

Вероника  
Новикова

## ПРОВЕРКА НА ПРОЧНОСТЬ

По словам Олега Кузьмина, вице-президента компании «Инверсия», этот кризис оказался «хорошим мерилом, которым мы смогли измерить прочность нашей компании, правильность выбора стратегии развития. С гордостью можем сказать, что мы не проводили сокращений в компании, не снижали зарплат сотрудникам. Как и в 1998 году, нам удалось нарастить творческий потенциал посредством приглашения в команду квалифицированных специалистов нужного профиля, появившихся на рынке труда». Мы попросили Олега Борисовича рассказать о ситуации на рынке программного обеспечения для банков и финансовых организаций.



— Кризис — это всегда явление масштабное, всеобъемлющее. Так не бывает, чтобы нестабильный период был абсолютно безоблачным для кого-то. Так или иначе, его воздействие испытывают абсолютно все. С какими испытаниями пришлось столкнуться «Инверсии»?

**Олег Кузьмин:** Уберечься от кризиса, действительно, сложно. Его негативное влияние коснулось и ряда наших клиентов — кто-то потерял лицензию, кто-то попал под санацию. Однако таких банков из числа наших партнеров оказалось очень немного. Большинство пересмотрели свои бюджеты и статьи, связанные с ИТ-проектами, у многих они попали «под нож». А вот то, что во время кризиса мы успели подписать с десятков контрактов с новыми для нас банками, это явилось приятной неожиданностью.

— Жизнь вместе с кризисом не заканчивается: кто-то использует это время для технической модернизации, пользуясь временным затишьем, меняет АБС на перспективные, которые позволяют банку динамично развиваться в будущем...

**Олег Кузьмин:** Не открою большого секрета, что компании, имеющие десятки и сотни внедрений АБС, основную или значительную часть прибыли получают от сопровождения. Эти статьи доходов

достаточно стабильны и не сильно зависят от кризисов, если, конечно, существенно не уменьшается количество этих контрактов — то есть при стабильном количестве клиентов. Бюджеты режутся, в первую очередь, на новые проекты, а старые, работающие АБС, должны продолжать эксплуатироваться. И если этот финансовый поток является основным или одним из основных, то он помогает «остаться на плаву». Наша компания как раз из таких. Поэтому кризис нас не изменил — мы остались той же компанией, с тем же менталитетом, с той же стратегией развития, с теми же продуктами и услугами. Мы считаем, что в своей нише у нас хорошие предложения по соотношению «цена/качество». И сейчас смещаем акцент на улучшение качества продуктов, стараясь при этом не менять стоимость наших услуг.

— Сколько еще, по Вашим оценкам, продлится нестабильность, и как в этот период Вы планируете выживать?

**Олег Кузьмин:** Повторюсь: то, как прошел для нас последний календарный год, мы не можем отнести к неудачному сценарию развития компании. Да, мы рассматривали несколько вариантов развития, строили несколько моделей с разной степенью пессимизма и планировали действия, предотвращающие наступление негативных событий. Но, к счастью, все это осталось только в обсуждаемых вариантах развития ситуации. Сегодня ситуация

постепенно меняется. Мы замечаем, что уже появляются сигналы, свидетельствующие о том, что экономика начинает восстанавливаться. Хотя и тревожные симптомы тоже пока остаются.

От банков – наших клиентов есть информация, что, несмотря на стабильную клиентуру, с которой банки переживают это непростое время, совокупные остатки на текущих, расчетных счетах предприятий, остатки на депозитных счетах еще не восстановились до докризисных уровней.

— *Что покупают в настоящий момент?*

**Олег Кузьмин:** Акценты потребительского спроса, действительно, несколько смещены. К примеру, мы видим явный рост интереса к продуктам, связанным с ведением бюджета, смет расходов/доходов. Тут и комментариев дополнительных не надо – все хотят обладать более точным учетом и прогнозом расходов. Особо актуально это становится, когда бизнес заново начинает считать всё «по копеечке».

