

**Консалтинговая компания
ФИНИСТ**

Разработка маркетинговых
стратегий на финансовом
рынке



Выпуск 2

2 декабря 2005

г. Москва, Нахимовский пр-т, 32, оф. 600
<http://www.finistconsult.ru>
info@finistconsult.ru
+7 (095) 725 90 28

Одним из основных событий в банковском ритейле за прошедший между выпусками период является выход на финансовый рынок «Седьмого континента». Магазины и до этого уже начали отнимать у банков отдельные финансовые услуги — прежде всего, кредитование с помощью страховщиков, но новые события имеют куда большие последствия. Более того, они описывают очень вероятную тенденцию дальнейшего развития банковского ритейла — быстрое развитие аутсорсинговой инфраструктуры для продаж финансовых услуг. Создавать свои сети дорого и долго, а, учитывая, что банки не используют прозрачных и проверенных критериев при оценке мест локализации офисов, часто и просто не эффективно.

Развитие аутсорсинговой инфраструктуры, обеспечивающей доступ к конечному потребителю, снимает с банков существенную на-

грузку и позволяет более четко прогнозировать издержки, которые заключаются в комиссионных аутсорсинговой компании.

Торговые сети являются самым привлекательным проводником банковских услуг, ведь, по сути, значительная часть банковских услуг обеспечивает процесс потребления граждан, а если конкретнее, то оплату покупок (снятие наличных в банкомате, оплата товара посредством карты, пополнение карточного счета, кредитование или овердрафт). Если все эти операции, предшествующие факту оплаты покупки будут предоставляться магазину потребителем экономит на поездках в банк, на пользовании банковскими услугами.

Западный опыт тоже говорит в пользу развития финансовых услуг на базе торговых сетей. Видимо, мы ничуть не отстаем.

Значительный потенциал для аутсорсинга содержат платежные системы. Прежде всего, национальные (локальные), которые более гибко могут реагировать на конъюнктуру потребительского рынка, нежели международные. К тому же, они вполне могут обслуживать основные локальные финансовые операции граждан, на которые приходится свыше 70% операций с пластиковыми картами.

Конечно, банковские сети не исчезнут и даже вырастут в размерах в ближайшие годы. Просто придется более детально просчитывать открытие каждой новой точки и делить растущий рынок с растущими конкурентами из торговли, страхования, а также с независимыми брокерами финансовых услуг, продающих клиентам лучшие финансовые продукты на рынке, используя аутсорсинговую инфраструктуру.

В этом выпуске:

- | | |
|---|----------|
| Круглый стол «Качество банковского обслуживания: методы оценки и практическая значимость» | 2 |
| Текущее обслуживание посетителей торговых центров: продавать финансовые услуги ?! Впрочем, уровень сервиса ... | 3 |
| Возможности для развития аутсорсинговых каналов приема платежей по кредитам | 4 |
| Динамика качества телефонного обслуживания клиентов: банки продолжат расширение инфраструктуры | 5 |
| Образовательное кредитование: влияние заемных средств на выбор учебного заведения | 6 |



Круглый стол «Качество банковского обслуживания: методы оценки и практическая значимость»

20 января 2006 года в Московской Международной Финансово-банковской школе состоится круглый стол «Качество банковского обслуживания: методы оценки и практическая значимость».

Цель круглого стола:

Обсуждение методов и результатов исследований качества банковского обслуживания, формирование актуальной повестки исследований в этой области, обмен мнениями между специалистами различных банков.

