

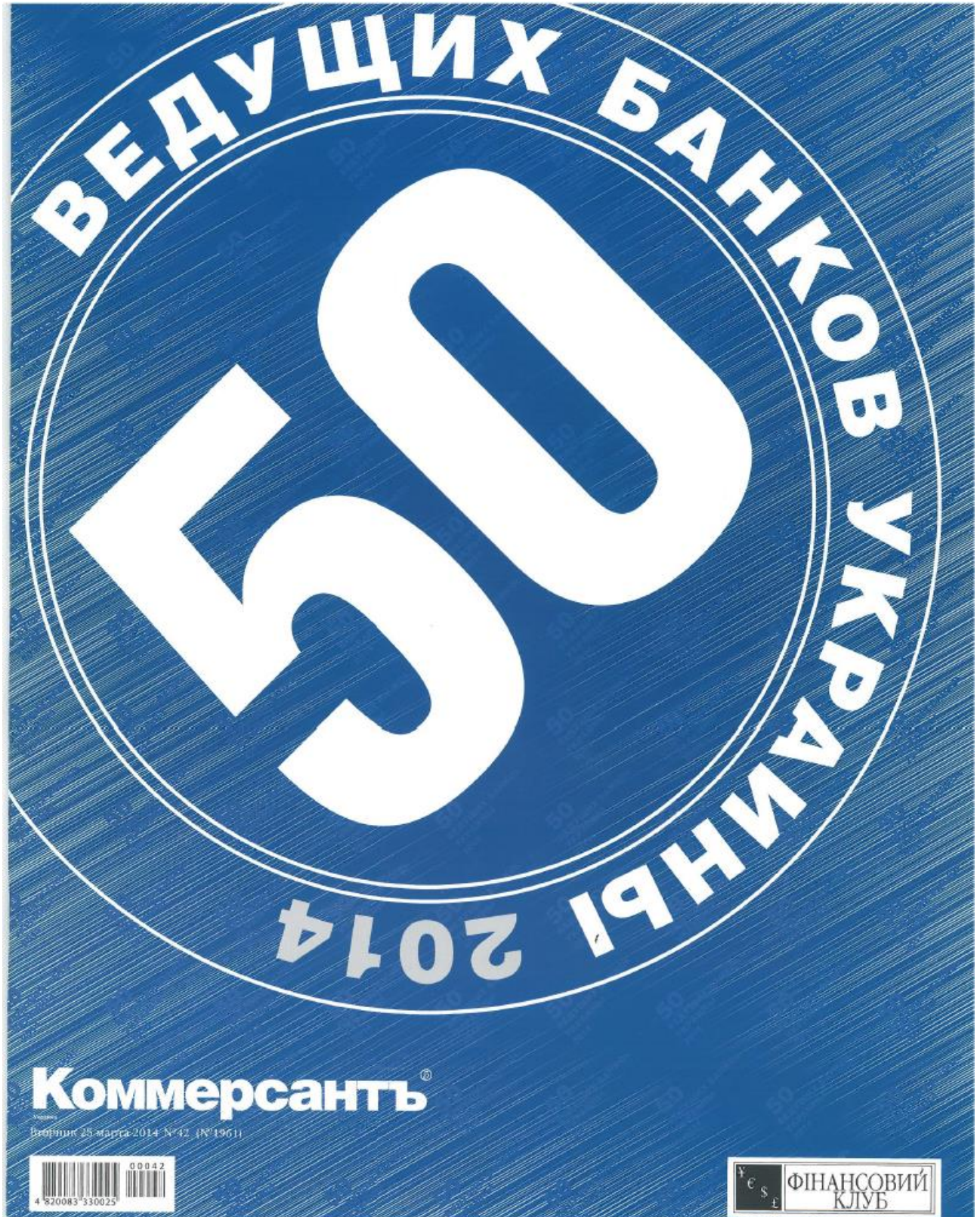
Комфортный максимум

Услуги для физлиц. Продукты и сервисы

Коммерсантъ, 25 марта 2014 года, №42 (№1961)

(Специальное издание «50 ведущих банков Украины 2014»)

(выдержка)



