.

Если говорить о технологии решения CRM, то необходимо отметить, что с ростом операций возрастают требо-

вания к производительности и масштабируемости решения. Система должна обладать развитыми возможностями разделения полномочий и обеспечивать защиту от несанкционированного доступа. Другой немаловажный технологический аспект – интеграционные возможности решения. Интеграция необходима для обеспечения непрерывности выполнения процессов обслуживания клиентов и для обеспечения единства и непротиворечивости информации о клиенте.

Важно подчеркнуть, что процессы и инструменты недостаточно для достижения результатов. Многократно доказано на опыте, что самым главным условием успеха является активное участие руководства. Переход

к клиенто-ориентированной стратегии требует изменений практически во всех сферах деятельности банка. Стратегия требует коллективной работы для координации этих изменений. Если руководители организации не будут энергично мотивировать этот процесс, – изменения не будут достигнуты, стратегия не будет реализована и возможности будут упущены. Для клиентского блока это особенно важно, так как обслуживание клиента напрямую влияет на прибыль банка. Но даже самая лучшая CRM-система не заменяет хорошего управления. CRM – всего лишь инструмент. Его использование требует хорошего управления.

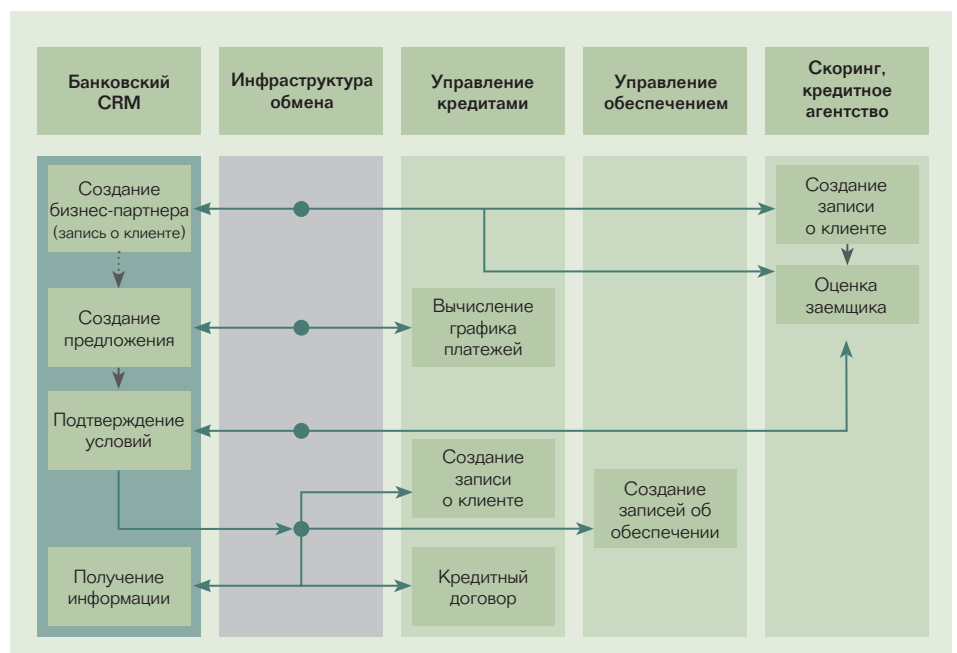


Рисунок 2. Поддержка сквозного бизнес-процесса обслуживания клиента.

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

### Ключевые возможности решения

#### Назначение

Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка» (SAP Marketing, Sales and Service for Banking) предназначено для поддержки полного цикла отношений с клиентами и предлагает все необходимые средства для управления маркетинговыми кампаниями, продажами, обслуживанием.

Решение поддерживает сервисно-ориентированный подход (enterprise SOA) и представляет собой набор сервисов, объединенных единой бизнес-логикой.

Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами» предлагает функциональные возможности для следующих бизнес-областей:

- маркетинг – повышение эффективности маркетинговых мероприятий за счет маркетингового планирования, управления кампаниями, управления потенциальными сделками, маркетинговой аналитики, сегментации клиентской базы и персонализации;
- продажи – оптимизация существующих каналов продвижения услуг, планирование и прогнозирование продаж, управление организационной структурой, ключевыми клиентами, потенциальными сделками, предложениями и заказами, договорами, поощрениями и комиссиями для сотрудников;
- поддержка приложений для мобильных сотрудников – расширение решения SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами» за счет функций поддержки процесса

продаж при непосредственном контакте с клиентами;

- операции и управление центром взаимодействия (контакт-центр) – повышение производительности центра взаимодействия банка с помощью функциональных возможностей для управления маркетингом, продажами и обслуживанием; центр взаимодействия может быть также использован для обслуживания сотрудников банка;
- управление каналами – оптимизация не прямых каналов продаж, управление взаимоотношениями с партнерами по продажам и продвижению банковских продуктов и услуг.

Решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка» (SAP Marketing, Sales and Service for Banking) поддерживает выполнение следующих основных задач:

- обеспечение прозрачного взаимодействия с информационными системами банка;
- обеспечение выполнения расширенных аналитических функций, таких как анализ клиентской базы, сегментация, кредитный скоринг, прогнозное моделирование, анализ совокупных требований и обязательств (индивидуально/ по группам) и многое другое;
- обеспечение выполнения маркетинговых кампаний, групп маркетинговых кампаний, в том числе маркетинговое планирование и бюджетирование, управление кампаниями;
- поддержка цикла продаж: управление возможностями, управление потенциальными сделками, уп-

равление заданиями, поддержка множества методологий продаж;

- поддержка заключения сделок с клиентами, в том числе подготовку необходимых документов;
  - послепродажное обслуживание (сервис), поддержка предоставления единых сервисов для клиентов, партнеров и сотрудников банка, включая управление запросами и обращениями клиентов, управление претензиями (заявки, статусы, контроль исполнения);
  - многофункциональный центр взаимодействия (call-центр), обеспечивающий поддержку исходящих продаж, входящих продаж, обслуживания. Центр взаимодействия интегрируется с большинством известных СТИ-систем, таких как Avaya, Cisco, Genesys и других.
- Также в состав пакета может быть включен продукт Business Communication Management, который представляет собой полнофункциональное решение для организации телефонии масштаба организации, включая функции управления call-центром.

### Компоненты CRM

SAP разделяет решение CRM на операционный и аналитический.

Операционный CRM решает традиционные для такого рода продуктов задачи: управление маркетинговыми мероприятиями, управление продажами услуг, организация обслуживания, центр взаимодействия, электронная коммерция и управление каналами предоставления услуг. Оценка эффективности бизнес-процессов CRM, планово-бюджетные функции выделяются в отдельную область «Аналитический CRM».

Аналитический CRM – оценка эффективности бизнес-процессов с помощью целого ряда средств для анализа клиентской базы, маркетинга, продаж, обслуживания и каналов взаимодействия. Компоненты CRM прозрачно интегрированы между собой, однако разделены технологически, что позволяет достичь максимальной производительности системы в целом.

