

ВНЕДРЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ПОКУПОК

НЕСМОТЯ НА АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ УДАЛЕННЫХ КАНАЛОВ ДОСТУПА К БАНКОВСКИМ УСЛУГАМ, ОТКАЗАТЬСЯ ОТ ЖИВОГО КОНТАКТА МЕЖДУ КЛИЕНТАМИ И СОТРУДНИКАМИ БАНКА НЕВОЗМОЖНО. ОДНАКО НЕ СЛЕДУЕТ ДУМАТЬ, ЧТО НОВЫЕ РЕШЕНИЯ И ТЕХНОЛОГИИ НЕ ВНЕДРЯЮТСЯ В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ. В 2015 ГОДУ БАНК «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» ПРИСТУПИЛ К РЕАЛИЗАЦИИ МАСШТАБНОГО ПРОЕКТА ПО ИЗМЕНЕНИЮ ПРОСТРАНСТВА В ТОЧКАХ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ.

ДАРЬЯ СИМОНОВА

Эксперты говорят, что необходимость пересмотра формата офисов даже в таком консервативном бизнесе, как банковский, продиктована желанием завязать долгосрочные отношения с клиентом, вкусы и потребности которого стремительно меняются под влиянием технологий, моды, окружающей среды в целом. Долгосрочные отношения с клиентом — это гарантированное увеличение объемов продаж, поэтому одним из направлений по выстраиванию таких взаимоотношений является повышение эффективности банковских отделений.

Банк «Санкт-Петербург» уже давно и активно воплощает в жизнь проект развития электронной среды, которая вбирает в себя технические стороны процесса банковских операций, но которая, впрочем, не способна окончательно заменить физический контакт с консультантом банка.

Вполне понятно, что офис кредитной организации, как место живого общения между банковским сотрудником и клиентом, является важной точкой выстраивания взаимоотношений. Здесь важным является все — и локация точки обслуживания, и привлекательность внутреннего пространства, и то, как строятся отношения с посетителем, то есть насколько оперативно, четко, компетентно и доброжелательно сотрудник реагирует на запрос.

ПОТРЕБНОСТЬ В ОБНОВЛЕНИИ Сейчас сеть офисов в Петербурге раскинута по городу неравномерно, потому что она создавалась давно, и цели стояли тогда несколько иные. Офисы кредитной организации в основном расположены в центре города, а руководство банка ориентировано на развитие в спальных районах, чтобы быть ближе к тем 1,5 млн клиентов, с которыми сейчас сотрудничает банк «Санкт-Петербург».

Даже несмотря на то, что многие люди предпочитают личное общение с консультантом в вопросах, касающихся банковских операций, поход в банк для них — это стресс. В банке «Санкт-Петербург» уверены, что если удастся поменять отношение клиентов, убрать их боязнь задать лишний вопрос, то люди будут возвращаться в банк снова и снова.

Как ранее говорил первый заместитель председателя правления банка «Санкт-Петербург» Александр Конышков, банк намерен внедрить то, что пока не очень развито в России, а именно — культуру покупки, а не культуру продаж. «Я имею в виду, когда клиенту хочется у тебя что-то купить, а не когда ему что-то навязывают. Очень ценным является то, что клиента слышат, понимают его потребности и предлагают тот продукт, ко-



В НОВЫХ ОФИСАХ БАНКА «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» МНОГО ОТКРЫТОГО ПРОСТРАНСТВА, НО ПРИ ЭТОМ СОХРАНЕНА ВАЖНАЯ ДЛЯ КЛИЕНТОВ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ

торый ему нужен», — говорил господин Конышков.

Приглашенными консультантами стали специалисты-дизайнеры английской компании I Am Associates Limited, которые помогли организовать внутреннее пространство, навигацию, а также перестроить культуру обслуживания.

В частности, было изменено зонирование офисов банка. В рамках новой концепции отделение офиса делится на несколько операционных зон. Первая зона, которая находится у входа, — «24 часа», в ней клиент может сделать все самостоятельно. Далее идет зона быстрых операций, там клиент задерживается на несколько минут. А в глубине офиса находится зона длинных операций.

