

«К КОНЦУ 2023 ГОДА МЫ НАРАСТИМ ПОРТФЕЛЬ ДО 1 ТРЛН РУБ.»

Пандемия повлияла на все направления банковского бизнеса и поставила игроков перед новыми вызовами, среди которых — более эффективные технологии и более удобные форматы продуктов. О том, как меняются обслуживание клиентов в private-сегменте и их ожидания, в интервью «Деньгам» рассказала старший вице-президент, директор департамента «Открытие Private Banking» банка «Открытие» Виктория Денисова.



Какие услуги и продукты оказались наиболее востребованными в private-сегменте в период пандемии и почему?

— Во-первых, пандемия привела к сильной волатильности на финансовых рынках: сначала случилась достаточно сильная коррекция, затем не менее стремительный отскок. Во-вторых, режим карантина привел к сильнейшему со времен кризиса 2008 года снижению деловой и потребительской активности. В-третьих, все центральные банки (включая ЦБ РФ) отреагировали на возросшую волатильность и падение деловой активности дружным снижением ставок. В этом контексте логично, что классические банковские продукты стали менее привлекательны, зато возрос интерес к инвестиционным продуктам. При этом разные клиенты решали абсолютно разные задачи: кто-то искал способы сохранить капитал в условиях неопределенности и низких ставок, а кто-то сознательно пытался заработать на волатильности. Соответственно, вырос спрос на инвестиционную экспертизу.

— Вводил ли банк «Открытие» какие-то специальные продукты или услуги в период пандемии?

— Специальные продукты мы не вводили, но незадолго до начала карантина мы ввели «в бой» систему удаленного подписания документов, и клиент мог подавать поручения через любые удобные ему каналы коммуникации с персональным банкиром и подтверждать без визита в офис. В целом мы сместили акцент на развитие удаленных каналов взаимодействия с клиентами. Это и сегодня наиболее актуальная задача: после нормализации эпидемиологической ситуации в стране и мире популярность дистанционных каналов останется очень высокой.

— Дистанционное обслуживание для всех стало приоритетом, но, возможно, private-клиенты все же предпочитают личные визиты в банк?

— Наша цифровая платформа позволяет совершать большинство банковских операций, инвестиционных сделок, предоставлять услуги Life style удаленно. Для удобства клиентов «Открытие Private Banking» еще до пандемии мы организовали омниканальное взаимодействие — когда клиент не сам проводит операцию в мобильном или интернет-банке, а дает поручение банкиру с помощью телефона, мессенджера, электронной почты — любым удобным ему способом, а затем подписывает документы дистанционно через сервис «Открытие Акцепт».

Те клиенты, которым требовалось личное посещение офиса, по-прежнему могли приехать — мы и во время карантина работали в стандартном режиме, предоставляя все необходимые услуги и сервисы нашим клиентам и соблюдая рекомендованные меры безопасности. При этом с середины марта по июнь посещаемость клиентами офисов снизилась в три—пять раз в зависимости от региона.

— Какие еще меры вы принимали, чтобы повысить безопасность взаимодействия с клиентами?

— Во-первых, все документы для подписания клиентами готовились заранее, чтобы по возможности минимизировать время их пребывания в офисах. При желании клиентов курьерская служба банка обеспечивала оперативную доставку необходимых документов. Во-вторых, всем клиентам банка «Открытие» была предоставлена возможность при окончании срока действия карты продолжить ее использовать.

— Как изменилась динамика роста этого бизнеса в период пандемии?



АЛЕКСАНДР КАЗАКОВ

— По объективным причинам мы зафиксировали снижение темпов прироста базы. Среднемесячный прирост клиентов за пять месяцев с апреля по август 2020 года замедлился на 18% по сравнению с первым кварталом, однако в целом с начала года количество клиентов увеличилось на 16% — до 10,2 тыс.

— Какие у банка «Открытие» амбиции в этом сегменте на ближайшую и среднесрочную перспективу?

— Мы продолжим активный рост портфеля в первую очередь за счет инвестиционной составляющей — клиенты делают выбор в пользу нашей многолетней экспертизы и качества управления. Мы хотим закончить год с объемом порядка 500 млрд руб. под управлением, численность клиентской базы вырастет до 10,5 тыс. Что касается среднесрочной перспективы, то к концу 2023 года с учетом 25-процентного среднегодового прироста мы планируем нарастить портфель почти до 1 трлн руб.

— Как пандемия отразится на будущем private-банкинга в России и мире?

— Пандемия подстегнула развитие технологий, что, безусловно, нашло отражение и в private-банкинге. Индустрия, которая традиционно строила свою бизнес-модель на личном, индивидуальном, очном общении, была вынуждена начать взаимодействовать с клиентом удаленно. Карантин ускорил ранее начавшийся тренд диджитализации, в этом смысле жизнь никогда не будет прежней, что, на мой взгляд, неплохо. В любом случае выбор личных встреч банкиров и их клиентов был, есть и будет всегда ●