

ДМИТРИЙ БРЕЙТЕНБИХЕР, СТАРШИЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ВТБ:



«Масштаб и возможности Группы ВТБ — катализатор опережающего развития бизнеса Private Banking»

Дмитрий, какие глобальные тренды, определяющие развитие рынка Private Banking, вы можете сегодня выделить?

— Сейчас можно выделить несколько тенденций. Во-первых, клиенты отдают предпочтение все более консервативным и понятным стратегиям инвестирования. Растет значимость индивидуального подхода и роли клиентского менеджера, так называемый relationship management. Это предопределяет потребность в глубокой экспертизе инвестиционных предложений для клиента.

В этой связи мы уделяем особое внимание развитию сервисной модели обслуживания в увязке с аналитикой и инвестиционными решениями от «ВТБ Капитала». То есть основным фокусом такой модели работы с клиентами являются контроль и мониторинг качества, показатели удержания и «выращивания» клиентов, а также целевая работа с рекомендациями. С другой стороны, важны регулярный анализ рынка и подготовка индивидуальных инвестиционных предложений в зависимости от текущего портфеля клиента.

Другой фактор — это огромный рост количества источников информации и увеличение скорости ее распространения за счет взрывного развития технологий.

— И как он влияет на рынок Private Banking?

— Информационные технологии и банковский бизнес сейчас неразрывно связаны друг с другом. Сейчас любая информация мгновенно становится доступна всему рынку. Причем важно не просто владеть информацией, а выбрать нужную. То есть отфильтровать через сито клиентских предпочтений и особенностей текущего портфеля тот продукт, который адекватно отвечает его потребностям и соотносится с текущей рыночной ситуацией. Кроме того, сейчас банки стали набирать огромные массивы персональных данных о своих клиентах. Автоматизация и обработка этих данных позволяют точно настраивать целевое предложение и вырабатывать правильную коммуникацию с каждым клиентом.

— А есть ли какие-то черты, характерные именно для российского рынка?

— Самое важное — это сам профиль клиента. В России значительная часть состоятельных клиентов активно участвует в управлении собственным бизнесом. Поэтому необходима увязка основного бизнеса клиента и его частного обслуживания. Хочу отметить, что благодаря эффективному взаимодействию с корпоративным блоком ВТБ более 40% новых клиентов Private Banking — это топ-менеджеры и акционеры компаний — корпоративных клиентов нашего банка.

Второе. Консолидация банковского сектора ведет к тому, что и структура рынка частного банковского обслуживания меняется. Часть игроков, преимущественно малых и средних банков, уходит с рынка. Поэтому происходит перераспределение части средств сегмента Private Banking в пользу крупных банков.

Сейчас (правда, радикально реже, чем годом ранее) получаешь информацию, что тот или иной крупный клиент хранил деньги в банке, у которого отозвали лицензию. Статистика наглядно демонстрирует, что общий объем вкладов физических лиц в таких банках кратно превышает объем, гарантированный АСВ. Это как раз и есть средства крупных вкладчиков. Поэтому для развития нашей индустрии Private Banking одним из ключевых факторов является надежность финансового института.

— Говоря о консолидации банковского рынка, нужно вспомнить об интеграции ВТБ и ВТБ 24, что это даст клиентам?

— Клиенты только выиграют от интеграции, поскольку получат не только возможность обслуживания в рамках объединенной инфраструктуры, но и лучшие продуктовые и сервисные практики обоих банков.

— Как определяете эти лучшие практики? Есть ли какая-то конкуренция?

— Сейчас идет большая работа по обмену опытом. Для нас интеграция — это повод, чтобы мы вместе посмотрели на общий бизнес и вместе сделали его больше.

— С учетом всех тенденций, которые влияют на рынок, какие еще ключевые точки роста для развития этого бизнеса вы видите?

— В частном обслуживании, на мой взгляд, наиболее перспективны с точки зрения ресурсотдачи и залога долгосрочного конкурентного преимущества три составляющие. Это технологии дистанционного обслуживания, работа с базами данных и кадры.

Актуальность дистанционного обслуживания связана с тем, что с развитием дистанционных сервисов потребности персонального посещения клиентом банка для осуществления формальных банковских процедур резко сокращаются. Ведь, как я уже сказал, колоссально выросла скорость распространения информации, сама скорость жизни. Ключевой фактор сейчас — это время.

В исследовании по рынку Private Banking компании Deloitte делается важный вывод, что уже через три-пять лет удобство и качество дистанционного обслуживания станут одним из ключевых критериев выбора банка наряду с репутацией и надежностью.

Поэтому развитие технологий дистанционного обслуживания — одна из главных тенденций как в части оперативного осуществления операций клиента, так и получения всей необходимой информации. Вне зависимости от времени суток и местонахождения клиента.

При этом информационная безопасность и конфиденциальность остаются основой дистанционного обслуживания. Для VIP-клиентов ВТБ предусмотрены технологии многоуровневой верификации и защиты информации.

Современные технологии позволяют обеспечить все требования к скорости и важности информации для клиента. Кроме того, нельзя забывать, что клиент сам является важнейшим источником информации, накапливая и анализируя которую, мы можем улучшать взаимодействие с ним.

— Помимо дистанционного обслуживания и технологий вы назвали еще два направления, в развитие которых нужно вкладывать, для развития Private Banking — работа с базами данных и кадры...

— Умение извлекать информацию из данных становится залогом конку-