

*Е.А. Илюшина,**Факультет банковского дела, 5 курс*

Обслуживание корпоративных клиентов является одним из приоритетных направлений осуществления банковской деятельности. Поскольку, любой бизнес без четко разработанных действий, анализа внешней среды, расширения предложений становится нерентабельным, то сегодняшний этап клиентских отношений банка – формирование выигрышных стратегий в развитии и поддержании лояльности клиентов. Корпоративный клиент – это юридическое лицо или группа лиц, имеющие договорные отношения с банком о предоставлении банковских продуктов и услуг на стандартных или персонализированных условиях, обслуживание которых для банка является достаточно рентабельным с учетом всех показателей.

Расширение клиентской базы является одним из направлений маркетинговой стратегии любого банка. При этом банку необходимо найти клиента, привлечь, удержать и «вырастить» или развить своего клиента, т. е. заинтересовать его в постоянном потреблении банковских продуктов именно этого банка. Важнейшую роль в осуществлении маркетинговой деятельности в банке играют выяснение нужд и желаний клиентов, разработка банковских продуктов, формирование цены, доведение информации до потребителей и предоставление им продукта по наиболее подходящим каналам [1, с.313].

Основными потребностями современного корпоративного клиента являются мобильность, комфортность и постоянство контроля над его финансовой ситуацией. Поэтому организация корпоративного клиентского бизнеса банка должна включать в себя продуманную сегментацию клиентской базы, четко организованную систему обслуживания клиентов, систему оценки «ценности» клиентов для банка, активную работу по разработке новых банковских продуктов, привлекательную ценовую политику, совершенствование каналов взаимодействия с клиентами, а также широкое применение современных технологий.

ОАО «БПС-Банк» является одним из ведущих банков Республики Беларусь. Имея мощную ресурсную базу, ориентацию на обслуживание крупных промышленных предприятий и организаций торговли, развитую филиальную сеть, он составляет серьезную конкуренцию другим банкам в обслуживании корпоративных клиентов. Особое внимание со стороны банка отдается разработке эффективных схем организации корпоративного клиентского бизнеса. В целях повышения качества взаимовыгодного сотрудничества с клиентами в банке применяется дифференцированный подход к различным категориям клиентов. Из общей массы клиентов в ОАО «БПС-Банк» выделяется особая категория наиболее важных – ключевых клиентов банка. Ключевой клиент – крупный, особенно значимый для банка клиент, обслуживание которого требует особого внимания. Критериями отнесения клиентов к статусу ключевых выступают длительность отношений с банком (не менее 1 года), подключение клиента на РКО, величина доходов, полученных банком от обслуживания клиента (не менее 500 млн. бел. руб. в год), величина среднесрочной кредитной задолженности клиента (не менее 1,5 млрд. бел. руб.), величина среднесрочных остатков на текущих, депозитных и других счетах клиента (не менее 500 млн.руб). При сопровождении и обслуживании ключевых клиентов применяется «клиентоориентированный» подход. Оказание ключевым клиентам стандартных услуг, связанных с РКО, осуществляется, как правило, без посещения последни-

ми банка. В том числе с использованием системы ДБО «BS-Client». Выдача наличных денежных средств на командировочные и представительские расходы производится с использованием корпоративных пластиковых карт [2]. В целях определения «ценности» клиента в банке разработана методика определения его доходности, исходя из соотношения доходов, полученных банком от обслуживания клиента, и понесенных при работе с ним расходов.

На протяжении 2008-2010 гг. основными тенденциями изменения клиентской базы ЖДО ОАО «БПС-Банк» в г. Гомеле является сокращение числа клиентов (с 585 до 562) и увеличение числа открытых счетов (за 2009 г. увеличение на 327 счетов). Росту клиентской базы на 65 клиентов в первом полугодии 2010 г. способствовало проведение специализированной акции для юридических лиц и ИП. Наибольший удельный вес в структуре счетов, открытых корпоративным клиентам, занимают текущие (расчетные) счета (70,28% от общего числа открытых счетов по состоянию на 01.01.2010) и счета по учету кредитной задолженности (11,53%), в том числе и просроченной (8,38%). Активно корпоративные клиенты используют и услуги внешнеторгового финансирования (аккредитивы). Доля счетов по их учету составляет 5,76%.

