

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБСЛУЖИВАНИЮ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ БАНКА

*Е.А. Илюшина, 4 курс
Научный руководитель – Е.А. Хрусь, ассистент
Полесский государственный университет*

Усиление конкуренции на рынке банковских услуг для корпоративных клиентов, обостряемой приходом на белорусский рынок и активной деятельностью зарубежных банков, требует от банков сосредоточения на корпоративной клиентской стратегии. Она, в свою очередь, должна быть построена на принципе клиентоориентированности, стратегического партнерства, персонализации и индивидуализации.

Принцип клиентоориентированности предполагает ориентацию банка не на свой продукт как таковой, а на реальные потребности клиентов. При этом банки отказываются от принудительного навязывания услуг и акцентируют внимание на максимальном удовлетворении нужд клиентов.

Кроме того, конкуренцию обострила либерализация условий осуществления экономической деятельности, поскольку сейчас юридическим лицам и ИП разрешено открывать более 1 расчетного счета, причем не обязательно в одном банке. Естественно, что у субъектов хозяйствования будет возможность сравнить уровень и качество обслуживания в разных банках.

Эволюция банковского обслуживания корпоративных клиентов привела к все более широкому применению пакетов услуг. Пакетное обслуживание привлекательно как для банка, так и для клиента. Преимущество подобных сделок для банка заключается в том, что клиент сразу приобретает большее количество услуг; регулярное поступление вознаграждения за обслуживание данного пакета; «привязка» клиента к банку; комплексное обслуживание наиболее привлекательно для потенциальных клиентов и повышает лояльность реальных клиентов. Удобство для клиента, приобретающего пакет услуг в том, что в банках, как правило, разработаны несколько вариантов комплектации бизнеса, т.е. существует возможность выбора наиболее оптимального, разработки индивидуальных тарифов, скидок за постоянное обслуживание. Кроме того, стоимость комплекта услуг немного ниже, чем стоимость стандартного приобретения каждой услуги в отдельности. Приобретая пакет услуг, клиент получает «все и сразу», а также возможность получения консультационных услуг и др. доп. услуг, экономию времени для обращения в банк для совершения операций и оформления документов. Недостатком для клиентов является то, что, приобретая пакет услуг, он нередко платит за те банковские услуги, к которым он возможно и не прибегал.

Основной потребностью современного корпоративного клиента является мобильность, комфортность и постоянство контроля над его финансовой ситуацией.

Одним из основных трендом белорусских банков является применение компьютерных технологий в обслуживании корпоративных клиентов, внедрение высокотехнологичных услуг, связанных, в частности, с интернет-технологиями, электронными деньгами. Развитию долгосрочного сотрудничества с клиентом способствует применение системы «Клиент–Банк», которая представляет собой многофункциональный комплекс, позволяющий клиентам банка осуществлять в режиме реального времени платежи, а также получать широкий спектр актуальной финансовой информации без непосредственного обращения в банк, что способствует реальной экономии денежных средств предприятия, рабочего времени персонала, ускорению документооборота и расчетов. Эту систему активно продвигают Беларусбанк, Белагропромбанк, Паритетбанк, Приорбанк, Белинвестбанк и другие.

Система "Интернет-Банк" предоставляет возможность получения самой оперативной информации о состоянии счетов и позволяет совершать банковские операции в режиме реального времени, находясь в офисе или далеко от него, через сеть Интернет.

В целом, рассматривая рынок систем дистанционного банковского обслуживания, можно отметить, что около 81% банков РБ применяют систему «Клиент-Банк» и 39% активно используют Интернет-банкинг. Расширение услуг виртуального банка за счет предоставления большего числа различных финансовых продуктов – один из факторов удержания конкурентной позиции банка. В настоящее время банки предлагают клиентам услугу мобильного банкинга (Белвнешэкономбанк, Белагропромбанк, Технобанк, Альфа-банк), а также применяют услуги e-mail-оповещение клиентов (Белорусский индустриальный банк, Технобанк) и др. Широко используются и наиболее востребованы со стороны юридических лиц услуги с использованием корпоративных пластиковых

карточек (предлагают более 55% банков) и реализация зарплатных проектов через банковские карты.

В качестве новых сопутствующих ведению бизнеса банковских услуг получило развитие расчетное обслуживание юридических лиц с использованием системы штрихового кодирования. Она способствует оперативной обработке и исполнению документов банком, повышению надежности проведения платежей и реальной экономии денежных средств и времени при посещении офиса банка. В настоящий момент услугу активно предлагают БПС-банк, Белгазпромбанк, Франсабанк и Абсолютбанк. Для удержания клиентов банки используют возможность предоставления бесплатного ПО (Паритетбанк), оказание таможенных услуг (Белорусский народный банк, Технобанк, Белсвиссбанк).

Персонализация и индивидуальный подход характеризуются определением реальных потребностей клиентов. В процессе общения и анализа взаимоотношений с клиентом необходимо определить, каковы те конкретные, персональные формы банковского обслуживания, в которых он нуждается, и разъяснить ему необходимость и выгоду их покупки. Если раньше банк предлагал стандартный набор банковских продуктов, то сегодня он должен разработать новые виды услуг, которые специально адресованы конкретным группам клиентов. Реализация индивидуального подхода нашла свое отражение в разработке индивидуального пакета услуг (комплектация бизнеса), персональных тарифов, а также в предоставлении банком персональных менеджеров для ведения дел клиента и оказания консалтинговых услуг. Индивидуальный подход активно применяют Приорбанк, Сомбелбанк, Беларусский Банк малого бизнеса, Белросбанк, Трастбанк и другие.

В современной ситуации для коммерческого банка важно из общего массива корпоративных клиентов выделить наиболее приоритетные группы для фокусировки усилий по повышению эффективности взаимодействия с ними. Это привело к распространению, так называемого, VIP-обслуживание приоритетных клиентов. Обслуживание VIP-клиентов практикуют крупные системообразующие банки (Беларусбанк, Приорбанк, Белагропромбанк), а также некоторые коммерческие банки (Банк ВТБ (Беларусь), Альфа-банк, Белросбанк).

В любом случае, на современном этапе развития банковской системы взаимоотношение банка с корпоративным клиентом должно строиться на основе взаимовыгодного партнерства и сотрудничества.

Список использованных источников

1. Гафурова Д. Финансовые инновации в отечественной банковской системе/ Д.Гафурова// Финансовый бизнес. – 2008.-№5.-с.28-30
2. Банковская система РБ. [Электронный ресурс]. Код доступа: <http://www.nbrb.by/system/banks.asp> Дата доступа: 19.02.2010
3. Попенко С. Формирование корпоративной клиентской стратегии коммерческого банка/ С. Попенко//Банкаўскі веснік. – 2009. - №13(450). – с.41-46