

Владимир Добрынин: Основная задача современной экосистемы — занять как можно большую долю в кошельке и в голове клиента

Главная > Процесс > Технологии/Связь

14 июня 2021

Основатель финтех-платформы Numans, ex-гендиректор мобильного оператора YOTA - о новой экосистеме, небанках-динозаврах и том, почему рынку не хватает действительно удобных финтех-сервисов



Владимир, ваш новый финтех-проект Numans привлек миллион клиентов за шесть месяцев. Компания показала рост в 3,5 раза за полгода, и это в пандемию. Расскажите о продукте и о том, как вам удалось осуществить такой впечатляющий старт.

- Начнем с того, что Numans — это не просто финтех-платформа, платежный сервис или мобильный оператор, а в первую очередь экосистема больших данных о клиентах. Наш сервис закрывает основные потребности клиента — он может пользоваться мобильной связью, различными финансовыми услугами, оплачивать товары, искать работу, то есть всем тем, что его интересует каждый день. Но делает это клиент с большей выгодой для себя.

Основная причина такого взлета проекта в том, что мы, можно сказать, поймали тренд.

Мобильные супераппы сейчас становятся универсальным цифровым порталом, который объединяет самые востребованные услуги в каждом отдельном регионе. Наша экосистема работает как генератор пользовательских данных: больше пользователей – больше данных, больше данных – больше новых пользователей.

Я люблю сложные и амбициозные проекты, поэтому с идеей создать такой сервис я ушел из компании YOTA два года назад и начал заниматься развитием Numans.

За последние 20 лет я открыл бизнес в **12 странах** — это помогло

«Атамекен» и Антикор предотвратили расходование 40 миллиардов тенге 411126632

Все материалы →

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

Архив → В продаже №118 (06) →

14 ИЮНЯ РОДИЛИСЬ

Марат Альменов
председатель правления АО «AltynBank»

ВЫБОР РЕДАКТОРА Анастасии Новиковой

Шухрат Ибрагимов: Отец шутил: «Лучше быть домашним питомцем в западной семье, чем младшим в нашей» 41903

Все материалы →

Forbes Woman

Оксана Чусовитина: Любое поражение - это первый шаг к победе

Все видео →



Нацбанк РК наводит мосты в блокчейн

Почему у Казахстана есть все шансы стать одним из лидеров по внедрению собс... →

Сутки Неделя Месяц

Год

1 В Колумбии при взрыве шахты погибли девять человек

f : 0 t : 0 v : 0 @ : 0

2 Анна Рихтер: У нас за спиной более 400 юристов различной специализации и сеть экспертов по всей Евразии

f : 0 t : 0 v : 0 @ : 0

3 Острый дефицит рабочих кадров зафиксировали в Нур-Султане

f : 0 t : 0 v : 0 @ : 0

4 Владимир Добрынин: Основная задача современной экосистемы — занять как можно большую долю в кошельке и в голове клиента

f : 0 t : 0 v : 5 @ : 0

5 Байден не смог сформулировать позицию по происхождению коронавируса

f : 0 t : 0 v : 0 @ : 0

6 Макрон заявил о необходимости культуры контроля над вооружениями

f : 0 t : 0 v : 0 @ : 0

7 Алматы в «зеленой» зоне по КВИ: карантинные ограничения сохраняются

f : 0 t : 0 v : 0 @ : 0

Самые **ЧИТАЕМЫЕ**

Сутки Неделя Месяц

Год

1 The Insider: Подставляешь, брат. Как Россия втягивает Казахстан в санкционную войну

63 3 мин. 2306

2 Где смогут отдохнуть казахстанцы этим летом

63 7 мин. 2274

3 Владимир Добрынин: Основная задача современной экосистемы — занять как можно большую долю в кошельке и в голове клиента

63 9 мин. 1884

4 Анна Рихтер: У нас за спиной более 400 юристов различной специализации и сеть экспертов по всей Евразии

63 6 мин. 1244

научиться понимать региональную специфику и быстро идти к достижению целей. Но мне всегда хотелось выйти за рамки телеком-индустрии, построить нечто большее, то есть создать экосистему, в которой телеком-услуга была бы донором для всей экосистемы, или, скажем так, одним из доноров. Конечно, мобильный оператор обеспечивает самый короткий и простой путь к клиенту, и он является стартовой площадкой, трамплином, который открывает колоссальные возможности для развития всех сервисов внутри.

Почему решили начать именно с Узбекистана?