### Операционный CRM

Приложение для повышения эффективности маркетинговых мероприятий включает в себя:

- маркетинговое планирование – планирование всех маркетинговых мероприятий банка для обеспечения успеха в продвижении продукта или бренда;
- управление маркетинговыми кампаниями – разработка, оптимизация, реализация кампаний, управление

взаимодействием между участниками команды банка;

- замкнутый цикл маркетинговой аналитики – средство улучшения системы планирования, мониторинга и анализа результатов маркетинговых инициатив и получения полной картины маркетинговых активностей;
- сегментация клиентов – возможность разработки целевых маркетинговых сегментов;
- персонализация – повышение эффективности маркетинговых мероприятий за счет предложения определенных продуктов и услуг с учетом персональной информации о клиенте.

**Приложение для поддержки продаж** служит для оптимизации существующих каналов предоставления услуг. В число основных функций приложения входят:

- планирование и прогнозирование продаж – отчеты и анализ всех операций по планированию и прогнозированию продаж;
- организационный и территориальный менеджмент – определение территорий на основе размера, дохода, географических признаков, продуктов, линий продуктов и стратегических клиентов.
- управление взаимоотношениями – ввод, мониторинг, хранение и отслеживание критически важной информации о клиентах, заинтересованных лицах и партнерах;
- управление заданиями – планирование и управление простыми и связанными заданиями;
- управление потенциальными сделками – обеспечение контроля всех потенциальных сделок, регистрация, администрирование и контроль деловых контактов, управление информацией о клиентах;

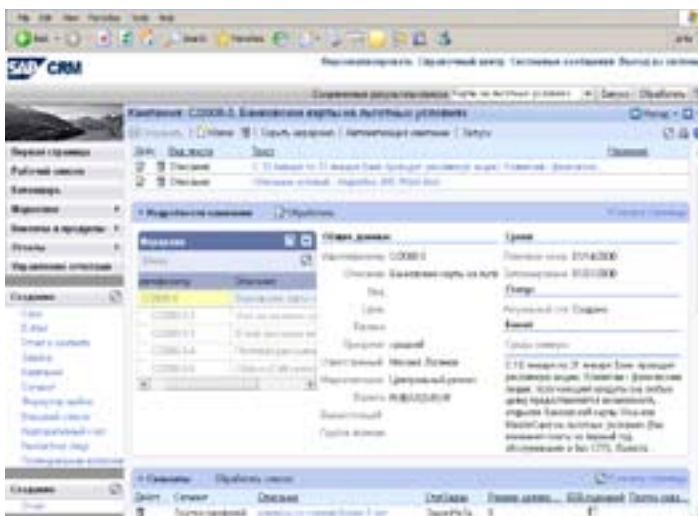


Рисунок 3. Планирование маркетинговой кампании.

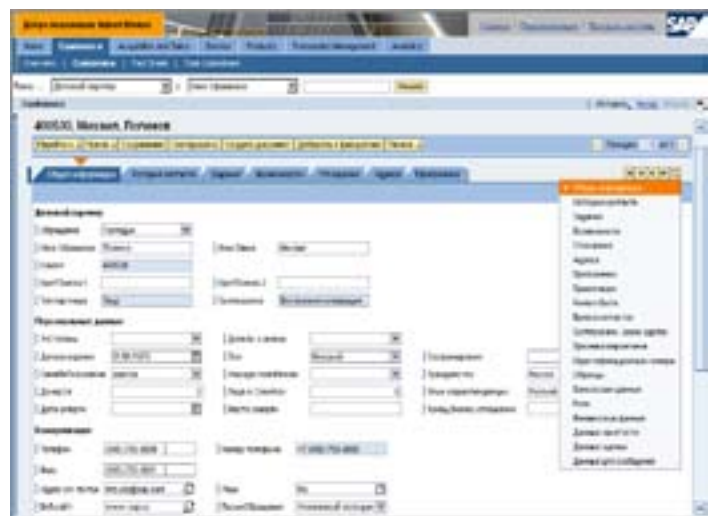


Рисунок 4. Карточка клиента.

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

- управление поощрениями и комиссиянными – разработка, планирование, внедрение и управление схемами вознаграждений сотрудников, связанных с продажами.

Для «мобильных сотрудников», работающих вне офиса, решение SAP «Управление взаимоотношениями с клиентами банка» предоставляет возможность доступа к функциям, связанным с маркетингом, продажами и обслуживанием. Работа с этим компонентом реализуется с помощью различных мобильных устройств, в том числе портативных компьютеров, персональных цифровых ассистентов (КПК) или планшетных ПК (Tablet PC). Решение позволяет представителям банка, работающим вне офиса, получить быстрый доступ к критически важной информации о клиентах и обеспечивает основные CRM-функции, связанные с продажами.

Приложение «Центр взаимодействия» (контакт-центр) использует все преимущества существующей инфраструктуры коммуникаций банка. Это позволяет координировать работу с другими подразделениями и оперативно обеспечивать клиентов, партнеров и сотрудников оперативной и согласованной информацией. «Центр взаимодействия» обеспечивает единый уровень сервиса независимо от каналов взаимодействия: телефон, e-mail, факс, письмо, web, SMS.

### Аналитический CRM

Задачи, решаемые приложениями аналитического CRM:

- аналитика по клиентам – выявление наиболее ценных для банка клиентов, комплексный просмотр их профилей, оценка их рентабельности и поведения, например:
  - анализ прибыльности;
  - создание целевых групп;
  - анализ кредитного риска (скоринг);
  - анализ жизненного цикла клиента;
  - анализ удовлетворенности и лояльности;
  - анализ удержания/миграции;
  - автоматическая сегментация клиентов;
- маркетинговая аналитика – исследование рынков и конкурирующих предприятий, а также оптимизация планирования рынка и маркетинговых кампаний, например:
  - исследование рынка;
  - анализ внешних списков;
  - планирование маркетингового бюджета;
  - планирование кампаний;
  - оптимизация кампаний;
  - контакты с потенциальными клиентами;
  - маркетинговые планы;
  - мониторинг кампаний и анализ успеха/неуспеха;
- аналитика по продуктам, например:
  - наиболее продаваемые продукты;
  - доходность по продуктам;
  - перекрестные продажи;
  - рекламации по продуктам;

