

# «УДОБНАЯ КАРТА НАДЕЖНОГО БАНКА ЕЩЕ НИКОМУ В ДОРОГЕ НЕ МЕШАЛА»

О ТОМ, ЧЕМ СЕГОДНЯ ЖИВЕТ ОДИН ИЗ САМЫХ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ БАНКОВ РОССИИ, КОРРЕСПОНДЕНТ REVIEW БЕСЕДУЕТ С ПЕРВЫМ ЗАМЕСТИТЕЛЕМ ПРЕЗИДЕНТА — ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ ПОЧТА БАНКА ГЕОРГИЕМ ГОРШКОВЫМ.

**REVIEW:** Давайте сначала поговорим о стратегии развития Почта Банка, о текущих и новых клиентах.

**ГЕОРГИЙ ГОРШКОВ:** Начну с предыстории. Лето Банк, который является предшественником Почта Банка, с самого начала создавался группой ВТБ как банк для работы с массовым и нижнемассовым сегментами, то есть с широким кругом потребителей.

Сегодня целевая аудитория Почта Банка — это и массовый сегмент, и молодежь, и пенсионеры. Доля пенсионеров в перспективе может составить до трети клиентской базы, объем которой, согласно стратегии развития, к 2023 году составит 21 млн человек. Мы предоставляем им базовые банковские сервисы — возможность получить бесплатную дебетовую карту, сделать вклад или перевод, получить кредит или кредитную карту, развиваем продуктовую линейку, исходя из их потребностей.

Молодежь и покупатели интернет-магазинов тоже наш фокус: для них разработаны разные решения. Например, удобный мобильный банк и «Пакет онлайн-покупателя», с помощью которого клиенту при оплате товаров в сети одной из карт Почта Банка будет компенсирована стоимость ремонта или обратной доставки товара отправителю в случае, если его не устроит качество покупки.

Мы видим существенный интерес разных клиентских сегментов к кредитной карте «Элемент 120» с лимитом до 500 тыс. руб. и уникальным для российского рынка возобновляемым 120-дневным беспроцентным периодом. Кроме того, Почта Банк уже развивает зарплатный проект, который позволит нам охватить и дополнительно привлечь представителей других сегментов. Но фокус банка останется неизменным — это массовый сегмент и пенсионеры.

У нас сейчас 3 млн клиентов. Ежедневно услугами «Почты России» в 42 тыс. почтовых отделений пользуются в среднем 2,5 млн россиян, через семь лет мы будем представлены в 22 тыс. отделений, и надеемся, что клиенты «Почты» оценят наши предложения и доступность.

**R:** При создании Почта Банка на какие зарубежные кейсы вы ориентировались?

**Г. Г.:** Мы проанализировали иностранный опыт, оценили причины успехов и неудач зарубежных почтовых банков, чтобы не повторять их ошибки. Перед запуском Почта Банка мы изучили работу японского, китайского, итальянского, французского и немецкого почтовых банков. Не так давно вернулись из Китая.

Модель Японского почтового банка оказалась крайне интересной. Это крупнейший депозитный банк мира, он охватывает всю страну (более 20 тыс. отделений), а его банкоматная сеть оснащена преимущественно банкоматами с технологией замкнутого оборота наличных средств (cash recycling). У нас не было и нет задачи копировать этот опыт, но посетив Японский почтовый банк с дружественным визитом, мы поняли, что создаем в России похожий проект, увеличенный на масштаб страны.

При этом мы не будем, в отличие от японских коллег, концентрироваться преимущественно на вкладах. Мы хотим, чтобы и кредитная, и депозитная составляющие

**ЛИНЕЙКА ВКЛАДОВ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ТРИ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯ — ДОЛГОСРОЧНЫЙ ДЕПОЗИТ «КАПИТАЛЬНЫЙ» С МАКСИМАЛЬНОЙ СТАВКОЙ ДО 9%, ПОПОЛНЯЕМЫЙ ВКЛАД «НАКОПИТЕЛЬНЫЙ» (8,56%) И ДЕПОЗИТ С ЕЖЕМЕСЯЧНОЙ ВЫПЛАТОЙ ПРОЦЕНТОВ «ДОХОДНЫЙ» (8,5%)**



ФОТО: ПОЧТА БАНК

бизнеса развивались в равной мере и гармонично дополняли друг друга.

**R:** Акционером Лето Банка был банк ВТБ 24. После того как образовался Почта Банк, у вас появился второй акционер — «Почта России», через дочернюю компанию. Как теперь выстраиваются отношения?

**Г. Г.:** Акционеры участвуют в заседаниях наблюдательного совета, председателем которого является министр связи и массовых коммуникаций РФ Николай Никифоров. В ходе заседаний набсовета принимаются ключевые решения в жизни банка. Недавно наблюдательным советом была утверждена стратегия развития до 2023 года.

Если говорить в целом, мы обсуждаем с акционерами вопросы, которые связаны с коммерческими результатами банка, проектной работой, развертыванием региональной сети. В остальном оперативное управление банком осуществляет правление во главе с президентом — председателем правления банка Дмитрием Руденко.