- На рынок Узбекистана мы вышли осознанно, изучив перспективы и возможности. Здесь **60% населения** — молодые люди до 30 лет, которые активно пользуются мобильными телефонами и приложениями. Так что Узбекистан стал идеальной стартовой площадкой — здесь возможно было максимально быстро адаптировать продукт. И мы попали в ожидания аудитории. Это доказывают первые результаты: мы растем на **10-15%** от месяца к месяцу. И здесь нам есть куда расти: население страны **35 млн**, и рынок далек от насыщения. Экосистем становится все больше — и в Азии, и в Европе супераппы набирают все большую популярность.

**Финансовый анклав Казахстана**

Для чего казахстанскому бизнесу нужен МФЦА →

На рынке не так много компаний, которые грамотно объединили экосистемный подход с моделью супераппа. Я бы даже сказал, что их можно пересчитать по пальцам. Конечно, есть успешные примеры: Jio в Индии, Rakuten в Японии, китайские гиганты Alibaba и Tencent, в Казахстане есть Kaspi.

Но в большинстве стран нет ничего подобного. Например, в Европе и в США многие пользуются приложениями, но под каждую «боль» создается отдельный продукт, а единые платформы — пока большая редкость. Европейские пользователи крайне консервативны. В других регионах экосистемы только формируются, и клиенты пользуются их

услугами выборочно. Один из таких примеров — Сбер в России.

Если говорить об Узбекистане и Казахстане, то эти страны переживают сейчас цифровой взрыв, подготавливая фундамент для дальнейшего роста.

В чем заключается идея модели Humans?

- Стоит учитывать, что в основе любой экосистемы лежит базовый сервис-донор, который обеспечивает приток клиентов в другие сервисы — например, в мобильный банкинг. В нашем случае приток создают услуги сотовой связи. Такая стратегия позволяет свести к минимуму стоимость привлечения клиентов и сократить ее в пять-десять раз по сравнению со средним по рынку.

Кроме того, любую потребность клиентов можно решить быстрее, удобнее и дешевле. И экосистема, которая обладает глубокими знаниями о клиенте, делает это успешнее. Она может быстро расти. Так что потенциал у нашей бизнес-модели огромный.

Телекоммуникационные компаний всё чаще выходят на платежный рынок — эта тенденция нарастает на локальных рынках. К примеру, о трансформации МТС в ИТ-компанию, которая будет развивать финтех, заявила российская АФК «Система». У нас в Казахстане «дочка» Beeline вышла на рынок с цифровой платежной картой. С чем, по-вашему, это связано?

**Два казахстанца попали в список миллиардеров Forbes, разбогатевших на IPO**

В этом году Forbes зафиксировал рекордное число новых миллиардеров — 493, ... →

- Телеком-операторы обладают большими клиентскими базами и аккумулируют большой объем данных. Но, как правило, компании работают на стагнирующем рынке — проникновение мобильной связи уже приближается к пиковым показателям, число пользователей перестает расти.

Логично, что операторы пытаются диверсифицировать бизнес и увеличить выручку за счет запуска цифровых сервисов и экосистем.

Тенденция будет усиливаться. Как говорится, меняйся или проиграешь.

Как вы оцениваете потенциал казахстанского рынка с точки зрения цифровых экосистем?

- Рынок цифровых услуг развит неплохо, но экосистем и супераппов крайне мало. Пока, как я понимаю, лидирующую позицию занимает Kaspi. Появляются новые игроки — недавно в

Гонку вступил и Beeline. Но, опять же, модель «экосистема + суперприложение» у вас пока не получила должного распространения. Подавляющее большинство игроков делает ставку на финтех-услуги и использует банкинг в качестве сервиса-«донора». Но на мой взгляд, есть более эффективные способы первичного привлечения клиентов в экосистему. И наш запуск в Узбекистане тому пример.

Финтех — еще одна сфера, в которую сегодня устремляется все больше компаний. Уже существуют банки для блогеров, банки для геймеров, платежные сервисы для зумеров и многие другие нишевые продукты. Вы запустили новый банковский продукт. Но какую проблему решает еще один банк?

- Рынку не хватает по-настоящему удобных сервисов. Можно сколько угодно запускать нишевые продукты для зумеров или геймеров, но если продукт не упрощает жизнь, никто не станет им пользоваться. Или станет, но в ограниченном формате. Например, для поколения Z норма — открыть две, три и даже пять банковских карт: для накопления миль, покупки кофе, путешествий. Основная задача финтех-компании — занять как можно большую долю в кошельке и в голове клиента. И чем более масштабную «боль» вы решаете, тем большую долю занимаете.