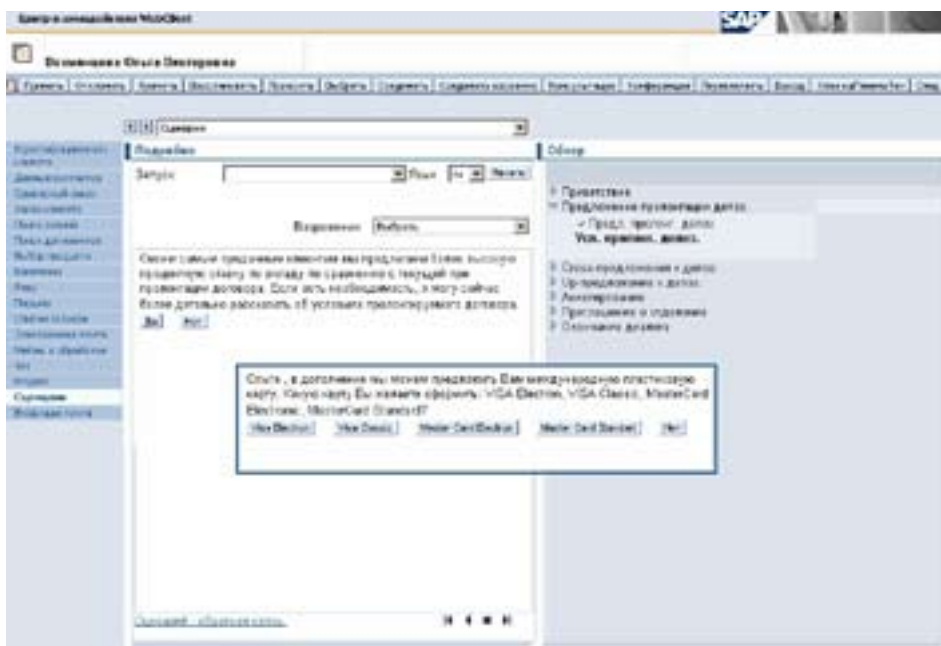


Рисунок 5. Центр взаимодействия поддерживает сценарии общения с клиентом.

- аналитика по продажам – отслеживание доходов и роста прибыли, анализ цикла («воронки») продаж, позволяющий более точно оценивать потенциальные сделки, например:
  - планирование продаж;
  - анализ цикла продаж;
  - анализ активностей;
  - планирование и анализ потенци-

- альных сделок;
  - контракты;
  - предложения и заказы;
  - планирование и анализ по территориям;
  - анализ производительности отдела продаж;

- аналитика в области обслуживания – определение причин претензий со стороны клиентов и учет тенденций, отслеживание доходов от сервисных услуг и затрат на их предоставление, например:
  - сервисные контракты и предложения;
  - сервисные заказы;
  - затраты и доходы;
  - рекламации;
  - планирование обслуживания;
  - стратегическое планирование обслуживания;

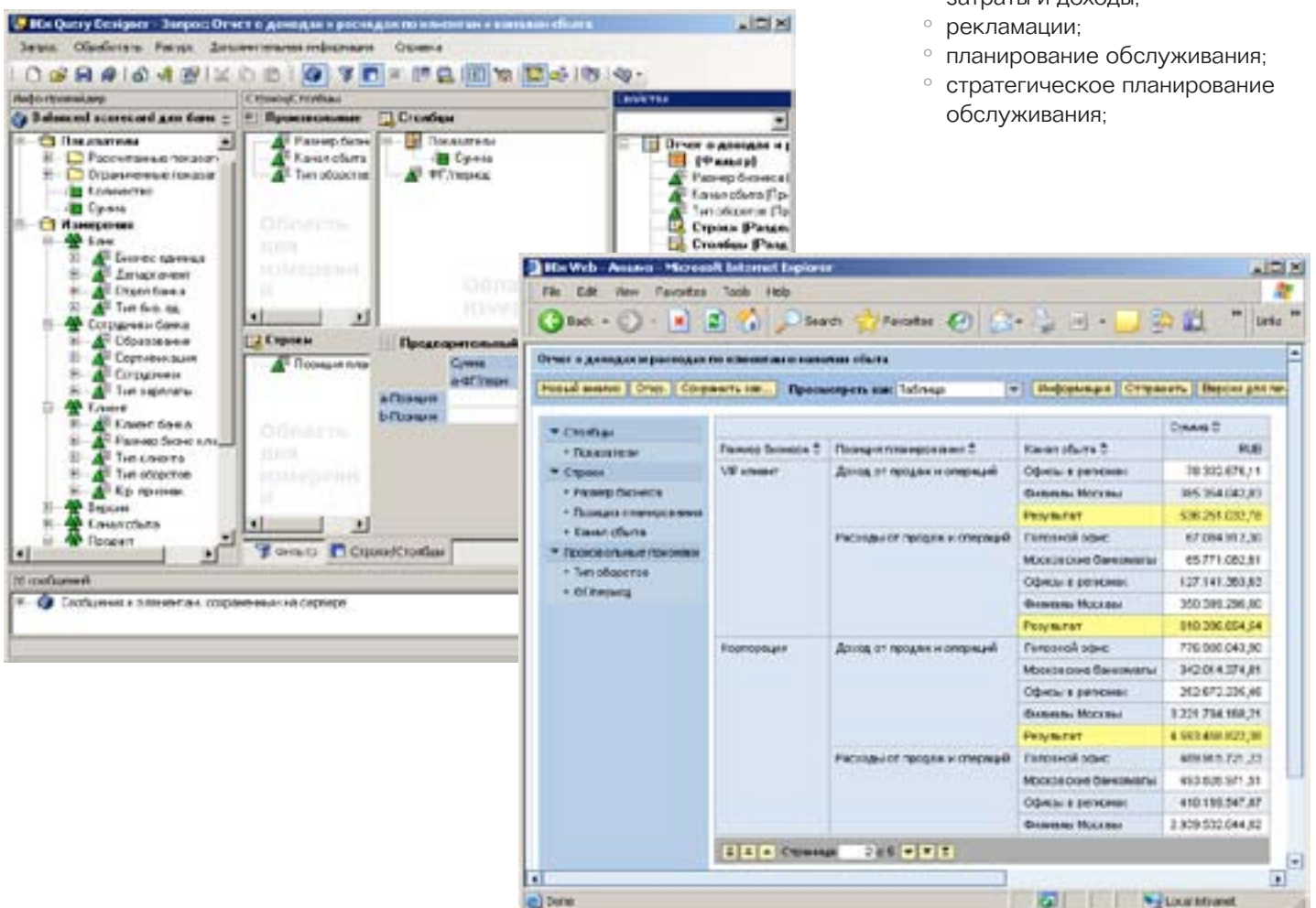


Рисунок 6. Аналитические приложения CRM позволяют пользователям производить комплексный анализ данных по клиентам и продуктам в разрезе произвольных признаков.

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

- аналитика по каналам взаимодействия – комплексная оценка эффективности всех каналов контактов с клиентами, включая Интернет, центр взаимодействия и каналы продаж.

Каждая область анализа не является изолированной, общая модель данных позволяет отвечать на вопросы вида «какая группа клиентов принесла наибольшую прибыль по данному банковскому продукту и как это соотносится с предыдущим периодом прошлого года». Ключевые данные могут отражаться в карточке клиента, что представляет дополнительные возможности для клиентских менеджеров и операторов контакт-центра. По многим аналитическим ракурсам существует возможность прогнозирования, в том числе проведение оценок в реальном времени. К примеру, на основе имеющихся сведений, аналитическое приложение может с высокой скоростью оценить перспективы дальнейших взаимоотношений с клиентом. Другой вариант – проведение предсказания поведения базируется на технологии поиска неявных зависимостей (data mining). При наличии достаточной базы сведений по фактически заключенным сделкам, модель предсказания поведения может вынести суждение о перспективности клиента на основании предшествующего опыта.

