



моизоляции. «Мы продолжаем наращивать долю беззалоговых кредитных продуктов, понимая, что потенциал роста у банка на рынке еще велик, — уточняют в Газпромбанке. — Из основных приоритетов — рост объемов выдач потребительских кредитов год к году более чем на 50%, хотя уже в 2019 году по этому показателю мы уверенно вошли в пятерку лидеров».

Персонализация как главный тренд

Активное развитие банковского сектора привело к тому, что основные банковские продукты — ипотека, потребительские кредиты, кредитные карты появились в линейках большинства крупных банков и стали массовыми. «Поэтому в условиях жесткой конку-

ренции банки все более активно внедряют индивидуальные предложения для удовлетворения потребностей отдельного клиента, чтобы сохранить лояльность клиентской базы, — рассуждает Екатерина Шурихина из «Эксперт РА». — Персонализации предложений способствовало также развитие цифровых технологий и каналов сбора информации о клиенте, что дало банкам возможность более точно оценивать клиентский профиль и выявлять потребности конкретного человека».

В первую очередь персонализированные продукты стали активно появляться в карточном сегменте. Так, год назад Газпромбанк предложил первую карту с кэшбэком, которая «подстраивается» под интересы клиента. То есть держателю карты не приходится вы-

бирать из категорий, предложенных банком и, возможно, ему вообще неинтересных. Каждый месяц система начисляет повышенный кэшбэк в той категории, где клиент потратил наибольшую сумму. Сегодня Газпромбанк принимает около 100 тыс. заявок на «Умную карту» в месяц.

Расширяя линейку персонализированных предложений, Газпромбанк в партнерстве с платежной системой Visa и крупнейшей киберспортивной турнирной платформой в мире FACEIT запустил дебетовую карту для геймеров, принимающих участие в командных онлайн-играх Dota2 и CS:GO (Counter-Strike: Global Offensive). Новая дебетовая карта Газпромбанка позволяет геймерам, совершая повседневные покупки, получить эксклюзив-

ный доступ к турнирам на платформе FACEIT. Начиная с июня в первые три месяца соревнований по Dota2 и CS:GO среди участников турниров будет распределен призовой фонд в размере \$450 тыс. — как в игровых поинтах FACEIT, так и в рублевых денежных средствах.

В Газпромбанке объясняют, что киберспорт становится все популярнее, и потому ожидают, что карта будет пользоваться спросом. Сейчас аудитория киберспорта в России насчитывает около 10–12 млн человек и, по прогнозам, будет ежегодно расти на 20%.

Меры поддержки клиентов

Активное развитие розничного бизнеса и расширение клиентской базы не исключают поддержки текущих клиентов, особенно тех, кто оказался в трудной ситуации. Из-за пандемии многие клиенты столкнулись с проблемами — доходы снизились, а кто-то столкнулся с потерей работы. Обслуживать кредиты без просрочек таким клиентам стало затруднительно.

Газпромбанк разработал ряд мер поддержки розничных клиентов-заемщиков. Банк отменил начисление штрафных санкций со 2 апреля по 1 июля за несвоевременный возврат задолженности по кредитам и не запрашивает для этого дополнительные документы (при условии, что на 2 апреля у заемщика задолженность не превышала 90 дней). Газпромбанк также предоставляет отсрочку платежа до шести месяцев по потребительским кредитам, ипотеке, автокредитам, а также ипотечные каникулы по системе банка и кредитные каникулы по новому 106-ФЗ. Кроме того, банк продлил до конца июня обслуживание карт, срок действия которых истек в марте, апреле и мае этого года.

За период пандемии Газпромбанк принял 5 тыс. заявок по 106-ФЗ и столько же — в рамках собственной программы банка. Итого за два месяца — 10 тыс. заявок, что составляет не более 1% от объема розничного портфеля банка. «Мы готовились к гораздо большей активности клиентов в этом направлении. В последние две недели помимо существенного снижения интереса клиентов к реструктуризации мы наблюдаем устойчивый тренд по отказу заемщиков от ранее запрошенных у банка реструктуризаций, что также говорит об улучшении ситуации», — рассказал Алексей Попович ●