Необанкинг-2021: от хайпа к прибыли?

Достигнут ли в 2021 году необанки подлинной зрелости за счет прибыльности? →

Обратите внимание, как развиваются топовые китайские экосистемы. Например, Tencent постоянно находит новые «боли» и превращает их в точки роста, мы мыслим в том же направлении. Да, на финтех-рынке довольно много конкурентов, в том числе необанков. Но если изучить их стратегию и бизнес-модель, то окажется, что они ничем не отличаются от традиционных банков. И те, и другие предлагают финансовые услуги в два клика — и этим новаторство ограничивается. Так что необанки сегодня стали такими же «динозаврами» — неудивительно, что многие достигли потолка в своем развитии и больше не могут наращивать показатели. У экосистемы такой проблемы нет, потому что она постоянно адаптируется под

меняющиеся потребности аудитории.

Эта адаптация зависит от локальной специфики рынка? Исходя из вашего опыта, в каких регионах запускать бизнес легче, а где, наоборот, сложнее?

- Везде своя специфика — так, драйверы рынка в одном регионе могут радикально отличаться от драйверов в другом. Например, США — это максимально сложный, развитый рынок, который дает массу возможностей, но и создает массу барьеров. Конкуренция в Америке огромная, а вашу идею либо уже кто-то реализовал, либо попытался реализовать. Другой пример — Кыргызстан. В стране пока не так развита инфраструктура и рыночные механизмы, которые нужны для построения бизнеса. У вас есть там любые возможности - поле полностью свободно.

В любом случае, чтобы добиться успеха на локальном рынке, нужен драйв и упорство. Изо дня в день вам предстоит с нуля перестраивать систему — это тяжело, но усилия того стоят. Главные ресурсы бизнеса — вера в идею и команду, на которую можно положиться. Тогда можно преодолеть любые трудности — просто потребуются дополнительные затраты.

Вы планируете интегрировать экосистему Humans с другими продуктами, которые запускали ранее? Например, с американской HR-tech-платформой Humans.net?

- Для нас проект в США и проект в Узбекистане — это не два разных бизнеса, а два компонента единой технологической платформы, в основе которой лежит банк пользовательских данных. Фундамент экосистемы, ее главный ресурс и ценность — это пользовательские данные. Чем больше сведений вы собираете, тем более релевантные продукты вы создаете, а это обеспечивает новый приток пользователей. Это циклический механизм, который гарантирует нам стабильный рост.



Зачем Silkway Group запускает в Казахстане новый рынок

Вопрос в том, какой сервис выступает главным «донором» экосистемы в каждом отдельном регионе. Клиенты Humans могут пользоваться как локальными, так и глобальными услугами.

Например, на локальном уровне использовать банкинг, страхование и мобильную связь, а на глобальном — подключаться к порталу Humans.net и искать специалистов по всему миру. С такой бизнес-

5 Более трех тысяч водителей наказали за тонировку машин в Павлодарской области

63 0 1233

6 72 нарушения земельного законодательства выявили в Восточном Казахстане

63 0 1200

7 В Колумбии при взрыве шахты погибли девять человек

63 0 1147

Самые **ИНТЕРЕСНЫЕ**

Портфель активов Silkway Group включает в себя ряд быстрорастущих финтех-к... →

моделью, умноженной на экстремально низкую стоимость привлечения клиентов, мы легко можем обойти большинство конкурентов.

Как Humans будет развиваться в ближайшие месяцы?

Планируете ли привлекать новых партнеров и инвесторов?

- Мы планируем расширять сеть партнеров по всему миру и, возможно, привлекать инвесторов. Фундамент уже есть: мы собрали сильную команду с многолетним опытом в digital-индустрии, разработали бизнес-модель, которую легко реплицировать в других странах, создали рабочий продукт, которыми пользуется более миллиона человек ежемесячно. И главное, мы отстроились от конкурентов за счет нестандартной стратегии привлечения клиентов и монетизации. Вполне вероятно, что в будущем Humans станет двухкластерной компанией, которая будет развиваться как на рынке Европы, так и в странах СНГ и Азии.

В ближайшее время мы запустим трансграничные переводы — для начала между Россией и Узбекистаном. Затем планируем выйти на рынок потребительского кредитования: в нашей системе можно будет не только тратить, но и занимать деньги. Клиентам не придется ждать зарплаты, чтобы оплатить счета за свет или воду.

