

«КРАЙНЕ ВАЖЕН ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ПЕРСОНАЛЬНОГО БАНКИРА»

ГЛАВА «ОТКРЫТИЕ PRIVATE BANKING» ВИКТОРИЯ ДЕНИСОВА — О ГЛАВНЫХ ПОТРЕБНОСТЯХ СОСТОЯТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ



Банк «Открытие» в этом году запланировал увеличить число клиентов своего подразделения Private banking на 40%. Об основных тенденциях на рынке обслуживания состоятельных клиентов, о том, какие услуги у них наиболее востребованы и какие требования к банкирам они предъявляют, в интервью «Деньгам» рассказывает руководитель «Открытие Private banking» **Виктория Денисова**.

Как бы вы описали общие тенденции на рынке private banking (PB) в России и в мире?

Что-то менялось в последние годы?

— Клиенты в России однозначно стали более осведомленными и требовательными относительно предлагаемых инвестиционных решений. Конкуренция и глобализация сделали свое дело. Теперь уже почти невозможно удивить клиента PB каким-то изолированным продуктом. Принципы открытой архитектуры, широкое продуктовое предложение и доступность мировых площадок все чаще воспринимаются клиентами как обычное явление. Что касается новшеств, мировой сегмент услуг private banking существует многие десятилетия, поэтому здесь о каких-то принципиальных изменениях говорить сложно. За исключением, наверное, одного момента — глобальной цифровизации и развития финтеха. Это затрагивает все сегменты экономики и в особенности сервисные отрасли, в том числе финансовую.

Тем не менее даже цифровизация не сильно повлияла на ключевую особенность, на идеологию сегмента PB — основная роль во взаимоотношениях с клиентами по-прежнему остается за персональным менеджером, сотрудником подразделения private banking. Персональный банкир помогает клиенту решать все его вопросы — в первую очередь, конечно, управления частным капиталом, но также и финансирования бизнеса, решения корпоративных задач, структурирования сделок слияния и поглощения, поиска соинвесторов. Все это в мире, как правило, происходит посредством коммуникаций с персональным банкиром, а в дальнейшем — с предоставлением комплексных сервисов от финансового института. Клиент таким образом демонстрирует свою лояльность, а банк решает не только частные, но и бизнес-вопросы клиента. В российском PB рынок также движется к данной модели взаимодействия банков с состоятельными клиентами.

— На розничный сегмент цифровизация довольно сильно повлияла в части механизмов и скорости принятия финансовых решений. Так ли это в private?

— Цифровизация, безусловно, помогла оптимизировать и автоматизировать процессы, сделать клиентский путь более удобным для решения многих задач. Множество простых типовых операций, связанных с daily banking, можно осуществлять удаленно. Но роль персонального менеджера осталась ключевой. Технологии онлайн не заменяют персонального банкира. Это скорее дополнительная опция, которую клиент использует. Например, в прошлом году мы запустили сервис «Открытие. Акцепт»: это приложение на смартфоне для удаленного подписания документов, посредством которого клиенты подтверждают свои действия и поручения разного характера.

— Простите, но нечто подобное давно есть на рынке — интернет-банкинг, торговые системы, системы документооборота, наконец, если речь не только о финансовых операциях.

— Да, но здесь логика иная. Речь идет об омниканальном взаимодействии, когда клиент не сам проводит операцию в мобильном или интернет-банке, а дает поручение банкиру посредством телефона, мессенджера, электронной почты — любым удобным ему способом и через любой удобный ему канал коммуникаций. Поручение обрабатывается, заносится в операционную систему, после чего клиент подтверждает действие в приложении «Открытие. Акцепт». Мне кажется, мы первые, кто реализовал такую схему на российском рынке, по крайней мере в сегменте private banking, где довольно широкий спектр операций и высокая цена ответственности банка за ошибки и сбои.

— Наличие персонального менеджера также характерно для обслуживания клиентов сегмента premium, в чем тогда его отличие от сегмента PB? И чем отличается «портрет клиента»?

— Премиальный сегмент отличается от сегмента private прежде всего порогом входа от условно нескольких десятков тысяч долларов. Есть отличия в наборе продуктов и сервисов — линейка шире и разнообразнее, чем в розничном сегменте, тем не менее финансовые решения в основной своей массе типовые. А в PB мы говорим об индивидуальной работе с каждым клиентом и создании действительно персонализированных решений. Второе отличие в том, что клиенты private в подавляющем большинстве люди, которые уже сформировали свое состояние. В сегменте premium больше бизнесменов, которые находятся в стадии формирования своего капитала. Отсюда и разница в инвестиционных стратегиях: клиенты private в основном ориентированы на сохранение капитала, premium — хотят его существенно приумножить, выбирают более агрессивные инструменты.

— Какова роль персонального консультанта, если речь об инвестициях? Ведь клиент может и не слушать его советы.

— Конечно, может и не слушать. И качество советов — традиционно немаловажный вопрос как у нас, так и в мире. Но в этом плане наш рынок постепенно движется к модели цивилизованного. У нас не так давно, чуть больше года назад, вступили в силу законодательные нормы, касающиеся инвестиционного консультирования. Центробанк очень пристально следит, чтобы банки, которые этим консультированием занимаются, привели свои процессы в соответствие со стандарта-