

Кобренд-карта в мобильном телефоне

2017-й год ознаменовался в России запуском и активным развитием кошельков ведущих производителей решений для рынка мобильных устройств. Использование Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay в качестве средств платежа выглядит если не естественным, то уже воспринимаемым кассиром без ужаса. Число банков, поддерживающих выпуск виртуальных карт в рамках мобильных кошельков, с каждым днем увеличивается. NFC-модуль, ранее устанавливавшийся только в премиальный сегмент смартфонов, уже присутствует и в бюджетных моделях. Постепенно и планомерно ведется обновление сетей терминалов и банкоматов новыми моделями, обеспечивающими прием бесконтактных карт, а значит, и мобильных кошельков. Тренд в сторону перевода банковских пластиковых карт в мобильные устройства на сегодняшний день очевиден, а прогнозы различаются только в оценке сроков окончательного вымирания пластиковых карт.

В параллельной реальности, но с тем же очевидным уклоном в сторону использования мобильных устройств, идет развитие систем лояльности. С учетом существенно меньших требований по безопасности, предъявляемых к картам лояльности, существующие технические решения по эмуляции карты лояльности в мобильном телефоне в большинстве своем сводятся к хранению или динамической генерации штрих- или QR кода. Хранение данных карт лояльности возможно как в рамках мобильного приложения конкретного ритейлера, так и, для простейших карт, в мобильных кошельках. Для добавления карты лояльности в мобильное устройство достаточно сфотографировать карту и, при наличии у программы лояльности сервиса личного кабинета, пройти необходимую авторизацию.



Павел Чернов
Технический директор
ООО «СКАНТЕК»

Вопрос о совместимости, или, точнее, совмещаемости, банковской карты и карты лояльности в одном мобильном устройстве для нас крайне актуален. Решения СКАНТЕК, включающие как терминальное ПО для приема банковских, топливных и лояльных карт, так и специализированные java апплеты, активно используются крупнейшими топливными компаниями России. Для больших сетей АЗС, как и для любого крупного ритейла, удобство клиента и скорость проведения транзакций — существенные критерии выбора технологического решения. Поэтому во всех нижеперечисленных проектах лояльности — «Клуб Лукойл», «Нам по Пути» компании ГазПромНефть, «Семейная Команда» компании Роснефть и BP Club — используются кобренд-карты, а операции оплаты с начислением баллов проходят по ним за одно предъявление карты терминалу. Нужно заметить, что все перечисленные программы лояльности предусматривают более тесное взаимодействие

торговой организации с клиентом, чем программы лояльности, работающие на принципах cash back; так, например, кобренд-карта в этих программах может быть использована и как обычная карта лояльности при оплате наличными. Данные по картам лояльности в перечисленных программах процессируются на отдельных небанковских серверах. Поддержка двух, фактически независимых, приложений на физических кобренд-картах в терминальном ПО потребовала от нашей компании существенных усилий, которые дали хороший результат. Теперь же встал вопрос о переносе данного технологического подхода на мобильные платформы.

Наличие доступа к NFC контроллеру в рамках ОС Android позволило нам реализовать решение по эмуляции карт лояльности в мобильном телефоне в рамках соответствующих мобильных приложений. Но не позволило решить задачу объединения двух операций в одно целое за одно предъявление устройства. Открытого доступа к NFC контроллеру для эмуляции карт в устройствах Apple по-прежнему нет, поэтому на платформе iOS и такая возможность была недоступна.

С радостью нужно признать, что стремление к использованию наиболее высокотехнологичных решений есть и у Apple, и у Google. В связи с этим техническая возможность по использованию NFC интерфейса для карт лояльности в рамках соответствующего мобильного кошелька открывается и в продуктах данных компаний. Согласно информации из открытых источников, Apple уже запустила в США подобные проекты. Аналогичное решение есть у компании Google. Мы поддержали его в рамках своих программных продуктов, поэтому далее расскажу подробнее про него.

