

«НАША ЗАДАЧА — ПРЕДВИДЕТЬ, ЧТО ПОНАДОБИТСЯ КЛИЕНТУ ЗАВТРА, ЧТОБЫ ПРЕДЛОЖИТЬ ЕМУ ЭТО СЕГОДНЯ»

На сегмент mass affluent сейчас приходится примерно 1,5 млн человек по всей России, или около 1% населения страны, но для банковского сектора это одна из самых привлекательных и перспективных категорий клиентов. И это легко объяснимо. Обладая достаточно высоким уровнем финансовой грамотности, желанием не только сохранить свои сбережения, но и приумножить их, через определенное время они переходят на следующий уровень — private banking. О том, что Московский кредитный банк (МКБ) может предложить таким клиентам, число которых в следующем году он планирует увеличить в два раза, а также почему они не только предъявляют высокие требования к уровню банковского сервиса и конфиденциальности в обслуживании, но и все больше внимания уделяют благотворительности, в интервью «Деньгам» рассказал заместитель председателя правления МКБ Алексей Косяков.



Согласно исследованиям, сегмент mass affluent — один из самых привлекательных для банковского сектора, и МКБ не исключение. Однако единого стандарта для его определения в России не существует. Кого вы относите к этой категории клиентов?

— Обычно клиентская база при делении по доходу выглядит как пирамида: чем состоятельнее сегмент — тем меньше в нем клиентов. Mass affluent переводят как «верхнемассовый сегмент» — МКБ здесь не исключение. А вот где середина переходит в «верх», каждый определяет по-разному. Для нас клиент «верхнемассового» сегмента имеет стабильный доход от 300 тыс. руб. в месяц и крупные накопления — от 2 млн руб.

— Можете описать портрет таких клиентов подробнее?

— Такие клиенты предъявляют высокие требования к уровню банковского сервиса и конфиденциальности в обслуживании, мобильны, регулярно изучают предложения банков и других финансовых организаций и стараются извлекать максимальную выгоду из взаимодействия с банком. Видя такой подход со стороны клиентов, мы обновляем продуктовую линейку, чтобы идти в ногу со временем.

— Какую долю российского рынка занимают клиенты категории mass affluent?

— Согласно официальной статистике, таких клиентов около 1% населения, то есть примерно 1,5 млн человек по всей России. Категория не такая уж большая, но очень интересная. Представителей этой категории выделяет достаточно высокий уровень финансовой грамотности, а также желание не только сохранить свои денежные средства, но и приумножить их. И при грамотном

управлении личными финансами через некоторое время такие клиенты переходят на следующий уровень — private banking. Задача банка — помочь им управлять деньгами так, чтобы такой переход состоялся.

— Можно ли утверждать, что по своему финансовому поведению клиенты mass affluent ближе к клиентам private banking, чем к обычному среднему сегменту?

— Совершенно верно, у них действительно много общего. Так, представители обеих категорий значительное время проводят за рубежом, в том числе в рабочих поездках и путешествиях, ведут активный образ жизни. Они ориентированы на комплексное управление собственными средствами, семейное обслуживание — family office.

— Расскажите подробнее о вашей продуктовой линейке для клиентов mass affluent.

— МКБ учитывает потребности клиентов и предлагает продукты, позволяющие успешно решать их ежедневные проблемы, — от повышенных ставок по накопительным продуктам и отсутствия комиссий по повседневным операциям до персонального обслуживания и индивидуальных программ страхования в путешествиях

«Мы предлагаем нашим клиентам премиальные карты разных категорий наиболее популярных платежных систем, позволяющих использовать максимальное количество преференций»