Программа круглого стола:

10:00 – 10:30

Смирнов М.А., генеральный директор Консалтинговой компании ФИНИСТ – Методы внешней оценки качества банковского обслуживания

10:30 – 11:00

Внутренние оценки качества обслуживания и практическая значимость подобных исследований (докладчик уточняется)

11:00 – 11:40

Обсуждение практики исследований качества обслуживания в банках

11:40 – 12:00

Кофе-брейк

12:00 – 12:30

Лобковский В.А., консультант ФИНИСТ – Результаты исследования качества банковского обслуживания малого и среднего бизнеса

12:30 – 13:00

Обсуждение результатов исследования, обсуждение конкретной методики исследования, формирование актуальной повестки исследований

Участники круглого стола получают комплект раздаточных материалов, включающий краткую версию отчета Консалтинговой компании ФИНИСТ «Оценка качества банковского обслуживания малого и среднего бизнеса».

Стоимость участия: 1500 рублей

По вопросам участия в круглом столе обращаться по тел. 943-98-42

или e-mail: info@ifbsm.ru

Выпуск Вестника организован в формате электронной подписки.

Периодичность — раз в 2 месяца.

Если Вам интересно получать Вестник, просим направить запрос на info@finistconsult.ru, указав имя, должность и контактные данные.

Текущее обслуживание посетителей торговых центров: продавать финансовые услуги?! Впрочем, уровень сервиса ...

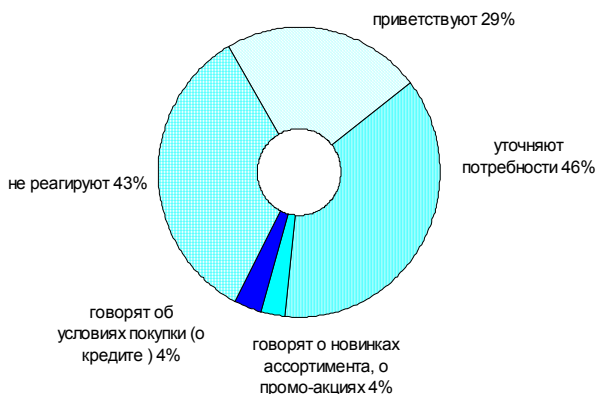
Исследование порядка 50 торговых центров и автосалонов Нижнего Новгорода показало, что модель обслуживания посетителей на сегодня в значительной мере похожа на обслуживание в банковских офисах — КЛИЕНТ ДОЛЖЕН ВСЕ СДЕЛАТЬ САМ.

В частности, реакция со стороны персонала торговых центров на посетителей наблюдается в 57% случаев, из них уточняют потребности — в 46,4% случаев (от 100% все случаев реагирования), приветствуют — в 28,6% случаев, и рассказывают о новинках — в 4% случаев.

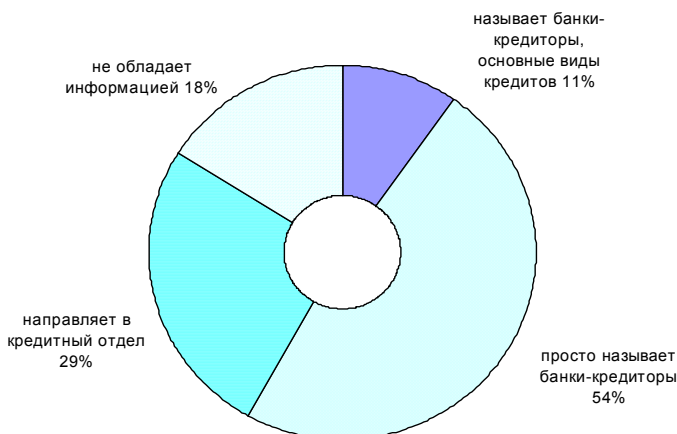
Вероятно, тактика поведения сотрудников торговых центров направлена на формальное соблюдение лишь внутренних регламентов магазина и исключает учет интересов партнеров магазина — например, персонал даже не пытается использовать возможность приобретения товара в кредит как инструмент продаж: в 71% случаев обслуживающий персонал старается кратко ответить на вопрос клиента и «расстаться» с ним, либо направить его к специалисту по кредитам. Подробно описали возможность приобретения товара в кредит лишь в 11% протестированных торговых центрах.