Комфортный максимум

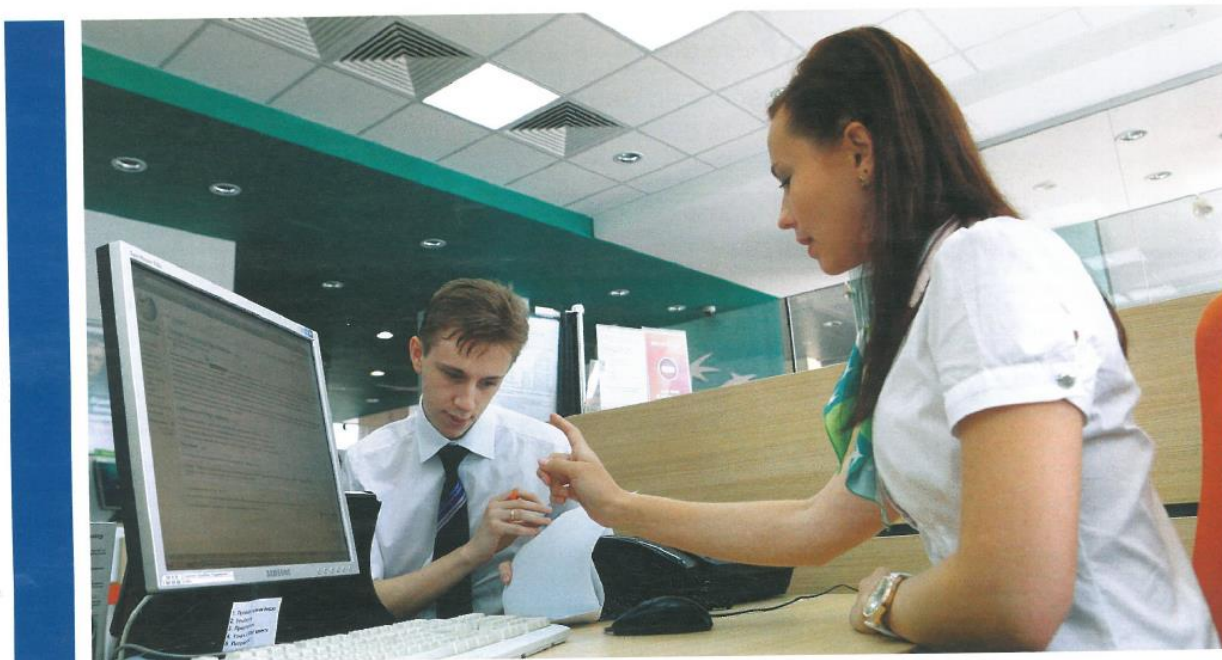
Услуги для физлиц. Продукты и сервисы

Коммерсантъ, 25 марта 2014 года, №42 (№1961)

(Специальное издание «50 ведущих банков Украины 2014»)

(выдержка)

УСЛУГИ ДЛЯ ФИЗЛИЦ ПРОДУКТЫ И СЕРВИСЫ



Комфортный максимум

В прошлом году банки активно развивали дистанционные каналы предоставления услуг, увеличивали сети терминалов самообслуживания, расширяли функционал услуги интернет-банкинга. При этом участники рынка отмечают, что банковские отделения по-прежнему остаются основным каналом привлечения клиентов, и именно непосредственный контакт с персоналом формирует лояльность пользователей услуг.

ВИКТОРИЯ РУДЕНКО

В прошлом году банки продолжили сокращать филиальные сети. Если в начале 2013 года, по данным Национального банка, в стране работало 19,38 тыс. банковских отделений, то к середине марта текущего года их количество составило 18,5 тыс. точек, что на 4,7% меньше. «Сокращение количества отделений — объективная тенденция последних лет не только в Украине, но и в мире. Это связано как с появлением новых каналов продаж и форматов взаимодействия с клиентами, так и убыточностью самих отделений. В каждом банке часть точек продаж всегда была убыточной, а развитие удаленных каналов обслуживания только усугубило проблему», — рассказывает директор по маркетинговым предложениям Фидобанка Владимир Буданов. «В прош-

лом году мы начали оптимизацию региональной сети, в основу которой было положено открытие отделений нового типа. Мы уходим от обслуживания только через кассовые окна, создаем институт универсальных отделений, менеджеров и кассиров», — говорит заместитель председателя правления Ощадбанка Антон Тютюн. В новых отделениях будут внедрены система электронных очередей, зоны самообслуживания и обслуживания VIP-клиентов.

Отделения нового формата появились также у УкрСиббанка и Фидобанка. «Наше отделение больше напоминает шоу-рум, где клиент может ознакомиться с продуктами группы, приобрести

небанковские товары и услуги, совершить операции на своем или банковском смартфоне или планшете», — перечисляет господин Буданов.

Отдельные кредитные учреждения, вопреки общему тренду, увеличивали филиальную сеть. Так, Сбербанк России открыл 50 новых точек. «Новые отделения, как правило, открывали банки, которые активно занимаются беззалоговым потребительским кредитованием и привлечением депозитов», — отмечает член правления Банка Кредит Днепр Елена Безуглая. Хотя даже в этих сегментах сейчас наблюдается тенденция к дистанционному привлечению клиентов, а также к привлечению клиентов при помощи мобильных банков.

Финансисты отмечают, что качество обслуживания физлиц не является сильной стороной отечественных кредитных

учреждений. «Во-первых, с рынка постепенно уходят западные банки с высокими стандартами обслуживания. Во-вторых, часто сотрудники отделений получают невысокую зарплату, что не позволяет привлечь на эти должности квалифицированных специалистов. В-третьих, сами клиенты пока не уделяют должного внимания вопросам качества обслуживания в банках», — констатирует Владимир Буданов.