В решении для аналитики используются различные методы моделирования для анализа клиентской информации. Ниже перечислены некоторые из них. Моделирование поведения:

- кластеризация;
- ассоциативный анализ;
- дерево решений;

- скоринг (взвешенные таблицы значений);
- скоринг (линейная и нелинейная регрессия).

### Моделирование ценности

- (Value Modeling) позволяет определить ценность клиента на протяжении его времени жизни (CLTV), эту информацию можно использовать для предсказания будущего поведения клиентского сегмента;
- Recency, Frequency, Monetary (RFM) анализ позволяет количественно выделить определенную группу клиентов на основе параметров их поведения, что позволяет повысить эффективность прямых маркетинговых кампаний.

Моделирование предсказательное:

- дерево решений;
- скоринг (регрессия).

Моделирование информативное:

- кластеризация;
- ABC-классификация;
- ассоциативный анализ;
- скоринг (взвешенные таблицы значений).

Некоторые комментарии к методам:

**Дерево решений** – это классификационный подход, который использует значения входных значений, чтобы предсказать значение «категориальной» величины (например, «будет покупать с определенной вероятностью»).



Рисунок 7. CRM-аналитика в портале.

**Взвешенные таблицы значений** – определение ценности клиента с помощью различных весовых коэффициентов.

**Регрессия** – это техника предсказания, которая обнаруживает и измеряет значение данной переменной в зависимости от других переменных. Применение метода – в тех же областях, что и метод классификации «Дерево решений», например, решение о выдаче кредита.

**Кластеризация** – систематизирует признаки с подобными значениями. Находит применение в задачах сегментации клиентской базы. Также рекомендовано для анализа поведения клиента, связанного с возможным обманом по отношению к банку, поскольку позволяет выделить нетипичное поведение в отдельную группу.

**Ассоциация** помогает понять скрытые закономерности (если кто-то покупает один продукт, то с большой степенью вероятности он купит и другой).

**АВС-классификация** представляет собой классический способ сегментации клиентов по уровню их доходности (А-наиболее ценные клиенты, их немного, но они вносят наибольший вклад, В – средний уровень, С – прочие клиенты, их много, но вклад их невелик).

### CRM как фронтальная система банка

Общие требования к организации фронтальной системы банка сводятся к поддержке бизнес-процессов, связанных с работой с клиентами. Ведение единой централизованной клиентской базы является одним из основополагающих требований. При

этом подразумевается, что фронтальная система:

- поддерживает необходимые эргономические функции собственно интерфейса пользователя;
- обеспечивает прозрачный доступ к приложениям основной АБС по принципу «единое окно доступа», т.е. окно доступа к банковским приложениям, основанное на единых принципах работы с данными (продукты, клиенты, транзакции и др.), что облегчает внедрение, использование и поддержку фронтальной системы;

- содержит логику обработки данных – запросы и преобразования данных по определенному алгоритму, вплоть до автоматизации потока операций и соответствующего документооборота, что повышает уровень обслуживания клиентов и облегчает работу сотрудников фронт-офиса. Под алгоритмом может пониматься как заданная последовательность смены интерфейсных окон ввода в зависимости от вида продукта, так и заданная последовательность шагов бизнес-процесса (например, заведение

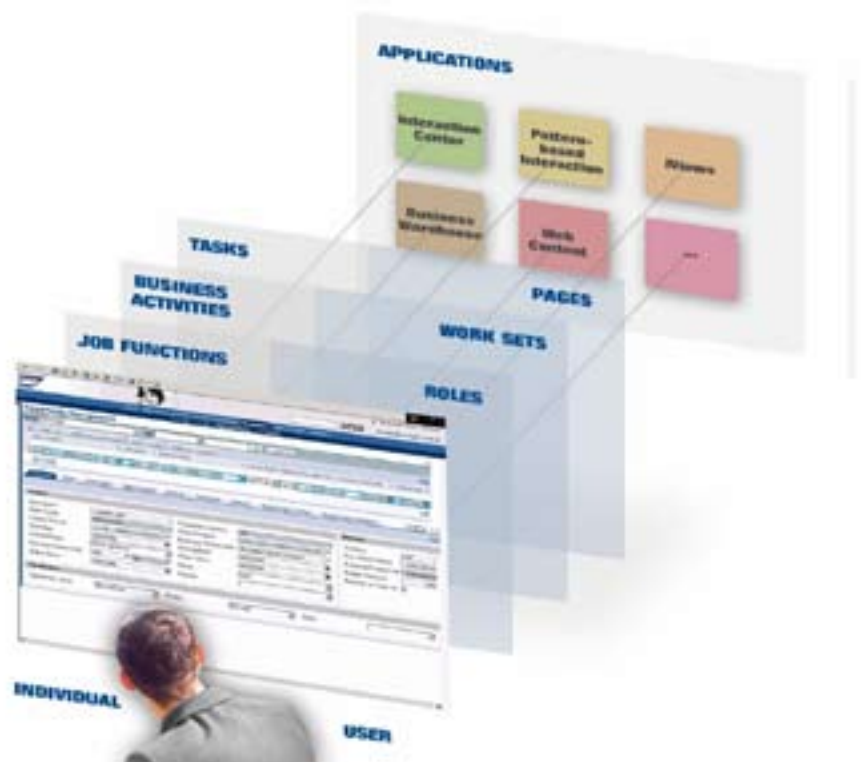


Рисунок 8. Доступ к различным бизнес-приложениям с использованием единого интерфейса пользователя.

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

клиента, оформление заявки, утверждение заявки и т.д.).

В условиях развитого розничного бизнеса к дополнительным требованиям к фронтальной системе можно отнести также поддержку массовых операций:

- стандартизация и типизация интерфейса и алгоритмов обработки данных;
- простота и гибкость использования различных справочников в зависимости от типа операции (типа продукта), включая поддержку бизнес-процессов по различным операциям (различным продуктам) в рамках поддержки up-selling и cross-selling;
- высокая скорость обработки данных.

Задачи CRM тесно связаны с задачами фронт-офиса. SAP понимает требования банков и предоставляет возможности объединения преимуществ CRM с возможностями фронтальной системы. Благодаря развитым возможностям интеграции платформы SAP NetWeaver предоставляется возможность объединения функций автоматизированных банковских систем с CRM-функционалом в рамках единого пользовательского интерфейса. Такого рода комплексные рабочие места обеспечивают предоставления доступа к различным системам в рамках роли конкретного пользователя.

