

«РОСТ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ — ЭТО САМЫЙ ВАЖНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ДЛЯ НАС»

СЕРГЕЙ МАЛЫШЕВ О БОРЬБЕ ЗА РОЗНИЧНОГО КЛИЕНТА



Работа с физическими лицами является приоритетной для многих банков, и, следовательно, конкуренция на этом рынке очень высока. О том, как завоевать и удержать клиента в таких условиях, в интервью «Деньгам» рассказал руководитель розничного и цифрового бизнеса ПСБ Сергей Малышев.

Рынок потребительского кредитования много лет остается самым рентабельным сегментом банковского бизнеса, несмотря на то что Банк России постоянно вводит новые ограничения. Насколько эти меры оправданны?

— Действительно, потребительские кредиты были и в ближайшее время останутся одним из ключевых драйверов прибыли для банков с точки зрения процентного и комиссионного дохода — для отдельных игроков рынка они могут формировать до 80% доходов розничного направления. Но регулирование Банка России направлено не на ограничение прибыли, а на то, чтобы кредитные организации более ответственно подходили к выбору заемщиков.

Скорее следствием мер будет некоторое снижение выдач в банках с агрессивной кредитной политикой.

На игроков, ведущих сдержанную политику и применяющих сбалансированный подход к оценке заемщиков, меры сильно не повлияют. Мы, например, всегда были достаточно консервативны в этой части, а действующая в ПСБ система оценки заемщиков и управления розничными рисками — многоэтапная, со своими подходами для каждого из целевых клиентских сегментов — сотрудников ОПК, госслужащих, зарплатных клиентов и тех клиентов, кто имеет хорошую историю обслуживания в банке. В целом мы видим обострение конкуренции, в первую очередь ценовой, за качественного заемщика. Клиент с хорошей кредитной историей, официальным стабильным доходом получает очень привлекательные предложения как по новым кредитам, так и по рефинансированию уже имеющихся. Если говорить про количество таких клиентов, то оно зависит от ситуации в экономике и уровня финансовой грамотности и дисциплины.

— Весь прошлый год ставки по вкладам падали, соответственно, это удешевляет ресурсную базу. При этом кредиты тоже дешевеют, а рентабельность их растет или нет?

— Ставки по кредитам снижаются пропорционально, при этом их падение подталкивает вверх спрос на кредитные средства, ипотеку прежде всего, что приводит к увеличению объема портфелей у банков.

Мы фиксируем повышение спроса как на кредиты, так и на их рефинансирование — это один из основных трендов. Пару лет назад привлекательной считалась ставка по ипотеке в 11%, сегодня — уже ниже 9%. За последние несколько лет ставка по ипотеке в ПСБ упала до 8–8,3%. Большое количество клиентов обращаются за рефинансированием по программе «Семейная ипотека», ставка по ней — 4,5%. Мы, как универсальный банк с широкой филиальной сетью, активно развиваем это направление. Во многих регионах были открыты Центры ПСБ по ипотечному кредитованию, где в «одном окне» можно получить всю информацию по продукту, об условиях предоставления, рефинансирования, а также о специализированных программах вроде той же «Семейной ипотеки», «Дальневосточной ипотеки» и «Ипотеки для военнослужащих».

Если говорить про рефинансирование, то только по сегменту «Военная ипотека», в котором ПСБ является лидером рынка, всего за полтора года действия программы у нас перекредитовалось 17 тыс. военнослужащих на 30 млрд руб.

— ПСБ получил официальный статус опорного банка для ОПК. У вас основная клиентура — это военные?

— Для меня опорный банк ОПК — это не столько статус, сколько огромная ответственность и возможность участвовать в решении важнейших задач, которые намного шире, чем просто выпуск карт и выдача кредитов. Мы работаем на высококонкурентной поляне. Мы выигрываем за счет высококонкурентных продуктов,

гибкой сервисной модели, внедрения самых современных цифровых сервисов, но не только. Отвечая на ваш вопрос: абсолютное большинство наших клиентов — это люди, которые никак не связаны с оборонным комплексом. Это гражданские лица. Кто-то из них с нами не первый год, кто-то присоединился недавно. Мне приятно отметить, что за 2019 год наша клиентская база в целом увеличилась на 15%, и это активные клиенты, которые кредитуются, размещают у нас средства и пользуются нашими сервисами каждый день. Количество клиентов у российских банков сейчас не растет, так что прирост у нас — это отток у конкурентов. Рост клиентской базы — это, пожалуй, самый важный показатель для нас. Но никогда нельзя забывать и про еще один важнейший показатель — счастье клиента. Мы его измеряем по разным направлениям, постоянно получаем обратную связь от наших клиентов и на основании данных опросов совершенствуем продукты и процессы.

— Какие продукты предпочитают военные?

— Очень разные, и их выбор обусловлен, как правило, уровнем финансовой грамотности.

Конечно, доступ к финансовой информации вне гражданки у военных меньше, но есть немало таких, кто очень хорошо разбирается в инвестиционных продуктах. Поэтому среди военных есть спрос и на сложные финансовые продукты, инвестирование в ПИФы, их интересуют страховые продукты, брокеридж — те инструменты, которые могут принести доходность выше, чем депозит.

Среди рядового и даже офицерского состава немало и клиентов микрофинансовых организаций (МФО). По своему присутствию в регионах МФО кратко опережают банки, а большинство частей расположены вдали от крупных населенных пунктов. Простота получения займа и недостаточная финансовая грамотность — это еще две причины обращения военнослужащих в микрофинансовые организации.

ПСБ совместно с Министерством обороны и Министерством финансов участвует в программе повышения финансовой грамотности военнослужащих. Для них мы разработали обучающий курс по девяти основным направлениям — от использования дебетовой карты до вопросов безопасности и защиты от мошенничества.