АЛЕКСЕЙ ПОПОВИЧ

Алексей Попович, первый вице-президент Газпромбанка. Родился 12 сентября 1987 года.
В 2008 году окончил Академию бюджета и казначейства Министерства финансов РФ.
2016–2017 годы — Московская школа управления «Сколково», Executive MBA.
2014–2017 годы — занимал руководящие позиции в банках «ФК Открытие», «Траст» и Росгосстрахбанк.
Ноябрь 2017 года — февраль 2018 года — старший вице-президент, глава розничного блока, член правления банка «Российский капитал».
В августе 2018 года назначен вице-президентом Газпромбанка, с февраля 2019 года занимает должность первого вице-президента.

Основным принципом для Газпромбанка является честность и открытость в части условий продажи продуктов

в топ-2 в стране в 2019 году. По объемам выдачи потребительских кредитов мы вошли в топ-5 на рынке и не намерены на этом останавливаться.

— Какие сегменты в части розничного кредитования являются для вас приоритетными?

— Среди них, как я уже сказал, ипотечное кредитование, по которому банк входит в тройку лидеров рынка. Также мы планируем существенно нарастить объемы выдачи потребительских кредитов: ранее мы начали привлекать клиентов на сайте банка, а также в мобильном и интернет-банке, с августа мы подключили полностью дистанционную выдачу потребительских кредитов в мобильном банке, а в четвертом квартале запустим возможность доставки потребительского кредита по ранее оформленной заявке в любом из доступных клиенту каналов через нашу службу выездных специалистов по продажам.

Важную роль в привлечении новых клиентов играет и развитие транзакционных продуктов — прежде всего я говорю о карточной линейке. Она была полностью перезапущена, и вместо простых дебетовых карт банк теперь предлагает пакеты услуг, которые включают в себя не только банковские продукты, но и небанковские сервисы под конкретные жизненные ситуации наших клиентов.

— А что интересного вы предлагаете в ипотечном кредитовании?

— На текущий момент у нас снижена ставка по «Семейной ипотеке» с господдержкой, теперь выдаем под 4,9% годовых — это, наверное, самая низкая ставка на рынке. Ее могут оформить семьи с двумя и более детьми, если хотя бы один из них родился с начала 2018 года. Также с конца июля запущена программа ипотечных каникул. Если заемщик попал в трудную жизненную ситуацию (например, потерял работу или стал временно нетрудоспособным), он может обратиться в банк с требованием установить ему льготный период по ипотечному кредиту, и мы осуществим перерасчет графика погашения. Понятно, что банк — это всегда банк, но здесь мы стараемся быть другом для наших клиентов и не закрывать глаза на жизненные обстоятельства.

— Совсем недавно вы запустили карту с так называемым умным кэшбэком, пользуется ли она спросом?

— Да, безусловно. Могу сказать, что мы получили десятки тысяч заявок, даже не начав массированное продвижение продукта. На мой взгляд, иначе и быть не могло. Клиенты банка, как правило, очень разумные люди, и возможность всегда получать максимально выгодный кэшбэк интересна всем по понятным причинам. С «Умной картой» банк сам просчитывает, в какой категории товаров было больше всего покупок, и автоматически начисляет до 15% кэшбэка на наибольшую сумму. В зависимости от структуры трат клиента от месяца к месяцу категория может меняться. Получается, кэшбэк сам подстраивается, это очень удобно.

— Вы не упомянули авто- и POS-кредиты, эти сегменты не интересны сейчас?

— Направление автокредитования сейчас переживает некий ренессанс. Многие банки в свое время ушли с этого рынка из-за того, что классическая форма кредитования являлась неактуальной из-за больших расходов на поддержание этого бизнеса и низкой маржинальности. Сейчас разрабатывается новая модель автокредитования — онлайн, когда поиск клиентов и оформление кредита происходят полностью дистанционно, кредит затем выдается на карту клиента. В этом направлении мы также планируем двигаться уже в 2019 году.

— В госпрограмме льготного автокредитования будете участвовать по такой схеме?

— Сейчас об этом рано говорить, мы находимся на этапе анализа и построения процессов и технологий. Выход в реализацию будет происходить уже в середине второго полугодия этого года. Если к моменту нашего запуска это будет актуально, то да.

— А POS-кредиты?

— Это не наша целевая аудитория. Мы пока не планируем выходить на этот рынок. В целом мы больше рассчитываем на классические банковские продукты, такие как кредитные карты, потребительские и ипотечные кредиты, которыми пользуются массовый и выше массового сегменты клиентов.

— Вы все же довольно консервативны в выборе клиента или готовы кредитовать людей с улицы?

— Сейчас точкой привлечения новых розничных клиентов для Газпромбанка является абсолютно открытый рынок, на котором мы предлагаем интересные продукты: карточные, кредитные и пассивные. До недавнего времени основным источником клиентов были пользователи зарплатных проектов, но и в этом направлении обслуживания мы также производим полную перезагрузку.

— В чем она заключается?

— В банке запущены уникальные продукты — это зарплатные проекты на базе пакетов услуг. Мы знаем частую ситуацию на рынке: клиентам с зарплатной картой падает зарплата, и они сразу переводят ее на ту карту, которая им интереснее. Мы решили исправить это и выпустили уникальный продукт — фактически все те пакеты услуг, которые сейчас представлены в банке для всех сегментов, также предлагаются и зарплатным клиентам. Выходит два в одном — с одной стороны, карта является инструментом получения заработной платы, с другой стороны, это достаточно интересный продукт с кэшбэками за любые покупки либо за определенные категории товаров. Также есть опции бесплатного снятия наличных в чужих банкоматах, переводы по реквизитам на карты других банков и другие привилегии. Достаточно интересный и удобный продукт, хотя он и не является уникальным на рынке.