### Интеграция бизнес-процессов

Современный банк характеризуется ориентацией на обслуживание клиентов не только на уровне фронт-офиса, но и на уровне всех подразделений, так или иначе связанных с обслуживанием клиентов. Руководство, департамент

стратегического планирования, кредитный департамент, служба безопасности банка – эти и другие подразделения участвуют в процессе обслуживания клиентов и в различной степени должны управлять данным процессом. Задача комплексной CRM-системы состоит в обеспечении построения сквозных бизнес-процессов клиентского обслуживания, что позволяет, в конечном итоге, снизить затраты при сохранении высокого качества обслуживания. Для интеграции бизнес-процессов SAP использует решение SAP NetWeaver. Данная платформа бизнес-интеграции используется для обеспечения взаимодействия между различными компонентами SAP Marketing, Sales and Service for Banking и для организации бесшовного взаимодействия с внешними средами или прикладными компонентами третьих поставщиков. Использование современной enterprise SOA-архитектуры позволяет выстраивать требуемые бизнес-процессы в условиях гетерогенного окружения.

### Мобильная инфраструктура

Ключевые возможности Мобильной инфраструктуры (SAP NetWeaver Mobile):

- доступ к корпоративным приложениям с мобильных устройств в онлайн и оффлайн режимах (Pocket PC, PDA, Linux);
- поддержка работы с RFID, Bluetooth устройствами, системами считывания штрих-кодов (поддержка технологий GSM, GPRS, UMTS, WAP, i-mode, IR, Bluetooth, беспроводная локальная сеть, радиочастоты или голосовое распознавание);

- централизованное администрирование и развертывание (массовая настройка мобильных устройств, начальная настройка устройств на базе шаблонов, инсталляция ПО и начальное распределение данных, настройка параметров конфигурации);
- средства разработки мобильных решений (в составе SAP NetWeaver Application Server).

### Уровень интеграции информации

Уровень «интеграции информации» позволяет обеспечить всех участников бизнес-процессов необходимой актуальной информацией и отчетностью, организовать единое информационное пространство с мощными средствами поиска. Этот уровень реализован продуктами Бизнес аналитика (SAP Business Intelligence), Управление основными данными (SAP NetWeaver Master Data Management) и модулем Управление знаниями (Knowledge Management), который является частью SAP NetWeaver Portal.

SAP NetWeaver Business Intelligence включает в себя среду для построения полнофункционального, высокопроизводительного хранилища данных, инструментарий для формирования различных типов отчетности, аналитические инструменты, гибкие механизмы организации доступа и распределения информации.

Ключевые возможности Бизнес аналитики (SAP NetWeaver Business Intelligence):

- гибкие возможности ETL (экстракция, преобразование и загрузка данных), содержит интегрирован-

ный в хранилище ETL инструментарий, ориентированный на загрузку практически из любых источников данных; адаптеры хранилища построены на базе JCA и открытых стандартов, поставляемые адаптеры позволяют взаимодействовать с любыми источниками данных, в том числе возможно использование ПО других производителей (например Accentual, Informatica);

- наличие преднастроенного содержания и стандартной методологии;
- средства для прямой выгрузки данных из хранилища, для дальнейшей, автоматизированной загрузки в другие системы обработки и представления данных;
- поддержка доступа посредством стандартов XML/A, ODBO, BAPI; наличие инструментальных средств, для выполнения всех видов OLAP-запросов, создания отчетов и ad-hoc аналитики, интеграция данных средств с MS EXCEL и WEB; наличие механизмов автоматического выполнения запросов и формирования отчетов заданного формата с последующей их публикацией или отправкой по почте;
- аналитические инструменты: инструментарий для планирования и построения what-if аналитики (бизнес-планирование и бюджетирование), геоинформационный анализ, data mining, OLAP анализ;
- простота сопровождения за счет использования центрального репозитория метаданных, графических инструментов проектирования отчетности и мониторинга процессов хранилища, возможности повторного использования компонентов;

наличие инструментов для поддержания целостности данных.

Для построения Центрального каталога клиентов, Центрального каталога продуктов, ведения нормативно-справочной информации в дополнение к CRM-решению может быть использован компонент SAP NetWeaver **Master Data Management** (SAP NetWeaver MDM).

Ключевые возможности Управления основными данными (SAP Master Data Management):

- гибкие средства для создания любой собственной модели данных (каталог продуктов, справочник клиентов, поставщиков и т.д.);
- единый инструмент для всех моделей данных;
- консолидация, центральное ведение и гармонизация мастер-данных (справочников, классификаторов и т. д.) в ландшафте SAP и других систем с целью обеспечения полноты, актуальности и непротиворечивости данных на уровне всего банка;
- встроенные возможности интеграции с Бизнес аналитикой (SAP Business Intelligence) с целью снижения затрат и рисков при получении консолидированной отчетности;
- гибкие возможности классификации и поиска с целью быстрого и структурированного доступа к мастер-данным.



# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

Использование SAP NetWeaver MDM позволяет построить комплексную систему управления основными данными по клиентам, продуктам и ведению нормативно-справочной информации, обеспечивающую:

- миграцию: сбор и индексирование записей из разнообразных источников;
- консолидацию: выверку, автоматическую и ручную корректировку несоответствий;
- гармонизацию: выравнивание записей в различных информационных системах.

К различным типам данных могут быть применены разные сценарии. Например, для нормативно-справочной ин-

формации можно использовать централизованное ведение данных, а для клиентских записей – распределенное. Гибкость SAP NetWeaver MDM позволяет выстроить систему управления данными в сложном информационном окружении, когда данные по клиентам и продуктам содержатся в изолированных информационных системах (АБС, карточный модуль, кредитный модуль).

**Knowledge Management** используется как средство накопления, систематизации и поиска систематизированной и несистематизированной информации. Пример использования – поиск подсказок по описаниям продуктов для операторов контакт-

центра в зависимости от региона происхождения входящего звонка. Ключевые возможности Управления знаниями (Knowledge Management в составе SAP NetWeaver Portal):

- единая точка доступа к разнородной неструктурированной информации (файловые архивы, хранилища документов);
- средства управления документами (публикация документов, создание документов на основе шаблонов, добавление атрибутов, управление версиями, процесс утверждения при публикации, полномочия, ручная классификация, публикация с заданием периода времени);
- средства автоматической классификации неструктурированной информации;
- мощные средства поиска неструктурированной информации во внутренних и внешних источниках (поиск с учетом морфологии русского языка, нечеткий поиск и поиск по атрибутам, возможность выполнения распределенных запросов);
- большое количество сервисов для потребителей информации (подписка, рейтинги, опросы, дискуссии, обратная связь и т.д.).

**Инфраструктура обмена (SAP NetWeaver XI)** используется для бесшовной интеграции между компонентами решения CRM, в том числе внешними не-SAP системами.