Интересно, что в автосалонах ситуация еще хуже — лишь в 17% случаев у посетителя уточняют цель визита, в 3% случаев его приветствуют. Таким образом, лишь в 20% случаев на входящего в автосалон потенциального клиента обращают внимание, а в остальных случаях клиент предоставлен самому себе. Это при том, что посетителей в автосалонах, как правило,

Специфика взаимодействия обслуживающего персонала торговых центров с потенциальными клиентами (в % от исследованных торговых центров)



Реакция обслуживающего персонала на вопрос о кредите (в % от исследованных торговых центров)



мало и у персонала есть возможность взаимодействовать практически с каждым.

Но даже при обращении к сотрудникам автосалона значительного повышения их активности также не наблюдается. Лишь в половине случаев после просьбы сотрудник делает предварительный расчет кредита, с последующей их распечаткой.

Достаточно часто (44% случаев) потенциальному клиенту предлагается рекламный материал о кредите того или

иного банка, однако содержание данных материалов не позволяет удовлетворить запросы клиента, ответить на его вопросы. Вместе с тем, подробные консультации по запросам клиентов предоставляются только в каждом третьем случае. Еще реже клиенту указывают на выгоду кредита.

Очевидно, что продавать покупателям еще и финансовые услуги для исследованных объектов было бы весьма затруднительно...

«...персонал даже не пытается использовать возможность приобретения товара в кредит как инструмент продаж...»

Возможности для развития аутсорсинговых каналов приема платежей по кредитам

Наиболее распространенным способом оплаты наличными является оплата в кассе банка заемщика.

Исследованные в июне текущего года ФИНИСТ 27 московских банков принимают оплату в офисах своих банков, более того, операторы телефонных служб заверяли, что оплата будет принята в любом из офисов банка, что вызывает некоторое сомнение, поскольку часто офисы, расположенные в торговых и сервисных фирмах (магазины мебели, автосалоны, туристические фирмы) принимают наличные только по оплате их услуг.

Пополнить кредитный счет можно безналичным переводом из другого банка. При этом банком, переводящим деньги, взимается комиссия в размере от 30 рублей до 3% от суммы производимого перевода. Данная комиссия устанавливается каждым банком индивидуально. Только в Дельта банка при переводе на кредитный счет средств из СДМ-банка и Московского индустриального банка комиссия не взимается.

Оплата наличными возможна и через банкомат. Эта услуга доступна в трети исследованных банков. Через банкомат можно оплатить кредит как наличными, так и безналичным переводом с карты банка кредитора. Плюсом банкоматов является их круглосуточная работа.

В 3 из 9 банков, принимающих наличные через банкомат – Союз, Росбанк, Международный Московский банк – работал только 1 банкомат, принимающий наличные – непосредственно в офисе банка, то есть оплата текущего

платежа по кредиту увязана с посещением офиса банка.

Еще одной возможностью является оплата наличными в кассу магазина-партнера. Такая возможность существует в Альфа-банке. Текущие платежи по кредиту принимаются в магазинах Dixis, оплата производится в кассу магазина, при этом взимается комиссия в размере 1% от суммы платежа.

С помощью терминалом моментальной оплаты происходит прием и зачисление наличных средств на кредитный счет клиента. Этим способом погашения кредита могут воспользоваться клиенты Альфа-банка, Дельта банка и банка Зенит.

Почтовый перевод практикуют банки Возрождение, Русский стандарт, ХКФ-банк и Финанс банк. Основанием для оплаты является квитанция, выдаваемая заемщику при взятии кредита. Из-за большой рас-

пространенности почтовых отделений этот способ оплаты очень удобен, однако при оплате почтой взимается комиссия в размере 1% от суммы перевода. К тому же, почтовые отделения по размеру очередей не уступают, а то и опережают Сбербанк.

