

ЧТОБЫ ПОДДЕРЖИВАТЬ ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА, НУЖНО РАБОТАТЬ НАД СЕРВИСОМ

НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ КРЕДИТНЫХ КАРТ И КРЕДИТОВ НАЛИЧНЫМИ АЛЬФА-БАНКА НИКОЛАЙ ВОЛОСЕВИЧ



Какие основные тренды наблюдаются на рынке розничного кредитования сегодня?

— Я бы сказал, уверенный рост. За 2017 год розничный портфель российской банковской системы показал существенный прирост — более 12,7%, достигнув объема в 12,2 трлн руб. Таким образом, мы наблюдаем восстановление банковского сектора после стагнации предыдущих лет. К примеру, за 2016 год совокупный портфель кредитов российских банков физлицам вырос всего на 1,1%. По итогам апреля 2018 года за 12 месяцев рынок розничного кредитования вырос на 17%. При этом Альфа-банк вырос относительно рынка на 55%. И это не случайный рост, а стабильный тренд. Наша команда серьезно сосредоточена на развитии кредитного бизнеса. И мы считаем, что показанный рост — это не предел, видим наш потенциал и понимаем, что можно улучшить для клиента, чтобы его выбор был в пользу Альфа-банка.

— Рынок розничного кредитования в чем-то можно сравнить с рынком розничной торговли: задача — завоевать лояльность клиента. Ритейлеры часто проводят акции, спецпредложения, а банки?

— Действительно, в ритейле классическая практика, когда для стимулирования спроса и потока клиентов проводятся отдельные фокусные рекламные акции, направленные на привлечение трафика. Банковский бизнес в части розничного кредитования не слишком сильно отличается от ритейла. И в настоящий момент Альфа-банк также реализует отдельные акции, направленные на стимулирование спроса на наши продукты. Сейчас проходит чемпионат мира по футболу FIFA 2018, где Альфа-банк выступает официальным спонсором. В рамках поддержки данного мероприятия мы проводим рекламную кампанию по предложению нашим клиентам чемпионской ставки по кредитам наличными 10,99%. Данное предложение ограничено — действует до конца июля. Это одно из уникальных предложений на рынке.

— Кредитные карты традиционно являются сильным направлением розничного бизнеса Альфа-банка. Казалось бы, в этом сегменте все уже придумано, как вы намерены конкурировать за клиентов дальше?

— Рынок кредитных карт достаточно насыщен, здесь просто процентной ставкой не победить. Клиенты сейчас очень требовательны к качеству сервиса, предоставляемого банками, и если мы хотим, а мы хотим на этом рынке стать лидером, то должны ставить перед собой задачу улучшения качества сервисов, предоставляемых клиенту. В первую очередь — развитие удаленных каналов предоставления услуг, внедрение новых digital-технологий.

Мы четко понимаем: чтобы поддерживать дальше высокие темпы роста на этом конкурентном рынке, нужно работать над созданием очень хорошего сервиса. И здесь есть две очень важные составляющие — скорость, простота получения продукта и простота его использования. Например, наши действующие клиенты уже сейчас «в пару кликов» могут получить в мобильном банке именную кредитную карту. И это будет полноценное средство платежа, которым можно расплачиваться с использованием телефона на всех терминалах, имеющих возможность бесконтактной оплаты PayWave или PayPass. То есть на то, чтобы получить полноценную кредитку, уйдет всего минута с момента возникновения желания заказать такую карту. В последующем мы, конечно же, можем доставить физически пластик курьером. И это тоже очень важно, клиенты должны минимально тратить свое личное время на рутинные операции.

При этом сервис должен быть подкреплен еще очень интересным продуктом. На сегодняшний день Альфа-банк предлагает уникальный на рынке честный 100-дневный льготный беспроцентный период (грасе-период), не предоставляемый никаким другим банком. Грейс — период возобновляемый и исчисляется с момента операции по карте.

Мы усиливаем наше предложение новыми опциями, отсутствующими у наших конкурентов. Например, мы предлагаем клиентам возможность снять в льготный период времени до 50 тыс. руб. без комиссии. Что очень удобно клиентам. То есть наш грасе-период действует и в случае покупок, и в случае снятия наличных. Как следствие, мы видим результаты в нашей растущей доле на рынке. Рынок в целом год к году по итогам апреля вырос на 13%, в то время как мы показали рост в сегменте кредитных карт 48%, и это не предел.

— Сейчас на рынке огромный выбор карт с разными опциями, как сделать правильный выбор?

— В принципе карты делятся на две основные категории. Это либо обычный пластик, который позволяет совершать расчеты, либо это карта с дополнительными преимуществами. Таковыми как, например, всем известное понятие «кэшбэк». Когда вы, пользуясь своей картой, ежемесячно на следующий месяц получаете на счет определенный процент от ваших трат. Например, у нас одно тоже из уникальных предложений — мы предлагаем до 10% кэшбэка по нашим как кредитным, так и дебетовым картам. Это по покупкам, совершенным, например, на АЗС, 5% в ресторанах и 1%