Включает в себя брокер интеграции, обеспечивающий обмен сообщениями между системами, и машину бизнес-процессов (Business Process Engine), обеспечивающую выполнение логики бизнес-процессов между информацион-

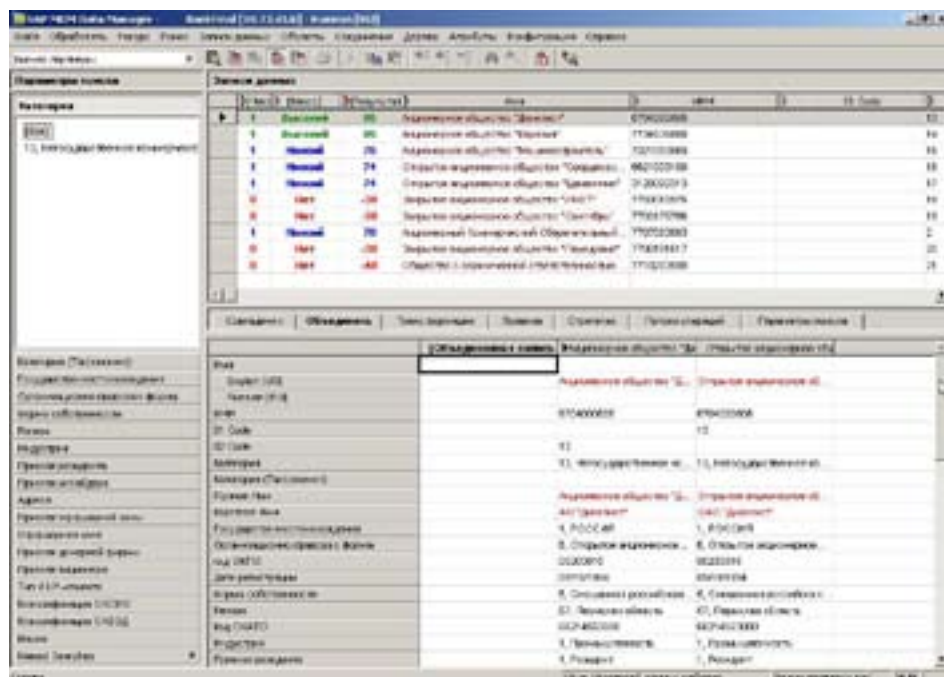


Рисунок 9. Выверка записей о клиентах банка с использованием SAP NetWeaver MDM.

ными системами. Система ориентирована на интеграцию SAP и других систем. Ключевые возможности Инфраструктуры обмена (SAP NetWeaver XI):

- базируется на открытых стандартах, в т.ч. enterprise SOA, Web-services, XML, Java;
- графические среды разработки, конфигурирования и мониторинга интеграционных сценариев и бизнес-процессов, разделение сред проектирования (абстрактные типы данных и преднастроенный бизнес-контент) и конфигурирования (конфигурация фактических сценариев для конкретного внедрения), графические инструменты разработки, настройки и управления; центральный репозиторий метаданных, общий формат XSD;
- интеграционные сценарии, содержит преднастроенное бизнес-содержание для интеграции SAP-решений, позволяет создавать новые сценарии на базе преднастроенных, облегчает интеграцию других систем;
- интеграция с внешними инструментами проектирования и настройки интеграционных сценариев, интеграция с ARIS for SAP NetWeaver, SAP Solution Manager, поддержка представления и обмена в формате BPEL4WS;
- управление потоками данных и трансформация сообщений, интеграционные сценарии и маршрутизация на базе контента, Java & XSLT, графические редакторы «маппинга» и потоков данных;
- инфраструктура адаптеров базируется на стандартной архитектуре Java Connectivity (JCA), включает среду для разработки адаптеров.

Поставляются адаптеры, разработанные SAP и партнерами, проводится сертификация адаптеров (более 200 адаптеров);

- преднастроенные адаптеры для основных B2B и A2A сценариев, содержит технические адаптеры (IDoc, RFC, File, FTP, HTTP, enterprise SOAP, JMS, JDBC, e-mail и др.), возможна поставка промышленных и бизнес-адаптеров (RosettaNet, EDI, UCCnet, Transora, SWIFT, HL7 и др.);
- обеспечение требуемого качества сервиса (QoS), обеспечение различных уровней QoS передачи и мониторинга выполнения интеграционных сценариев. Гарантированная доставка сообщений, гибкая настройка сложных сценариев мониторинга и процедур оповещения; интеграция с почтовыми системами, системами поддержки ИТ-инфраструктуры и отчетности;
- отказоустойчивость и масштабируемость.

#### SAP NetWeaver Application Server

- реализация на основе технологии J2EE и поддержка открытых стандартов (JAAS, ICE, WebDav, XML/A, JMI, XMI, CWM, ODBO, BPEL, CIDX, RosettaNet, CPPA, HTTP, XML, SMTP, J2EE, WSDL, enterprise SOA, UDDI, XSLT и др; также поддерживается взаимодействие с Microsoft .NET и IBM WebSphere);
- обеспечение высокого уровня безопасности (поддержка стандартов HTTPS, Secure Sockets Layer (SSL) и Lightweight Directory Access Protocol (LDAP), цифровой подписи, цифровых сертификатов);



# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

## РЕШЕНИЕ SAP

- платформонезависимость (поддержка баз данных и операционных систем всех ведущих разработчиков);
- масштабируемость, производительность и высокая доступность (кэширование, кластеризация, балансирование нагрузки и т.д.);
- централизованные и унифицированные средства администрирования для всех приложений (администрирование и поддержка осуществляется в соответствии с едиными процедурами и стандартами);
- встроенный механизм управления формулярами (на основе Adobe PDF), предназначенный для разработки интерактивных и оффлайн-формulareв (документов, которые могут быть обработаны в автономном режиме и содержат в себе логику заполнения и взаимодействия с сервером приложений);
- развитая среда ABAP и Java разработки (состоит из тесно взаимосвязанных централизованных сервисов для проектирования, реализации, разработки и тестирования как в локальной, так и в централизованной среде. Все блоки рассматриваются, как четко определенные компоненты согласно компонентной модели, повышая возможность повторного использования ПО и управления различными зависимостями от прикладных модулей, имеется удобный инструментарий для создания пользовательских интерфейсов;
- среда для проектирования композитных приложений (SAP Composite Application Framework, SAP CAF) представляет собой комплексную среду разра-

ботки (метаданные, инструменты, правила, методологии. CAF предоставляет модель программирования для разработки и развертывания композитных приложений в соответствии с концепцией enterprise SOA. Композитные приложения используют данные и функции, предоставляемые платформами и приложениями в виде сервисов, комбинируя их в ориентированные на пользователя процессы и представления (view), поддерживаемые как собственной бизнес-логикой, так и специальными интерфейсами пользователя. SAP CAF позволяет создавать приложения, используя платформу SAP NetWeaver, без необходимости предоставления API-интерфейсов нижнего уровня, что позволяет сосредоточиться на реализации бизнес-логики.

### Требования к программно-аппаратной платформе

**Выбор СУБД.** SAP обеспечивает работу с использованием большинства промышленных СУБД, включая Oracle RDBMS, IBM DB2, Informix и других. Банк вправе самостоятельно определить наиболее удобный для себя тип СУБД.