В прошлом году все больше банков уделяли внимание изучению мнения клиентов о предоставленных услугах и уровне обслуживания. «Мы запустили новый проект, который позволит нам измерять качество обслуживания по всем каналам продаж банка и повлиять на его уровень», — рассказывает заместитель главы правления Сбербанка России Ирина Князева. Кроме того, все больше банков регулярно проводят тренинги для сотрудников по повыше-

Комфортный максимум

Услуги для физлиц. Продукты и сервисы

Коммерсантъ, 25 марта 2014 года, №42 (№1961)

(Специальное издание «50 ведущих банков Украины 2014»)

(выдержка)

УХОД ОТ РЕАЛЬНОСТИ

Особое внимание банки продолжили уделять удаленному банкингу — мобильному и интернет-банкингу. Так, закрепился на рынке Ощадбанк, запустивший интернет-банкинг только в конце декабря 2012 года (по состоянию на конец февраля к системе присоединилось более 100 тыс. пользователей).

В ОТП Банке подсчитали, что уровень проникновения интернет-банкинга среди существующих клиентов составляет порядка 50%, из них около 30% являются активными пользователями услуги. «Количество таких клиентов растет примерно на 30% в год», — отмечают в банке. «В прошлом году в нашем банке посредством интернет-банкинга было совершено количество операций, эквивалентное транзакционной нагрузке 40 средних касс», — говорит госпожа Безуглая. По данным ВТБ Банка, 70% всех онлайн-операций приходится на оплату коммунальных услуг и других регулярных услуг, перевод средств между счетами и пополнение мобильных телефонов.

В этом году банкиры планируют и дальше расширять перечень услуг интернет-банкинга. «Планируется внедрение переводов на свободные счета», — рассказывает господин Тютюн. В прошлом году Альфа-банк, например, запустил услугу перевода денежных средств с карты на карту по всей Украине. При этом карты отправителя и получателя денежного перевода не привязываются к платежной системе или определенному банку-эмитенту. Комиссия взимается с отправителя перевода и составляет 1% от суммы транзакции плюс 5 грн. Пока сумма перевода составляет 500 грн.

ДВА В ОДНОМ

В прошлом году банки также активно развивали кобрендинговые проекты. В частности, новые партнерские программы с «Международными авиалиниями Украины» и компанией Shell появились у ОТП Банка. Среди партнеров украинских банков, в частности, компания МТС, сети магазинов бытовой техники «Эльдорадо» и «Фокстрот», сеть магазинов детской одежды «Антошка».

С новым продуктом на рынок вышел банк «Восток», собственником которого является компания «Восток Капитал», входящая в «Фоззи Групп». Клиентам была предложена совместная кредитно-дебетная карта банка и сети магазинов «Сильпо».

В то же время банкиры признают, что кобрендинговые проекты с одним партнером зачастую неинтересны клиентам. Плюс далеко не всем удается успешно развивать мультибрендовые карты. Укрсоцбанк, например, в конце 2012 года запустил программу лояльности U-card. Но уже в конце прошлого года проект был закрыт. В кредитном учреждении официально заявили, что «закрывая этот проект, банк сосредоточит внимание на улучшении других существующих проектов в сегменте розничного бизнеса». Однако неофициально отмечают, что банку не удалось привлечь такое количество партнеров, чтобы сделать продукт выгодным и интересным для клиентов. Сейчас мультибрендовые программы лояльности развивают, в частности, Альфа-банк (MaxiCard), Фидобанк (Money) и ПриватБанк («Бонус Плюс»).

ПОБЕДИТЕЛИ В НОМИНАЦИИ «ЗАРПЛАТНЫЕ ПРОЕКТЫ»

МЕСТО В РЕЙТИНГЕ	БАНК	КОМИССИЯ ПРИ СНЯТИИ НАЛИЧНЫХ В БАНКОМАТАХ ЧУЖИХ БАНКОВ	РАЗМЕР МАКСИМАЛЬНОГО ОВЕРДРАФТА	СТАВКА ПО ОВЕРДРАФТУ, %
1	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	от 0% до 1,5% + 5 грн	до 3 зарплат клиента, но не более 50 000 грн	36%
2	ОЩАДБАНК	1,5%+5 грн. (по картам Master Card Debit - 0 или 3 грн)	до 6 зарплат клиента, но не более 30000 грн	24%
3	ПРИВАТБАНК	не взимается	100000 грн	---
4	СБЕРБАНК РОССИИ	не взимается	до 6 зарплат клиента	---
5	УКРСОЦБАНК	1,5% + 5 грн	до 1 зарплат клиента, но не более 50000 грн.	---
6	ОТП БАНК	по картам MasterCard Debit комиссия не взимается, по картам Visa — 1,25% + 4 грн, по картам MasterCard — 1,4% + 4 грн	60000 грн	33%
7	«НАДРА»	1,75% + 4,90 грн	50000 грн	12%
8	УКРЭКСИМБАНК	1,5% + 5 грн	до 5 зарплат клиента	36%
9	ВТБ БАНК	не взимается	до 3 зарплат клиента	26%
10	УКРГАЗБАНК	1,9% + 6 грн	до 5 зарплат клиента, но не более 40000 грн	25%

ИСТОЧНИК: ИССЛЕДОВАНИЕ «50 ВЕДУЩИХ БАНКОВ УКРАИНЫ»