

ПЕТР КАССИН

13%. С учетом того что в совокупности вся система выросла на 550 млрд руб., а мы привлекли 340 млрд, получается, что группа ВТБ обеспечила больше половины прироста рынка. И по итогам этого года мы хотим получить прирост на 20%. Это вполне реалистично.

По кредитному бизнесу розница группы вместе с Почта Банком выросла на 11,6%, или на 245 млрд руб. Здесь мы также по динамике растем быстрее рынка (+7,9%). По итогам года мы ориентируемся на 20-процентный прирост.

— За счет чего был такой приток в депозитах? Это новые или существующие клиенты?

— Это и новые, и уже существующие клиенты, в том числе новые зарплатные. Сейчас практически все физлица так или иначе вовлечены в банковский бизнес. У всех есть либо счета, либо карточки, либо депозиты, либо кредиты. Единственный источник новых клиентов — это молодые люди, которые заканчивают школы, институты. В этом смысле прирастать за счет новых клиентов на нашем рынке сложно. Свободных фактически нет.

Конкуренция банков в основном идет за увеличение доли кошелька клиентов. Мы стремимся к тому, чтобы карта ВТБ стала основной для клиента и все текущие расходы и траты он проводил через наш банк. И у нас это получается. В этом году мы изменили фокус нашего продуктового предложения.

Мы запустили накопительные счета, которые позволяют переводить на них через мобильный банк любые свободные средства и получать дополнительную доходность. А если нужно вернуть деньги на карту с накопительного счета — это можно сделать в один клик.

Это своего рода ежедневный банкинг, с помощью которого мы объясняем и показываем, каким должно быть самое экономически выгодное поведение для работающего человека. Поэтому у нас хороший прирост не только в депозитах, но и прежде всего в средствах граждан на накопительных счетах. За девять месяцев на 300 тыс. человек увеличилось число активных клиентов. Люди осознают преимущества такой модели банковского обслуживания и начинают активно пользоваться ею.

Например, «Мультикарта», которую мы запустили этим летом. Вы можете пользоваться кредитными средствами, грейс-период до 50 дней предоставляется бесплатно, и в течение этого периода вам выгодно держать деньги на накопительном счете и получать хороший процент на остаток. И когда подходит время закрывать траты из кредитного лимита, вы просто перебрасываете деньги с накопительного счета, закрыв задолженность. Это поведение рационально, оно позволяет людям извлекать выгоду из сотрудничества с банком. Вы получаете двойную выгоду — проценты на накопительном счете плюс кэшбэк, мили и баллы за вашу трансакционную активность по кредитной карте. А по отдельным видам расходов мы возвращаем до 10% «живыми» деньгами.

«Мы сможем экономить на административно-управленческих расходах порядка 15 млрд руб. в год»

— Вы сказали, что в январе 2018 года предложите клиентам обновленную линейку продуктов. Что это будет?

— Глобально мы работаем по трем моделям обслуживания: у нас есть продукты для массовой розницы, для клиентов категории «Привилегия» и «Прайм», это сегмент Private Banking. Причем они распределены практически равномерно — из 3 трлн руб. средств физлиц группы ВТБ по 1 трлн в банке хранят клиенты каждого сегмента.

Обновленное предложение в январе увидят клиенты сегмента «Привилегия». Их у нас 450 тыс.— это люди с зарплатой от 100 тыс. руб. и выше. Для них мы хотим сделать лучшее предложение на рынке на базе «Мультикарты», о которой я уже говорил.

Для массовой розницы мы тоже обдумываем интересные программы сбережений. Все-таки традиционно мы ориентировались на состоятельную клиентуру. Но появляются новые технологии, развиваются дистанционные каналы, плюс в целом банковский потребитель молодеет, поэтому мы расширяем свой интерес и на клиентов нижнемассового сегмента.

— Вы говорите, что привлекли больше половины средств частных