

# АЛЬФА-БАНК ВЗГЛЯНУЛ НА РОЗНИЦУ ПОД ДРУГИМ УГЛОМ

Альфа-банк пересмотрел подходы к розничному бизнесу. Банк решил почти полностью перезапустить процессы и продукты и сконцентрировался на приоритетных для себя направлениях. Задача не из простых: в рознице традиционно высокая конкуренция, причем не только со стороны частных, но и государственных игроков. На вопросы «Денег» о том, как проходит трансформация банка, ответил руководитель блока «Розничный бизнес» Альфа-банка Майкл Тач.



ЭМИН ДЖАФАРОВ



Мы очень активно развиваемся по всем ключевым направлениям. Наш кредитный портфель вырос за последние десять месяцев на 63%, что в три раза опережает темпы роста рынка. Привлечение средств выросло за этот период на 33%. Больше 55% клиентов ежемесячно пользуются удаленными каналами и совершают свои ежедневные операции в мобильном приложении банка. Всего год назад мы предложили клиентам ипотеку и к сегодняшнему дню закрепились в топ-15 рынка по объему выдачи. Наш флагманский продукт кредитная карта «100 дней без %» и карта для путешественников АльфаTravel признаны лучшими на рынке по версии FRG. Весь этот год мы очень активно развиваем онлайн-каналы. Как итог — продажи карт в онлайн-каналах увеличились в 2,5 раза. Мы значительно упростили процессы и продукты, теперь клиент может оформить большинство продуктов в банке, например карту или кредит наличными, всего за пару кликов. И потом самостоятельно пользоваться в приложении без каких-либо дополнительных походов в отделение или звонков в центр поддержки клиентов. Упростили линейку дебетовых карт в конце прошлого месяца и видим очень хороший отклик. Этим и продолжим заниматься в 2019 году. Мы совершили значительный рывок в этом году

и будем и дальше развиваться», — отмечает руководитель блока «Розничный бизнес» Альфа-банка Майкл Тач.

## Стратегический план

В стратегии банка увеличить долю розницы в бизнесе. Банк нацелен на рост доли в кредитовании. Банк сфокусируется на росте ключевых сегментов кредитования: кредитных карт, кредитов наличными и ипотеки. Кроме того, предстоит увеличить долю на рынке привлечения средств. Банк сделал ставку на развитие розницы через омниканальность. Поэтому во всех сегментах рост должен