По словам господина Конышкова, вторая, и может быть главная, концептуальная новация заключается в том, что сотрудников в офисе должно быть больше, чем столов. «Это значит, что в зонах „24 часа“ или быстрого обслуживания клиента будут встречать, помогать ему сориентироваться, сопровождать его к менеджеру, который поможет ему решить конкретную задачу. Немаловажный момент: здесь должны работать самые опытные сотрудники, потому что именно они могут быстро и качественно определить потребность клиента. В западных банках такие функции нередко выполняет лично директор офиса. Он не стоит около двери, но его рабочее место

перемещается в клиентскую зону. Он видит все, что происходит, и в случае необходимости может выйти и оперативно решить вопрос. Некоторые офисы нашего филиала „Европейский“ уже работают по такому принципу. Это можно сравнить с хорошей гостиницей, когда вы обращаетесь с вопросами, а сотрудник на ресепшене решает все вопросы сам. Общие принципы сферы обслуживания можно реализовать и в банке. Нужно понимать, что у каждого клиента есть свои ожидания, и если уровень обслуживания будет выше ожиданий, то он обязательно вернется», — рассказывает господин Конышков.

ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ В ближайшие два года банк «Санкт-Петербург» намерен открыть 20 офисов в новом формате, и на данный момент уже было запущено несколько отделений в рамках свежей концепции.

В частности, в феврале 2015 года в рамках новой стратегии развития сети был открыт офис на Ленинском проспекте, 125, который называется «На Ленинском», расположен он рядом со станцией метро. Ранее банк «Санкт-Петербург» не был представлен в этом районе.

Офис является универсальным, он предлагает полный спектр банковских услуг и имеет единую линию обслуживания частных и корпоративных клиентов. Кроме того, сотрудники офиса

оказывают клиентам услуги по стандарту Premium. Дизайнеры I Am Associates Limited, которые разработали новое современное пространство, «поиграли» с зонами, но сохранили при этом принцип конфиденциальности клиентов.

По словам Александра Конышкова, в новом офисе воплощены те концептуальные решения, которые планируется использовать при дальнейшем развитии сети. В частности, офис «На Ленинском» оснащен зоной самообслуживания «24 часа», где установлены банкомат с функцией cash-in и электронный киоск.

В конце июля 2015 года банк «Санкт-Петербург» запустил на Лиговском проспекте, 140, дополнительный офис нового формата «Лиговский». Пространство этого отделения также зонировано: на входе расположена расширенная круглосуточная зона обслуживания, основная часть помещения делится на зону операционного обслуживания (быстрых операций), клиентскую (зону длинных операций) и кассовую; между ними — зона ожидания. Индивидуальное обслуживание клиентов проводится отдельно, в удалении от основных зон офиса: к услугам VIP-клиентов — зона Premium, а для проведения конфиденциальных переговоров оборудована специальная комната.

Ранее мы говорили о том, что банк активно развивает электронную среду. В новых офисах была внедрена не только концепция разделения пространства на четкие зоны, но и было принято решение оснастить помещения различными гаджетами и оргтехникой. В частности, в отделении «Лиговский» все рабочие места сотрудников обеспечены компьютерной техникой. Два из них имеют операционно-кассовый функционал: система «Электронный кассир» позволяет обслуживать клиентов в режиме «одного окна». Речь идет о том, что клиент может как оформить банковский продукт, так и произвести кассовую операцию. В зоне ожидания был размещен интерактивный дисплей, который оформлен в виде стола. На самом деле он представляет собой что-то вроде большого планшета, на котором могут работать сразу несколько человек. Решение разместить подобный девайс имеет несколько целей. Во-первых, клиенты смогут занять время, пока ожидают свою очередь, а во-вторых, они могут самостоятельно ознакомиться с основными продуктами банка, поскольку на этом дисплее размещена краткая информация об услугах для частных и корпоративных клиентов и о банке в целом.

Повышая свою клиентоориентированность, банк также оборудовал в отделении «Лиговский» детский уголок для маленьких посетителей. ■