**Выбор сервера приложений.** Как было описано выше, SAP функционирует на основе технологической интеграционной платформы SAP NetWeaver, частью которой является сервер приложений. По этой причине для функционирования системы не требуется сервер приложений сторонних поставщиков.

**Выбор ОС для ядра системы.** SAP является платформонезависимым решением и функционирует на большинстве современных операционных систем, включая HP-UX, SUN Solaris, IBM AIX. Банк вправе самостоятельно выбрать операционную систему, как для ядра системы, так и для клиентских рабочих мест.

### Решение SAP

#### «Управление взаимоотношениями с клиентами банка»: преимущества для бизнеса

Основные отличия решения SAP Marketing, Sales and Service for Banking от продукции иных поставщиков можно разделить на два основных направления: преимущества программного решения и преимущества SAP как поставщика программного обеспечения.

Смещение интереса банков от самописных программ в сторону специализированных, а затем промышленных систем прямо пропорционально тому, насколько лет вперед банк готов определить свою стратегию развития. В последнее время число банков, мыслящих стратегически неуклонно возрастает, это отражается, прежде всего, в задачах, которые банк планирует решить при помощи CRM.

Если рассматривать затраты на CRM, то «тяжелые системы» на горизонте одного-двух лет обходятся на первый взгляд заметно дороже. Однако, если принять во внимание, что средний срок эксплуатации систем такого класса составляет не менее семи лет, то в этом случае совокупные затраты на «тяжелое» решение скорее всего окажутся ниже. Основная

часть расходов на сопровождение «маленьких» и «средних» систем будет вызвана необходимостью доработок функционала до соответствия новым требованиям бизнеса. Сюда же можно отнести возможные косвенные потери банка от упущенной выгоды, например, если новый продукт будет запущен с опозданием из-за неготовности блока CRM-продаж. Заложенные методики и принципы «больших» CRM-систем, напротив, в некоторой степени «ведут» бизнес банка, предлагая все новые и новые возможности.

Программное решение SAP для управления взаимоотношениями с клиентами обладает рядом преимуществ,

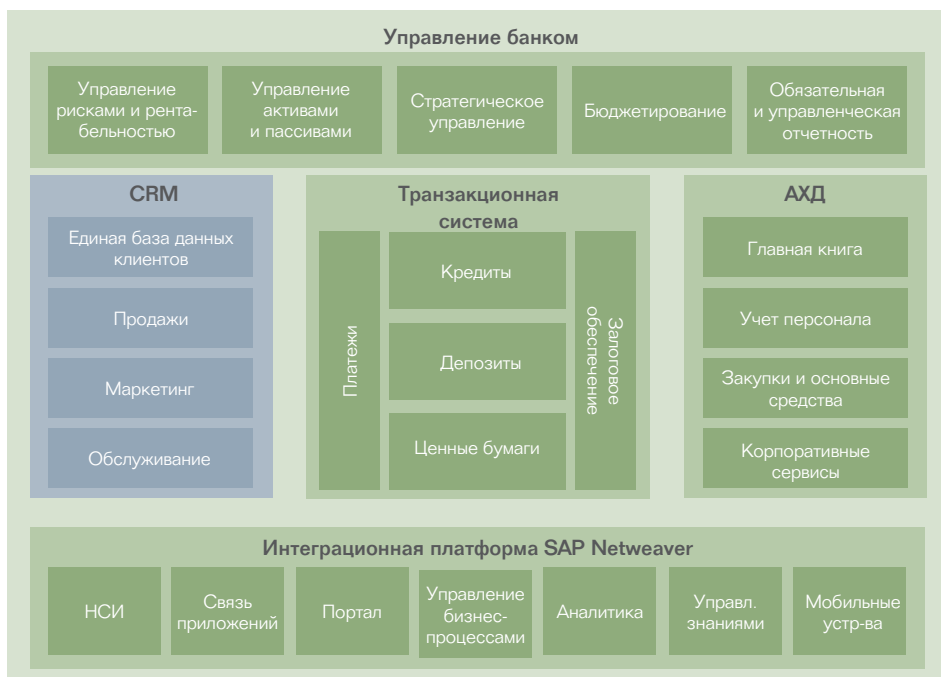
выделяющих его из класса подобных решений:

- ориентация на банковские бизнес-процессы. SAP является производителем системы комплексной банковской автоматизированной системы, которая включает в себя решения для основной деятельности («АБС»), систему для бухгалтерии и отчетности, решение для управления банковскими рисками, фронтальную систему, систему анализа и отчетности по российским и международным стандартам. Одним из выделяемых компонентов этого решения для банков является решение SAP Marketing, Sales and Service for Banking;

- дружелюбность по отношению к разнородному программному окружению;
- высокая производительность на больших объемах информации. Архитектура приложений SAP ориентирована на сбор, обработку и анализ больших объемов информации в масштабах крупной финансовой организации с большим количеством территориально разнесенных подразделений. Высокая нагрузочная способность системы обеспечивается активным использованием возможностей хранилища данных SAP BW, которое является неотъемлемой частью решения. Аналитические приложения выполняются независимо от операционного CRM, что позволяет обеспечить высокую производительность;
- организация электронного потока операций (workflow) на всех этапах обслуживания клиентов;
- развитая аналитическая система, помимо аналитики, обеспечивающая построение системы планирования и бюджетирования как для CRM-задач (например, маркетинговое планирование), так и на уровне всего банка (управленческая отчетность, бюджетирование, план-факт анализ).

Немаловажным для Заказчика является высокое качество SAP как поставщика программного решения.

По независимым экспертным оценкам, компания SAP стабильно занимает первое место среди производителей программного обеспечения, как в мире, так и в России: 9 из 10 крупнейших российских компаний являются клиентами SAP.