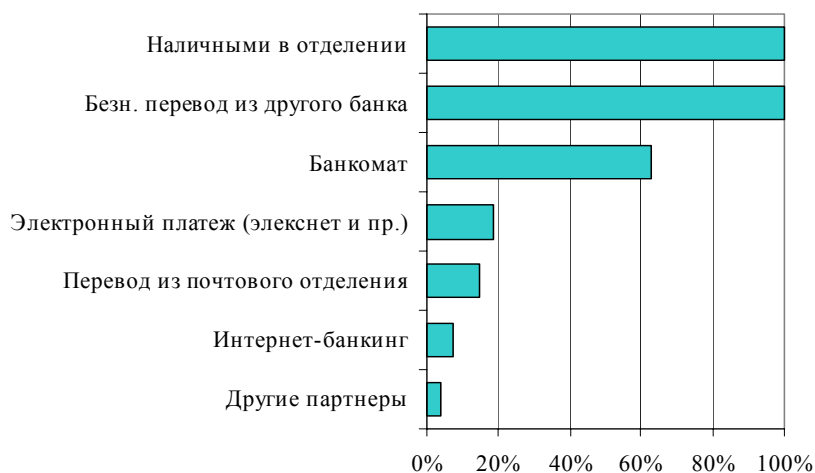
В 5 банках (18% от общего числа) текущий платеж можно произвести в системе Интернет-банк.

В Альфа-банке также принимаются платежи через систему Яндекс-деньги, при этом взимается комиссия – 1%.

Очевидно, что наибольшее развитие в ближайшее время должны получить удаленные каналы платежей, в т.ч. за счет расширения функциональности банкоматов (прием наличных средств, прием карт других банков), за счет открытия аутсорсинговых точек пополнения баланса в торговых сетях, расширения использования населением Интернет-каналов обслуживания.

Возможность погасить кредит без посещения банковского офиса могут предоставить более 60% банков

Возможности погашения кредита с использованием собственной инфраструктуры банков и инфраструктуры партнеров



Динамика качества телефонного обслуживания клиентов: банки продолжают расширение инфраструктуры

Розничные банки интенсивно развивают каналы дистанционного обслуживания клиентов, в т.ч. телефонные службы.

Так, по сравнению с предыдущим исследованием, доступность информационно-справочных служб несколько увеличилась, прежде всего за счет изменения формата работы информационно-справочных служб.

Лишь каждый третий клиент дозвонится с первого в колл-центр банка, однако это на 7% лучше, чем в пре-

дыдущем исследовании.

Наивысшая доступность информационно-справочных служб у банков Петрокоммерц, Zenit, Инвестсбербанк, в них доступность информационно-справочных служб достигает 95%. Наименьшая доступность выявлена в банках Русский стандарт и банк Москвы, здесь результативным будут лишь 25-30% входящих звонков.

При этом у ряда банков, в частности Русский стандарт и Сбербанк, отмечены дни, когда ни один из звонков не

был результативен.

По сравнению с предыдущим исследованием значительно улучшилась доступность информационно-справочных служб банков Авангард, Сити-банк и Сбербанка, значительно ухудшилась доступность для клиентов информационно-справочных служб банка Москвы и Русский стандарт.

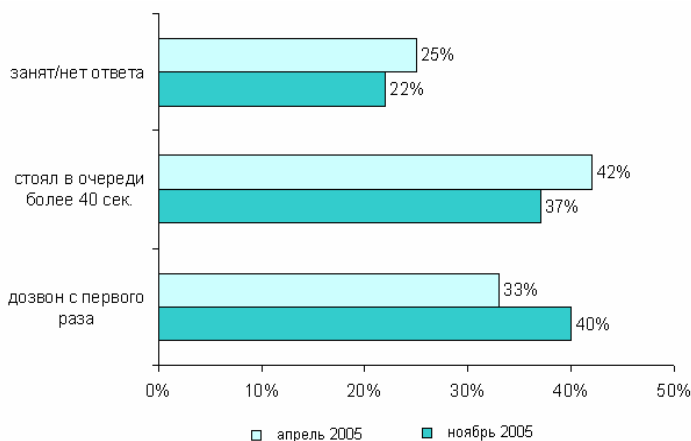
Необходимо отметить, что произошло существенное улучшение доступности телефонных служб по временным интервалам— если в предыдущем, весеннем исследовании наблюдался сильный провал в обслуживании утренних звонков, то сейчас ситуация выправилась.

