**КАК Я ПОНИМАЮ ПРОЦЕССИНГ ЖИЗНЕННЫХ КОНТЕКСТОВ**

1. Что это?

2. В чем его необходимость?

3. Какие задачи и жизненные ситуации он решает?

4. Как адаптируется по личности?

5. Как связан с процессингом платежей?

В последнее время поведение потребителей превратилось в движущуюся силу современного рынка, игнорирование которой может привести к серьезным ошибкам и потерям.

Чтобы оставаться конкурентоспособными, банки и финансовые организации оптимизируют бизнес-процессы, проводят анализ поведения, привычек, ситуаций и опыта своих клиентов, т. е. процессинга жизненных контекстов, пытаясь стать неотъемлемой частью их жизни.

Несмотря на предпринимаемые попытки стать чем-то обыденным для человека, этого недостаточно. Порвали джинсы, запачкали рубашку, закончилось молоко – как мы в данных реалиях можем влиться в обыденные ситуации человека и помочь в их разрешении?

Стать частью жизни человека не так просто, но заметно продвижение в данном направлении путем проникновения процессинга платежей в нашу жизнь.

Безналичные расчеты и платежи стали неотъемлемой частью жизни граждан. По итогам I квартала 2025 года доля безналичных платежей в розничном обороте составила 86,7%. Для потребителей предлагаются новые, более удобные инструменты для платежей, такие как цифровые карты, платежные стикеры и QR-коды.

Банки отслеживают транзакции, время использования приложения, просмотры определенных категорий продуктов и на основе этих данных предлагают индивидуальные продукты и услуги. Так, стараются расширить функционал своих мобильных приложений, по которому клиенты могут купить все необходимое в «одном окне». Для удобства, своевременности и экономии времени, финансовые организации предлагают возможность оплаты ежемесячных счетов путем подключения подписок, автоплатежей.

Примером проникновения платежей в обыденную жизнь потребителя стала возможность оплаты мобильной связи через умную колонку Алиса, представленная на Петербургском международном экономическом форуме-2025.

Несмотря на то, что банки становятся носителями огромной «кладези знаний» о своих клиентах и могут предлагать клиентам индивидуальные продукты и услуги, возникает проблема: первый банк знает, что клиент любит слушать музыку, потому что каждый месяц списываются денежные средства по подписке, а второй банк знает, что этот же клиент любит смотреть дорамы, но каждый из них не знает то, что знает другой. Финансовые организации не спешат делиться накопленной информацией, ограничивая к ней доступ, что оказывает сдерживающее, даже затормаживающее воздействие на проникновение платежей в бытовую жизнь человека.

Для решения данной проблемы Банком России в Концепции внедрения Открытых API на финансовом рынке представлены модели, ориентированные на развитие конкуренции, снижение издержек для участников рынка и тарифов для граждан и бизнеса, формирование удобного цифрового клиентского пути и дальнейшее повышение доступности и качества услуг, появление инновационных кросс-отраслевых сервисов, в основе которых лежат российские технологии, а также предоставление клиентам возможности с их согласия распоряжаться своими данными.

Примером внедрения технологии открытых API служит пилот крупнейших банков в отношении обмена информацией о счетах клиентов, чтобы данные отображались в приложениях партнеров, а клиенты получили возможность управлять своими финансами в «одном окне».

Одновременно с этим внедрение технологии открытых API подразумевает под собой поэтапный процесс и в большей степени носит рекомендательный характер. Также на внедрение технологии сказывается недоверие со стороны граждан.

Несмотря на то, что процессинг платежей проник в нашу жизнь, мы все также не можем помочь потребителям «зашить джинсы, почистить рубашку и купить молоко». Вопрос стоит не только в том, как ему помочь, а как мы узнаем, что ему нужна помощь?

Одним из примеров решения проблемы может стать создание единой базы (платформы), на которой участники рынка смогут обмениваться полезной информации прямо здесь и сейчас, делиться накопленными знаниями, чтобы участники могли создавать и предлагать клиенту сервисы для оказания более быстрой, удобной и простой помощи.

Создание цифрового помощника, аккумулирующего накопленные знания о своем потребителе и предлагающего, даже предугадывающего желания клиентов, опираясь на анализ сфер их интересов – дополнительное образование, путешествия, недвижимость и многое другое. Функции цифрового помощника могут быть направлены не только на решение ситуаций и проблем, но и их предотвращение. Помощник может управлять финансами, анализировать и предлагать мероприятия в целях сохранения здоровья и т. д.

Создание сервиса, по которому клиенты разных банков могут получать в «одном окне» информацию о программах лояльности, вкладах, счетах, страховках, инвестициях, в том числе возможность распоряжаться денежными средствами.

Как итог, технология станет мостом между человеческими потребностями и их реализацией.