

# ОХОТА НА ВКЛАДЧИКА

## БАНКИ ВСПОМНИЛИ О КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ДЕПОЗИТОВ

Этой осенью банки впервые за несколько лет столкнулись с серьезным оттоком вкладов, причем больше всех пострадали крупные игроки. В этих условиях участникам рынка пришлось вновь задуматься об удержании и привлечении клиентов.



### Бегство под матрас

Ситуация, в которой оказался банковский рынок в третьем квартале 2018 года, нетипичная. В США обнародовали планы санкций в отношении государственных кредитных операций. Даже после слов главы ВТБ Андрея Костина, что клиенты всех банков смогут в любое время получить назад свои валютные вклады, с августа они стали опустошать валютные счета в госбанках. Только из Сбербанка в августе, по подсчетам Fitch Ratings, население забрало 107 млрд руб. Серьезный отток произошел и по рублевым счетам. В том числе потому, что многие клиенты решили направить свои сбережения на покупку валюты из-за опасения ее дальнейшего удорожания. По данным ЦБ, спрос на покупку валюты в августе вырос на 57%.

По данным ЦБ, в августе вклады сократились на 0,6%, а в сентябре — на 0,8%. В ЦБ убеждены, что этот отток будет краткосрочным. Все опрошенные «Деньгами» крупные банки оказались единодушны: никакого оттока, тем более паники вкладчиков не наблюдается, потому никто из участников рынка не предпринимает никаких маркетинговых усилий по привлечению и удержанию клиентов. В неофициальных беседах банкиры все-таки признавали, что бегство вкладчиков — факт, да и с официальной статистикой спорить бессмысленно.

### Ставки — в рост

Осенью банки стали повышать ставки по вкладам. «Когда мы увидели, что ВТБ и Сбербанк повысили ставки до 7% годовых, конечно, все занервничали, — рассказывает маркетолог банка из топ-20 на российском рынке. — Это воспринималось как сигнал: госбанки что-то знают, это первое, и могут переманить ставками наших клиентов — это второе. Естественно, нам пришлось срочно запускать рекламные и маркетинговые кампании, чтобы удержать своих клиентов». Участники рынка подчеркивают — в настоящий момент дополнительная ликвидность банкам не нужна.

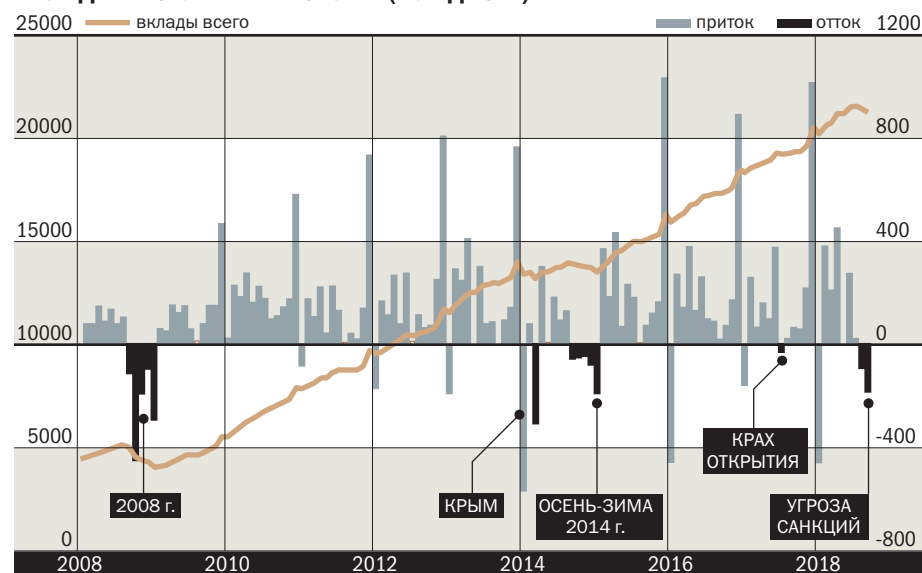
### Аномальная сезонность

Одна из традиционных маркетинговых фишек — сезонные вклады. Обычно наибольшую активность банки проявляют перед Новым годом, а осенью и весной на рынке, как правило, встречается не более двух-трех предложений. На этот раз се-



Банк «Русский стандарт» провел исследование в соцсетях, чтобы узнать, что сейчас является ключевым фактором при выборе вклада у населения. В опросе приняли участие около 400 человек. 62% опрошенных признали, что основной ориентир — процентная ставка. Надежность банка оказалась важна для 25% опрошенных, возможность пополнения — для 8%. Другие параметры: капитализация процентов, возможность частичного снятия, минимальная сумма, срок вклада — набрали в сумме 5%.

### ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ В РУБЛЯХ (МЛРД РУБ.)



ТЕКСТ Юлия Иванова

зонные вклады запустили почти два десятка игроков, в том числе очень крупные. А некоторые даже вышли в середине октября с рекламой новогодних вкладов — например, ХКФ-банк и «Санкт-Петербург».

«Деньги» проанализировали рекламные предложения банков в сентябре-октябре и обнаружили, что большинство вкладов привлекаются на очень длинные сроки — от двух лет, хотя обычно для сезонных вкладов характерны короткие сроки — до года. «Главный спорный момент — завышенные по сравнению с аналогичными предложениями других банков ставки, которые фиксируются на длительный срок, — говорит вице-президент СМП-банка Роман Цивинюк. — Когда ситуация динамична, спрогнозировать рыночные условия на срок от года сложно, и фиксированная объективно высокая ставка на долгий срок выглядит как не самый логичный шаг со стороны банка». Срок, на который привлекаются вклады, диктует казначейство банка, признает маркетолог из банка топ-20. По его словам, маркетинг никогда не знает, в какие инструменты казначейство планирует вкладывать эту ликвидность, чтобы «отбить» заявленные ставки.

### Особые продукты

Конкуренция по ставкам имеет свои ограничения — банкам нельзя существенно превышать средний уровень ставок десяти крупнейших игроков, чтобы не вызвать санкции регулятора. В этих условиях банки используют маркетинговые уловки, предлагая другие финансовые продукты с инвестиционными компонентами. Например, банк «Восточный» запустил продукт «Восточный. Стабильный рост». В рекламе продукта заявлено, что «новый продукт совмещает в себе характерную для вкладов защиту капитала и доходность современных инструментов фондового рынка». При этом доходность этого продукта, по заверениям банка, значительно превышает текущие ставки по вкладам — до 20% годовых. Но важно понимать, подвохов у таких предложений как минимум три — во-первых, это инвестиции для продвинутых клиентов с высокой финансовой грамотностью, во-вторых, реальная доходность продукта должна учитывать расход на уплату налога. И наконец, в отличие от вкладов эти инвестиции не защищены системой страхования.

По признанию банкиров, сложные альтернативные продукты — это тренд последнего времени. «Сейчас банки активно предлагают клиентам комбинированные продукты, по условиям которых часть средств размеща-