Ключевыми клиентами ЖДО ОАО «БПС-Банк» по состоянию на 01.01.2010 г. являются предприятия: РУП «Гомельстроймет», Государственное предприятие «ГЗЛИН», ОАО «Гомельстройматериаль», РУП «Гомельский ВРЗ», РУП «Гомельское отделение БЖД», РУП «Гомельмаш», ОАО «Гомельстекло».

Одним из современных направлений обслуживания корпоративных клиентов является использование компьютерных технологий, позволяющих ускорить проведение операций, максимально сократить затраты времени на посещение банка клиентом, сделать услуги банка более доступными и удобными клиенту [4]. Наиболее популярной и востребованной среди корпоративных клиентов услугой в ЖДО ОАО «БПС-Банк» является система штрихового кодирования. Количество ее пользователей по состоянию на 01.07.2010 составило 420 клиента. Из 58 новых клиентов количество желающих ускорить процесс обработки платежных инструкций путем использования штрихкодирования составило 34 клиента. 83 клиента посчитали более удобным для себя сократить количество посещений банка и отправлять платежные инструкции через систему Банк-клиент. Пользователями SMS-выписки по счету в основном являются индивидуальные предприниматели. Однако данная услуга, а также системы Интернет-клиент и Мобильный банкинг еще не достигли особого распространения среди клиентов.

При обслуживании корпоративных клиентов стандартные схемы оказываются не эффективными, поэтому для удержания и развития клиента, организации взаимовыгодного сотрудничества, участия в развитии бизнеса клиента используется индивидуальный подход, который также заключается в определении нестандартных условий сотрудничества, установке индивидуальных цен и тарифных планов. В ОАО «БПС-Банк» используется система трансфертного ценообразования, которая служит основой для установления договорных с клиентом цен в отделениях и филиалах. В случае, когда рыночные условия требуют установления процентных ставок, превышающих действующие трансфертные цены (по продуктам привлечения) или находящиеся ниже действующих трансфертных цен (по продуктам размещения), отделения банка могут устанавливать индивидуальные трансфертные цены для отдельных клиентов. Также ОАО «БПС-Банк» предлагает своим клиентам различные тарифные планы, которые учитывают потребности различных групп клиентов, их обороты, специфику деятельности и являются для клиента более выгодными, чем, если бы он платил за каждую услугу в отдельности.

Таким образом, организация корпоративного клиентского бизнеса в ОАО «БПС-Банк» является не только достаточно продуманной, но и привлекательной для клиентов (с учетом доступности и открытости информации, организации офисов и действующей в банке корпоративной этики). В качестве основных направлений совершенствования системы обслуживания корпоративных клиентов могут выступать более детальная сегментация клиентской базы, внедрение и применение индивидуального подхода к определенной группе клиентов (предоставление персональных менеджеров), мониторинг корпоративных клиентов, широкое применение инструментов лояльности, привлекательные тарифы, совершенствование каналов взаимодействия с клиентами. Также банку следует обратить внимание на разработку клиентской политики. Клиентская политика банка – документ, определяющий конкретные задачи в работе по формированию эффективной клиентской базы, их ресурсное обеспечение, приоритеты, систему контроля за исполнением данного докумен-

та [3, с.24]. Клиентская политика выступает в качестве эффективного инструмента определения приоритетов в работе с клиентами.

Список использованных источников

1. Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.А. Алексунин. – М.: издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 516 с.
2. Положение «Об определении статуса ключевого клиента ОАО «БПС-Банк» №01-04/243: утв. Генеральным директором 31.05.2006, текст по состоянию на 15.09.2009.
3. Чижов, Н.А. Управление клиентской базой банка: практ. пос-е. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2007. – 284 с.
4. Официальный сайт ОАО «БПС-Банк» [Электронный ресурс]. Режим доступа – www.bpsb.by . Дата доступа: 29.09.2010.