Перед тем как переходить к деталям реализации интегрированного

NFC решения с картами лояльности и банковскими картами в рамках Android Pay, хотел бы обратить внимание на следующий важный технологический момент. Быстрый и в целом успешный запуск мобильных кошельков был во многом обусловлен готовностью терминальной инфраструктуры. С точки зрения взаимодействия с терминалом, мобильное устройство эмулирует интерфейс карточного приложения соответствующей платежной системы, поэтому ПО терминала дополнительно нуждалось лишь в поддержке режима «On Device CVM», который, в большинстве случаев, был реализован еще до запуска мобильных кошельков. Но если проведение транзакций является основным бизнесом платежных систем, то интересы ритейла, ведущего свои программы лояльности, не имеют необходимой технологической поддержки. Ни спецификации EMV, ни спецификации карточных приложений платежных систем не предусматривают штатного, с подтвержденной безопасностью, размещения данных лояльности на кобренд-картах. К слову говоря, именно поэтому мы были вынуждены разработать ряд специализированных аплетов, закрывающих данный пробел в использовании кобренд-карт¹. Попытка стандартизировать NFC интерфейс для работы с картами лояльности была предпринята ассоциацией операторов мобильной связи в 2015 году, когда сохранялась иллюзия того, что они смогут найти себе место в складывающейся экосистеме платежей с использованием мобильных устройств. Появление Apple Pay, Android Pay, Samsung Pay задало новый вектор развития. Но организационной структуры, обеспечивающей техническую стандартизацию протоколов взаимодействия виртуальной карты лояльности в мобильном кошельке с терминалом, до сих пор не создано. Поэтому каждый производитель решения разрабатывает свой собственный про-

¹ *Спесивцев А. В.* Кобренд с банком: выбираем оптимальный носитель для лояльности. Информационно-аналитический журнал ПЛАС № 5 (240) 2017 г.

токол. В случае интеграции с Android Pay в терминале должен быть поддержан протокол Google SmartTap.

Как же в результате это работает? Для того чтобы обеспечить возможность выполнения банковской и лояльной транзакции с использованием Android Pay «за один тап», нужно выполнить следующие технологические шаги:

- В процессинге лояльности поддерживать интерфейс Google — Save to Android Pay, обеспечивающий загрузку в Google данных лояльности; предполагается выполнение процедур, необходимых для загрузки в Android Pay данных существующих карт лояльности («sign in»), так и возможность выпуска новых виртуальных карт для новых клиентов («sign up»);



- В терминальном ПО реализовать поддержку протокола Google SmartTap с обработкой полученных данных лояльности в терминале или передачи их в кассу;

После подготовки технологической платформы мотивируем клиента на загрузку карты лояльности в Android Pay, как маркетинговыми программами, так и доступностью инструмента для загрузки на сайте программы, в самом Android Pay или по ссылке из push уведомления, активирующегося при оплате Android Pay в соответствующей торговой точке.

Существенными преимуществами мобильного кобрэнда относительно физической карты являются:

- Фактическое объединение карты лояльности с платежной картой любого банка (что не отменяет улучшения потребительских характеристик программы лояльности за счет начисления дополнительных баллов при оплате платежным приложением в случае наличия договоренности с соответствующим банком);

- Возможность активного и технологичного привлечения новых клиентов торговой сетью;

- Отсутствие накладных расходов со стороны банка на запуск подобного решения;

- Использование мобильной лояльности не только как средства хранения идентификатора лояльности, но и для распространения промоакций или подарочных карт.

Безусловно, использование всех этих возможностей требует более сложной интеграции терминального решения в инфраструктуру ритейлера. И именно этим путем мы идем в своих решениях. Терминальное приложение SmartEngine, используемое на более чем 15000 АЗС ведущих топливных компаний России, обеспечивает прием на одном устройстве банковских, лояльных, дисконтных и топливных карт различных платежных систем.

За 25-летнюю историю компании мы видим, что наиболее успешными являются комплексные проекты. Поэтому помимо терминального приложения с поддержкой протокола Google SmartTap мы предлагаем SDK, упрощающий интеграцию систем лояльности с сервисами Google.

Для небольших торговых сетей, желающих тем не менее быть на передовой технологических решений, мы подготовили мультиплатформенную библиотеку, которую можно интегрировать с кассовым решением и использовать для получения данных лояльности компактный ридер бесконтактных смарт-карт.

Данное решение будет впервые нами продемонстрировано в рамках IV Международного Форума NFC Live, который пройдет 21-22 ноября 2017 г. в Москве в Marriott Grand Hotel.