Параллельно мы работаем над запуском Humans в Германии, где планируем построить аналогичную экосистему — она будет также включать банкинг, услуги сотовой связи и маркетплейс. Мы уже заключили соглашение с одним из ведущих мобильных операторов в регионе, так что первые шаги уже сделаны. Также изучаем потенциал рынка СНГ — в постсоветских странах есть запрос на экосистемы и супераппы, а конкуренция пока минимальная.

Какова миссия Humans — как с точки зрения бизнеса, так и с точки зрения культуры?

- Вся суть экосистем заключается в создании условий для развития. Скажем, Alibaba позволяет миллионам продавцов зарабатывать, строить и развивать бизнес — это пример экосистемного подхода. У нас тоже есть своя, на мой взгляд, уникальная бизнес-философия. Она звучит как «Зарабатываем, чтобы делиться».

Наш основной принцип Humans for humans — «Люди для людей». Я убежден, что бизнес растет только тогда, когда компания начинает делиться своими ресурсами с другими. Мы предлагаем максимально низкие цены на услуги, а также предоставляем выгодные условия для

получения кешбека — и таким образом делимся с пользователями ресурсами, или, можно сказать, тем, что зарабатываем. На мой взгляд, в 2021-м году компания не может работать по модели Facebook и единолично зарабатывать миллиарды на своих клиентах. В долгосрочной перспективе это не лучшая бизнес-модель, особенно сегодня, когда растут сегменты sharing-экономики и creator-экономики.

По последним данным, активная клиентская база Humans превысила один миллион пользователей. Подводя промежуточный итог, как вы оцениваете этот результат? Соотносится ли он с вашими изначальными ожиданиями?

- Пандемия внесла свои коррективы. Важно учесть, что осуществлять коммерческие операции Humans начала только в середине ноября — показателя в миллион активных пользователей мы добились всего за полгода. Неплохо, но для экосистемы это лишь отправная точка. Стабильный рост и выручка, измеряемая восьмизначными цифрами, показывает, что мы на верном пути. И с нашей масштабируемой бизнес-моделью определенно можно добиться большего.



Хотите всегда быть в курсе самых интересных событий в стране и мире? Подписывайтесь на нашу страницу в Facebook

Forbes : Если вы обнаружили ошибку или опечатку, выделите фрагмент текста с ошибкой и нажмите **CTRL+Enter**

1884 просмотров

Поделиться этой публикацией в соцсетях:



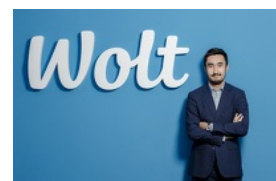
Об авторе:



Татьяна Батищева

финансовый обозреватель Forbes Kazakhstan

СТАТЬИ ПО ТЕМЕ



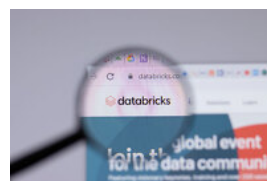
Wolt в Казахстане: как за год стала лидерами рынка доставки еды



Почему будущим телекома стала «революционная эволюция»



Куанышбек Есекеев: Будущее Казахтелекома - в производстве собственного контента



Миллиардеры поневоле: как семеро ученых случайно создали один из самых логичных стартапов в мире



Турлов: Мировая экономика радикально не изменится после пандемии



30 крупнейших торговых интернет-площадок - 2020



Империя Безоса: как богатейший человек на планете создал Amazon и зачем двёлся в космос



PwC и Forbes Kazakhstan представляют CEO Survey 2021

НОВОСТИ ПАРТНЁРОВ

Загрузка...

ЧИТАТЬ ТАКЖЕ

ГЛАВНАЯ НОВОСТИ

- Новости Казахстана
- Мировые новости
- Биржевые новости

ПРОЦЕСС

- Интернет
- Медицина
- Назначения и отставки
- Наука
- Недвижимость
- Образование
- Предприниматели
- Расследование
- Ресурсы
- Технологии / Связь
- Урбанистика
- Экобизнес
- Экономика / Промышленность
- Экспертиза
- Энергетика




ФИНАНСЫ/МАРКЕТИНГ

- Биржа
- Госзакупки
- Инвестиции
- Интеграция
- Реклама
- Рынки
- Страхование

KAZAKHSTAN
Forbes

- Контакты
- Реклама на сайте
- Реклама в журнале
- Соглашение об использовании материалов
- Безопасность онлайн-платежей



 111786 25231 146	 110 184 39 180 34 319	 1 029 1 324 33 800 21 333
---	--	--