Напомню, что у нашей компании – комплексный набор продуктов, позволяющий «покрыть» ИТ-ландшафт современного банка почти во всех областях, поэтому ЦАБС «БАНК XXI ВЕК» я назвал бы самым популярным продуктом. На мой взгляд, лишь очень небольшое число известных компаний-лидеров нашего рынка может похвастать таким масштабируемым, многофункциональным и производительным решением. И насыщение рынка произойдет в тот момент, когда подавляющая часть наших банков выберет одно из решений такого масштаба. На основе анализа тендеров и других контактов с банками, реализованных в этом году, мы ясно видим такую тенденцию: выбор банком одной из АБС от компании-лидера является, как правило, стратегическим шагом, определяющим развитие на много лет вперед.

— *В период кризиса многие компании меняют отношения с клиентами (ужесточают их, либо наоборот облегчают). Есть ли у Вас программа лояльности?*

**Олег Кузьмин:** Мы стараемся оставить все наши договоренности в силе независимо от меняющихся внешних условий. Стабильность в наших отношениях с банками – это залог долговременной и успешной совместной работы, основанной на доверии. Программа лояльности была разработана нами задолго до кризиса, и мы реализуем её уже многие годы. Это и гибкая финансовая политика, и различные виды бонусов, и предложения совместного участия в разработке и развитии новых видов продуктов. Нам удается поддерживать деловые, творческие, а порой и дружеские отношения с нашими партнерами. А при таких отношениях легче становится находить разумные,

компромиссные решения в вопросах дальнейшего взаимодействия.

— *Многие компании потеряли клиентов по причине их естественного ухода с рынка? Насколько масштабными оказались такие потери для Вашей компании?*

**Олег Кузьмин:** В относительных цифрах потери наши измеряются единицами процентов. Подчеркну, что за то же время нам удалось приобрести гораздо больше новых клиентов!

Нам удалось в очередной раз убедиться в том, что мы организовали сплоченную команду единомышленников. Не было никакой паники, никаких попыток ухода и поиска чего-то альтернативного. За 19 лет существования компании не было случая задержки зарплаты, обещанных премий и бонусов. Не было сокращений сотрудников, изменения структуры организации из-за неблагоприятных внешних условий. Разумная, консервативная политика развития дала свои плоды – мы сильны, твердо стоим на ногах, имеем солидный запас прочности, позволяющий пережить нелегкие времена.

— *Есть ли в «Инверсии» антикризисная программа обслуживания клиентов, программа антикризисных предложений?*

**Олег Кузьмин:** Ну, каков может быть основной посыл от клиентов в кризисное время? – Получить больше за меньшие деньги. А лучше – и вовсе бесплатно!.. Вот под эти требования и формировали антикризисные пакеты: скидки, рассрочки. Напомню, что наша работа с банком-партнером продаж АБС не заканчивается. Консалтинг, адаптация, внедрение, обучение, сопровождение. Срок эксплуатации АБС измеряется многими годами, и на протяжении всего этого времени компания и банк работают вместе как партнеры. Так что для нас каждый новый клиент – это выстраивание длительных отношений.

— *Доля рынка «Инверсии» сегодня какая?*

**Олег Кузьмин:** Продуктов у нас достаточно много, не каждый из них приобретает наш банк. По автоматизации основных видов деятельности мы держим 10–17% рынка. Это не наша оценка, а тех компаний, которые делают рейтинги. Поскольку цифры схожие, мы убеждаемся в реальности наших показателей.

Учитывая положительную динамику последних лет с точки зрения новых контрактов и некоторую стабильность числа банков, можно сделать вывод о положительной динамике нашего развития. Она есть, и в первую очередь эта динамика подтверждает качество наших продуктов, наших услуг. Мы гордимся нашими успехами!