**Рисунок 10.** SAP Marketing, Sales and Service for Banking как компонент решения SAP для банковского бизнеса.

# «УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ БАНКА»

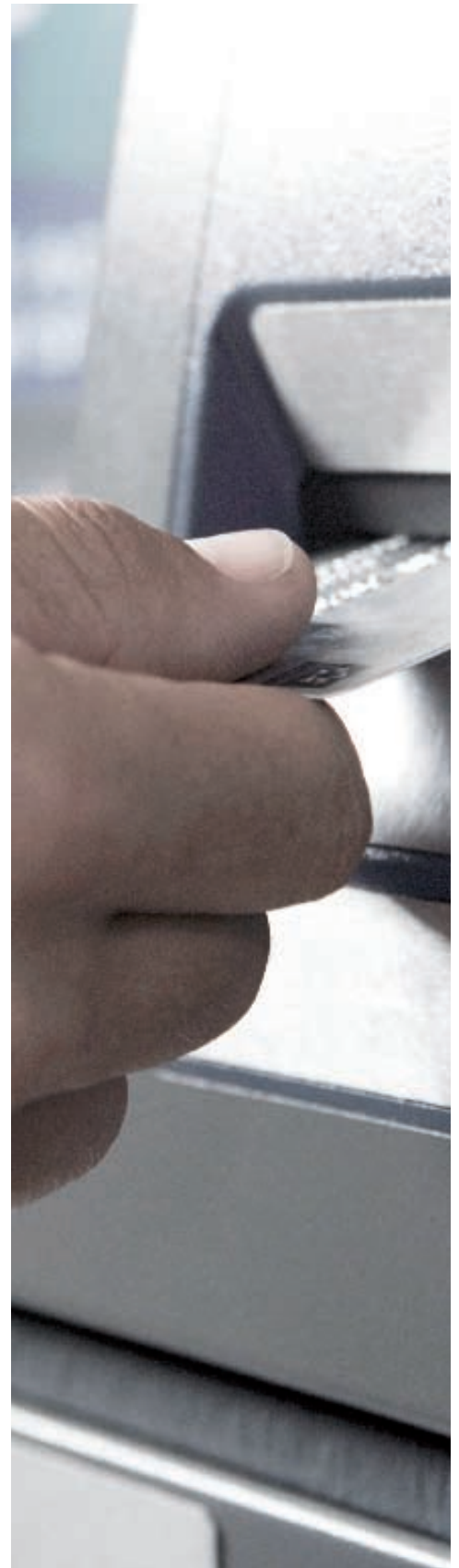
## РЕШЕНИЕ SAP

Компания SAP, обладая большим опытом построения систем и методологией внедрения, выступает в проектах не только как исполнитель, но и передает свои знания по построению системы.

Общее количество банковских клиентов SAP – более 500. Это позволяет говорить о SAP как о квалифицированном эксперте в банковской отрасли.

Принципиальной особенностью ведения проектов является участие в них высококвалифицированных специалистов SAP, что гарантирует высокое качество проведенных работ. В случае, если по желанию Заказчика к работам по внедрению привлекаются партнеры SAP, на каждом этапе проекта специалистами SAP осуществляется контроль качества.

Крайне важным для Заказчика является выбор надежного поставщика решений. Финансовое положение позволяет компании SAP инвестировать большие средства в разработку и локализацию своих решений. SAP рассматривает Россию как один из приоритетных рынков развития. Этим SAP выгодно отличается от многих производителей аналогичного ПО. Компания SAP работает в России уже около 15 лет и продолжает наращивать свое присутствие. За последние пять лет численность персонала SAP в России и странах СНГ выросла в несколько раз и составляет сегодня более 550 человек.



## Портрет компани

Компания SAP является ведущим в мире поставщиком программных решений для управления бизнесом. Комплексное предложение SAP включает решения, отвечающие требованиям организаций любого масштаба – от компаний сегмента малого и среднего бизнеса до глобальных корпораций. Решения SAP для управления бизнесом помогают предприятиям во всем мире повышать эффективность деятельности всех функциональных подразделений и компании в целом, совершенствовать взаимоотношения с клиентами и расширять сотрудничество с партнерами. В настоящее время более 38 000 компаний, расположенных в более чем 120 странах мира, используют в своей работе программное обеспечение SAP.

Все решения SAP базируются на платформе SAP NetWeaver – технологической платформе нового поколения для управления бизнес-процессами, которая обеспечивает возможность перехода к сервисно-ориентированной архитектуре ИТ-ландшафта и поддерживает быструю реализацию инноваций и гибкую адаптацию бизнеса к изменениям рыночной среды.

Отраслевые решения SAP эффективно поддерживают уникальные бизнес-процессы более чем 20 отраслей, в число которых наряду с флагманами экономики – нефтегазовой отраслью, металлургией, энергетикой – входят развивающиеся быстрыми темпами сфера розничной торговли и производства товаров народного потребления, индустрия машиностроения, сектор финансовых институтов и многие другие отрасли. Решения SAP успешно используются также для эффективного управления государственным сектором экономики разных стран.

Компания SAP имеет представительства в более чем 50 странах мира, представлена на нескольких биржах, включая Франкфуртскую фондовую биржу и Нью-Йоркскую фондовую биржу.

Дополнительная информация: <http://www.sap.com>

В 1992 году открылось представительство SAP AG в Москве.

За прошедшие годы открылись представительства в Санкт-Петербурге,

Алматы и Киеве, а численность сотрудников превысила 550 человек.

В России и странах СНГ у компании SAP – более 750 клиентов.

Дополнительная информация: <http://www.sap.ru>

### Информация к действию

Позвоните нам прямо сегодня, чтобы завтра быть впереди конкурентов!  
**8 800 200 9777** (звонок по России бесплатный).

Мы готовы ответить на Ваши вопросы и продемонстрировать, как решения SAP помогут Вашей компании оптимизировать все сферы деятельности и создать долгосрочные конкурентные преимущества.

Подробную информацию на русском языке о компании SAP, наших решениях и услугах можно найти на нашем Интернет-сайте по адресу: [www.sap.ru](http://www.sap.ru) где Вы также можете задать интересующие Вас вопросы.

Будем рады ответить на них!

Подпишитесь на рассылку новостей по адресу:

[www.sap.ru/company/digest/](http://www.sap.ru/company/digest/) и Вы будете в курсе последних новостей SAP для стран СНГ.

### Адреса офисов

#### ООО «САП СНГ»

РФ, 115054, Москва,  
Космодамианская  
набережная, 52/2.

Т.: +7 (495) 755-9800.

Ф.: +7 (495) 755-9801.

E-mail: [info.cis@sap.com](mailto:info.cis@sap.com)

[www.sap.ru](http://www.sap.ru)

#### ООО «САП СНГ»

190000, Санкт-Петербург,  
ул. Малая Морская, д. 23.

Т.: +7 (812) 448-4103.

Ф.: +7 (812) 448-4102.

E-mail: [info.cis@sap.com](mailto:info.cis@sap.com)

[www.sap.ru](http://www.sap.ru)

#### ООО «САП Украина»

Украина, 01025, Киев,  
ул. Владимирская, 12.

Т.: +38 (044) 490-3392, 490-3393.

Ф.: +38 (044) 490-3394.

E-mail: [info.Ukraine@sap.com](mailto:info.Ukraine@sap.com)

[www.sap.ua](http://www.sap.ua)

#### ТОО «САП Казахстан»

Казахстан, 050059, Алматы,  
ул. Фурманова 240Г.

Т.: +7 (327) 250-8400.

Ф.: +7 (327) 250-8401.

E-mail: [Info.cis@sap.com](mailto:Info.cis@sap.com)

[www.sap.ru](http://www.sap.ru)

Авторское право © 2007 SAP AG. Все права защищены.  
SAP, SAP Business Suite, xApps, xApp, SAP NetWeaver и  
другие упомянутые здесь продукты и услуги SAP, а также  
соответствующие им логотипы являются торговыми марками  
SAP AG или торговыми марками SAP AG, зарегистрированными  
в Германии и в ряде других стран. Названия других продуктов  
или услуг, встречающиеся в этом документе, являются торговыми  
марками соответствующих компаний.