

В.В. Богуш, 3 курс

Научный руководитель – И.К. Козлова, к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет

Главным приоритетом в работе любого банка является налаживание долгосрочных партнерских отношений с клиентом. Благодаря качественному обслуживанию, внимательному персоналу, доступности ценовой политики банк привлекает новых клиентов и сохраняет уже существующих клиентов. Именно поэтому активно набирает обороты сегментация банковского рынка и его ориентация на конкретные группы клиентов, среди которых особое место занимают привилегированные элитные клиенты банковских учреждений.

Vip–обслуживание клиентов основывается исключительно на индивидуальном подходе к каждому из них. Это требует создания института частных банкиров — нового уровня специалистов, которые будут работать с клиентами, знать их лично и их проблемы. Цель такого института – обеспечить долгосрочное сотрудничество с клиентом, что предполагает не только продажу существующих, но и инициирование создания новых, необходимых клиенту продуктов и услуг. В последнее время в деятельности банков преобладает тенденция развития рынка услуг по управлению активами состоятельных лиц. Это вызвано омоложением клиентуры в данном сегменте, что, в свою очередь, и обуславливает необходимость все большей адаптации предлагаемых продуктов и услуг к более сложным потребностям таких клиентов.

В ходе исследования, мы пришли к выводу, что vip–обслуживание представляет собой совокупность специфических услуг и продуктов финансового и нефинансового характера, предоставляемых богатому лицу и членам его семьи на доверительной основе через персонального менеджера высокой квалификации. Если рассматривать качественную характеристику vip–услуг, то можно отметить, что обслуживание состоятельных клиентов включает в себя традиционные продукты, наличие которых обусловлено рядом особенностей банковского сектора страны.

Примером последнего инновационного внедрения в развитие взаимоотношений с vip–клиентами является ЗАО «Альфа–Банк», который запустил специализированный информационный интернет–ресурс A–Club.by для vip–клиентов, которые обслуживаются в единственном на территории Беларуси отделении «А–Клуб». Интернет–сайт данного сервиса представляет собой информационный продукт, отражающий специфику и уникальный сервис обслуживания премиум–

клиентов ЗАО «Альфа-Банк», в том числе специально разработанные для клиентов Клуба финансовые и банковские продукты. На сайте посетители могут узнать об особенностях обслуживания vip-клиентов, ознакомиться с условиями специальных банковских продуктов, эксклюзивных нефинансовых сервисов и оформить online-заявку на обслуживание в этом отделении ЗАО «Альфа-Банк». Прямо с сайта посетитель может по Skype позвонить в контакт-центр «Альфа-Консультант» или персональному менеджеру А-Клуба и в любое время суток задать любые вопросы [1].

Необходимо отметить также ОАО «Приорбанк», который первым в Республике Беларусь предложил удаленное обслуживание для vip-клиентов. Услуга называется Premium Direct и работает следующим образом: у каждого vip-клиента есть персональный менеджер, по всем вопросам нужно связываться с ним. Общение происходит по телефону, через интернет-банк или электронную почту. Документы для подписания клиенту доставляет курьер. Банк осознанно не использует программное обеспечение для видеозвонков, предоставляемое бесплатно сторонними организациями, так как данные системы не гарантируют полную конфиденциальность. Для того чтобы стать клиентом vip-обслуживания, нужно соответствовать одному из двух финансовых критериев:

1. среднемесячная сумма регулярных зачислений на текущие счета (в том числе с выпуском карточки) за последние 6 месяцев должна быть не менее 1 тысячи евро в эквиваленте;
2. среднедневные остатки на текущих и депозитных счетах за последние 6 месяцев должны составлять не менее 30 тысяч евро в эквиваленте [2].

Несмотря на то, что спектр возможностей vip-обслуживания довольно широк, пожалуй, самым востребованным и ценным элементом этого сервиса является персональный менеджер. В зависимости от политики банка такой специалист может проконсультировать по текущим продуктам, согласовать индивидуальные условия по существующим продуктам или разрабатывать для клиента эксклюзивные варианты под его потребности. Основной задачей банков должны стать партнерские отношения с клиентами в финансовых вопросах. Поэтому персональные vip-менеджеры должны также иметь специальную подготовку и высокий уровень знаний банковских продуктов, досконально знать банковское и валютное законодательство, основы гражданского и налогового права, уметь общаться с состоятельными людьми, а также знанием иностранных языков. Найти подобные качества в одном человеке не является самой простой задачей, поэтому подбор и обучение персонала необходимо вести на перманентной основе [3].

В этой связи, хотелось бы также отметить, что эффективность большинства применяемых в банках систем мотивации сотрудников клиентских служб при работе с наиболее ценными клиентами недостаточно высока. Это связано с их ориентацией на краткосрочное стимулирование продаж. Мы считаем, что существует необходимость улучшения механизма мотивации vip-менеджеров, которая будет предусматривать разделение ежемесячного вознаграждения менеджера на фиксированную выплату (оклад); стимулирующую часть, напрямую зависящую от эффективности работы vip-менеджера; и премию за лояльность – надбавку сотрудникам, длительное время работающим в кредитной организации. Ее использование способствует развитию долговременных партнерских отношений, как с наиболее привлекательными клиентами, так и с персоналом банка [3].

Таким образом, очевидно, что, белорусскому сегменту частного банковского обслуживания предстоит еще достаточно большая работа по усовершенствованию существующих услуг и процедур, доведению до должно – высокого уровня профессионализма менеджеров, технического снабжения, инновационного наполнения, организационного обеспечения продуктов vip-обслуживания. Введение и расширение инновационных банковских услуг должно сочетаться с постоянным развитием традиционных направлений обслуживания клиентов. Таким образом, применение принципов, раскрытых выше, позволит белорусским банкам занять место на внутри белорусском рынке и занять уверенную позицию со стратегической перспективой создания условий, при которых потенциальным клиентам не придется пользоваться аналогичными сервисами зарубежных банков даже вне Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Официальный сайт ЗАО «Альфа-Банк», – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/>. Дата доступа: 16.02.2016
2. Официальный сайт ОАО «Приорбанк», – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/>. Дата доступа: 16.02.2016

3. Ванькова О., Камионский С. Персональный менеджер: один в поле не воин /О. Ванькова, – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.i2r.ru/static/296/out_8926.shtml. Дата доступа: 16.02.2016