



ИГОРЬ ИВАНОВ

«Для многих клиентов решающим фактором становится развитие экосистемы «Тинькофф» в целом: им важно, что у нас хорошие кредитные рейтинги, мы являемся одним из технологических лидеров на российском рынке, запускаем все новые финансовые и лайф-стайловые сервисы»

логичность и удобство сервиса, а не личность персонального менеджера.

— Какую доходность показали операции клиентов «Премииум» в 2019 году?

— Клиенты приходили весь год, к тому же некоторые сначала пробовали инвестировать небольшие суммы и уже потом доносили средства, поэтому общую доходность посчитать трудно. Могу сказать, что 80% наших клиентов показали положительную доходность. Мы также анализировали наши рекомендации по доходности. Из 200 инвестиционных идей от наших аналитиков в прошлом году 75% были прибыльные, а 60% обогнали бенчмарк. При этом не все клиенты следуют нашим рекомендациям — всегда есть люди, которые предпочитают идти своим путем проб и ошибок.

— В текущем году вы также планируете привлечь 10 тыс. клиентов?

— Последнее время клиентская база растет как минимум на 1 тыс. человек в месяц. Думаю, что эта тенденция сохранится, особенно с учетом прогноза по дальнейшему снижению депозитных ставок. Мы также замечаем, что параллельно с тем, как масштабируется наш брокерский сервис, больше становится размер чека наших клиентов. Для многих клиентов решающим фактором для обслуживания в «Тинькофф Инвестициях» на премиальном тарифе становится развитие экосистемы «Тинькофф» в целом: им важно, что у нас хорошие кредитные рейтинги, мы являемся одним из технологических лидеров на российском рынке, запускаем все новые финансовые и лайфстайловые сервисы в суперприложении «Тинькофф», торгуемся сразу на двух биржах, бьем рекорды по чистой прибыли и выручке. В целом кли-

енты ценят технологичность, прозрачность, простоту и удобство нашей брокерской платформы.

— Как вы видите премиум-сегмент через три года?

— По количеству клиентов у нас нет никаких ограничений. Поскольку весь бизнес у нас в онлайн, издержки на одного клиента минимальны. Нам не нужно содержать представительские офисы, встречаться с клиентами и тратить на долгие разговоры время друг друга. Вся наша система построена так, что при росте числа клиентов не происходит экспоненциального роста издержек. Мы сознательно пошли по такому пути, наша система позволяет легко масштабировать бизнес. Если ты не сделал масштабируемое решение сразу, то ты всегда привязан к тому, что у тебя будет офис, менеджеры, отделения, в дальнейшем ты упрешься в те же проблемы, с которыми сейчас сталкиваются классические брокеры, инфраструктура которых не позволяет создать уникальное технологическое преимущество.

— Какими инструментами порадуete клиентов в текущем году?

— В этом году мы планируем дать доступ к срочному и валютному рынкам Московской биржи. Будет много эксклюзивов и новых продуктов, которых еще нет на российском брокерском рынке, — мы расскажем о них отдельно. Мы также продолжим запускать различные сервисы, направленные на популяризацию инструментов с фиксированной доходностью. Для нас важно сформировать у клиентов привычку долгосрочного и ответственного инвестирования, чтобы они могли выбирать бумаги на основе фундаментальных показателей и минимизировали свои риски ●

скованный продукт. У нас была очень успешная история с Luckin Coffee, когда акции выросли на 194%, а была другая китайская компания, на чьих акциях можно было потерять 40%. В прошлом году мы наблюдали настоящую IPO-лихорадку, этот рынок был очень востребован. В этом году фокус сместился в сторону первичного размещения облигаций. Если ставка купона меняется, мы отправляем клиенту СМС, и он может отменить заявку. Так из российских брокеров еще тоже никто не делает. Это удобно, у инвестора остается право выбора.

— Вы анализировали профиль вашего премиального клиента?

— Около 80% наших клиентов это мужчины в возрасте 28–50 лет. У 85% из них есть высшее образование. Ряд

клиентов получают private-обслуживание в других банках, но инвестируют часть средств через нас для диверсификации кредитного риска, плюс через нашу платформу это делать удобнее. Большой важный сегмент наших клиентов — это те, кто заработал капитал в 2010-х, в первую очередь в бизнесе, связанном с IT, рекламой, PR, банками и финансами. Они мыслят абсолютно по-другому, хотя все операции проводить самостоятельно у них абсолютно другая модель поведения, более смелая и ориентированная на иностранные бумаги. Как я уже говорил, это люди, которые стараются сами разобраться в инвестициях, а не отдают деньги в доверительное управление. Для них больше важен вес нашей экосистемы, техно-