**R:** Банков сегодня немало. Как вы планируете с ними конкурировать?

**Г. Г.:** У Почта Банка несколько преимуществ по сравнению с другими игроками рынка. Во-первых, это низкокзатрат-

ная модель, которая позволяет нам открывать по десять точек в день на базе отделений «Почты России» без затрат на аренду и ремонт офисных помещений. Нам достаточно обустроить одно-два окна с сотрудником банка и установить в отделении банкомат или обучить сотрудников «Почты» оказанию финансовых услуг. Во-вторых, это доступ к почтовой сети, которая насчитывает 42 тыс. отделений и является самой большой в стране. Это позволяет нам быть в шаговой доступности от клиента. В-третьих, мы не устанавливаем стандартных бронированных касс: все расчетные транзакции, включая выдачу и погашение кредитов, переведены на банкоматы с функцией cash recycling. Все это позволяет нам эффективно управлять расходами и предлагать клиентам привлекательные ставки по продуктам.

Что касается конкурентов, то мы не делим их на основных и неосновных. И так понятно, что это крупнейшие государственные и частные банки, активные участники розничного рынка.

**R:** На какие банковские продукты делаете ставку сегодня?

**Г. Г.:** Мы развиваем продуктовую линейку исходя из нескольких принципов. В первую очередь это простота и практичность. Кредитные договоры Почта Банка не содержат скрытых условий, мелкого шрифта и сносок, которые делают любой банковский договор нечитаемым и непрозрачным. Практичность тоже очень важный принцип. У нас лаконичная, но в то же время емкая продуктовая линейка, состоящая из базовых банковских сервисов, способных пригодиться практически в любой жизненной ситуации.

Клиентам банка доступны сберегательные счета, вклады, широкий спектр кредитных продуктов, кредитные карты, платежи и переводы, мобильный и интернет-банк. Мы стремимся к тому, чтобы каждый наш продукт имел преимущество по сравнению с рыночными аналогами.

Наш базовый продукт — это сберегательный счет с начислением до 8% годовых на остаток. Он объединил в себе надежность вклада, удобство текущего и доходность накопительного счета. Счет оформляется бесплатно при первом обращении клиента в банк. К нему бесплатно выпускается (и обслуживается на протяжении всего срока действия) неименная пластиковая карта, ко-

торую можно использовать как для получения зарплаты и пенсии, так и для оплаты покупок.

Флагманские продукты Почта Банка — кредит наличными «Первый почтовый» и кредитная карта «Элемент 120».

Кредит «Первый почтовый» с лимитом до 1 млн руб. и ставкой от 16,9% годовых дает нашим клиентам, соблюдающим платежную дисциплину, возможность пересчитывать кредит в конце срока действия договора по ставке 14,9%. Эта услуга называется «Гарантированная ставка». Вы погашаете кредит не менее чем 12 ежемесячными платежами без просрочек, и после этого разница между изначально одобренной ставкой и ставкой 14,9% перечисляется на сберегательный счет. На сегодняшний день с момента запуска услуги мы вернули около 650 млн руб.

О кредитной карте я уже рассказывал выше — она пока не имеет аналогов на рынке и обладает возобновляемым 120-дневным грейс-периодом и лимитом до 500 тыс. руб.

Также Почта Банк активно развивает депозитный портфель. Линейка вкладов включает в себя три наиболее популярных предложения — долгосрочный депозит «Капитальный» с максимальной ставкой до 9%, пополняемый вклад «Накопительный» (8,56%) и депозит с ежемесячной выплатой процентов «Доходный» (8,5%).

**R:** Вы говорите, что Почта Банк станет digital-банком. Как вы развиваете этот канал?

**Г. Г.:** Дистанционные каналы развиваются очень динамично, и со временем большая часть типовых операций, например коммунальные платежи, перейдут в дистанционный режим. Однако физического контакта с банком они не заменят, особенно в небольших городах: сюда технологии проникают медленнее, чем в мегаполисы, все друг друга знают, и соседское чувство локтя по-прежнему имеет большое значение. Кроме того, есть законодательные ограничения: перед тем как полностью уйти в онлайн, клиент должен подписать договор, а для этого, как ни крути, нужно посетить офис банка для заключения договора.

Почта Банк стремится стать диджитал-банком с крупнейшей в стране розничной сетью, поэтому мы вкладываем значительные средства в развитие собственной технологической платформы, живем по принципу mobile first. Будущее за смартфонами, и мы это прекрасно понимаем. Мобильное приложение Почта Банка уже вошло в топ-3 лучших мобильных банков России для iOS и в топ-5 для Android по версии агентства Marksworld. Развивается интернет-банк, а сеть банкоматов в перспективе семи лет вырастет до 8 тыс. устройств.

**R:** Вы так масштабно развиваетесь, что закономерен вопрос: где вы берете столько квалифицированных сотрудников?

**Г. Г.:** Действительно, за год число собственных сотрудников выросло почти на 3 тыс. человек, сейчас нас уже более 10 тыс. Квалифицированных кадров на рынке хватает. Для развития окон продаж с почтовыми сотрудниками вместе с коллегами из «Почты России» мы создали систему обучения, после прохождения которого им дается доступ к работе с банковскими приложениями и банковскими продуктами. Использование онлайн-курсов позволяет значительно снизить затраты на корпоративное обучение.

**R:** Почему Почта Банк поддерживает премию «Авто года»?

**Г. Г.:** Ответ прост. Мы ориентируемся на нужды и потребности наших клиентов. Многие наши клиенты — заядлые автомобилисты. И несмотря на то что одним из лидеров автокредитования является другой банк группы ВТБ — ВТБ 24, мы считаем, что удобная расчетная или кредитная карта надежного банка еще никому в дороге не мешала.

Интервью взял АЛЕКСЕЙ АЛЕКСЕЕВ



ФОТО: ПОЧТА БАНК

БАНКОМАТЫ ПОЧТА-БАНКА ПРЕДЛАГАЮТ ШИРОКИЙ СПЕКТР УСЛУГ



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА