



ПРЕСС-СЛУЖБА ГАЗПРОМБАНКА

ет собой некое целевое видение, однако не имеет окончательного понимания шагов и инструментов, необходимых для достижения поставленных целей.

В нашем случае на момент утверждения стратегии мы четко знали, каким образом будем воплощать ее в жизнь — все процессы, проекты, программы, которые влияют на реализацию этой стратегии, описаны и утверждены советом директоров. Поэтому уже сейчас по ряду проектов трансформации мы существенно опережаем целевые показатели. Например, в нашем новом мобильном банке мы рассчитывали на горизонте года увидеть рост активной базы в два раза — от 250 тыс. пользователей до 500 тыс., максимум 700 тыс. в новом. Но уже сейчас у нас более 1,2 млн пользователей! Мало кто верил, что мы будем способны обрабатывать тысячи кредитных заявок в день. В сентябре 2019 года мы преодолели циф-

ру 12 тыс. заявок в день! Кажется, что это фантастика, но на самом деле лишь свидетельство того, что мы действительно нащупали свою нишу и сформировали команду, которая способна это сделать. Думаю, в этом году мы серьезно изменили свое отношение к тому, кто мы такие.

— И сделали рекламу с Павлом Волей! Это тоже несет в себе какой-то скрытый смысл?

— Да, меня многие спрашивали, почему Воля и Газпромбанк? Но это вопрос восприятия. Мы долгое время

воспринимались как очень закрытый банк и сейчас много внимания уделяем тому, чтобы это изменить. Мы стремимся показать, что Газпромбанк стал современным, открытым и нацеленным на интересы клиента, но по-прежнему является надежным и масштабным. Без изменения коммуникации с клиентами, обновления посылов и имиджа реализовать это достаточно сложно. Воля — один из таких экспериментов, когда мы сказали, что хотим и готовы немного похулиганить, что у нас есть воля к переменам!

— Хорошо, возвращаясь к трансформации, каким банк должен стать по ее итогам? Какую нишу вы хотите занять?

— Для начала хотел бы развеять некоторые мифы о Газпромбанке. Люди действительно ассоциировали нас с банком, который делает только какие-то суперсекретные сделки. Но это иллюзия.

На сегодняшний момент мы третий банк в стране по работе в корпоративном сегменте. Мы участвуем в большинстве проектов национального уровня и масштаба. Многие годы мы были и остаемся одним из безусловных лидеров в области ГЧП, в работе на рынках капитала, особенно в части размещения облигаций. Мы работаем с крупными корпоративными клиентами из самых разных областей, например, в каких-то сегментах сельского хозяйства Газпромбанк — банк номер один, даже при наличии таких конкурентов, как Сбербанк и РСХБ. Однажды мы посчитали, и оказалось, что Газпромбанк профинансировал практически весь свинокомплекс России. На сегодняшний день наш корпоративный портфель состоит из первоклассных рыночных компаний, и это далеко не только компании группы «Газпрома». Да, этот сектор диктует определенные подходы в части раскрытия информации, но в остальном мы не менее открыты, чем любой из наших конкурентов.

Еще один миф: говорят, что мы не розничный банк. Но вот что интересно: даже при отсутствии фокуса на розницу, только за счет обслуживания крупных корпоративных клиентов и их сотрудников мы всегда были четвертым-пятым банком в стране по размеру активов и пассивов физлиц.

Недавно при обсуждении стратегии я задал коллегам такой провокационный вопрос: если вам предоставят выбор между двумя опциями — сохранность ваших денег или хороший цифровой сервис, что вы выберете? Вот вы что бы выбрали?

— Думаю, сохранность.

— Именно. Зачем клиенту цифровой сервис, если он рискует потерять свои деньги? Это ответ на вопрос, почему люди выбирали, выбирают и бу-

«Скорость, с которой в течение последних двух лет меняется Газпромбанк, является абсолютно беспрецедентной»