При этом, наибольшая доступность информационно-справочных служб исследованных банков наблюдалась в период с 17 до 18 часов (91% принятых звонков). Наименьшая доступность наблюдалась вечером с 20 до 21 часа, когда не принимается каждый четвертый звонок, правда, в т.ч. и по той причине, что телефонные службы ряда банков завершают рабочий день в 20 часов.

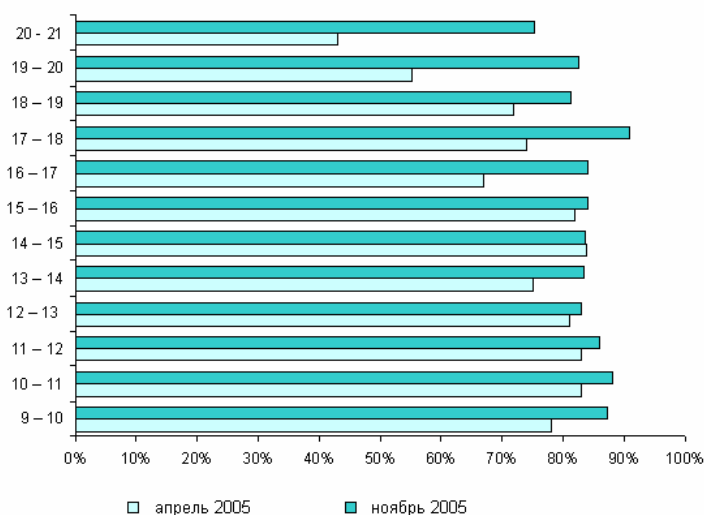
В ближайшем будущем, как показал опрос банков, расширение пропускной способности телефонных служб продолжится (запланировано более, чем 90% опрошенных банков), что должно позволить банкам выйти на гарантированные сроки обслуживания клиентов при обращении через телефон.

«...расширение пропускной способности телефонных служб продолжится (запланировано более, чем 90% опрошенных банков)...»

Изменение общей доступности телефонных служб московских банков за период апрель-ноябрь 2005



Изменение доступности телефонных служб московских банков по времени суток за период апрель-ноябрь 2005



Образовательное кредитование: влияние заемных средств на выбор учебного заведения

Одной из задач исследования рынка образовательных кредитов, проведенного ФИНИСТ весной 2005 года, являлась оценка влияния заемных средств на выбор места обучения абитуриентами.

Результаты исследования показали, что в Москве возможность использования заемных средств позволила бы сменить место обучения 42% из тех, кто интересуется коммерческим кредитом, и 58% из тех, кто заинтересованы только в беспроцентной субсидии.

При этом примерно для половины респондентов, сменивших бы место обучения на другой российский ВУЗ или факультет, наличие заемных средств, в первую очередь, рассматривается как возможность обучения в том ВУЗе и/или на том факультете, которые первоначально были выбраны абитуриентами, но в которые они не смогли попасть.

Для трети респондентов, сменивших бы место обучения на другой российский ВУЗ или факультет, наличие заемных средств – это возможность поступать в тот ВУЗ и на ту специальность, куда попасть они и не планировали (во многом, из-за отсутствия соответствующих средств на подготовку к поступлению и оплате обучения).

В наибольшей степени готовность к смене учебного заведения, но не специальности, проявляют студенты гуманитарных и лингвистических ВУЗов (табл. 9). Для них это вопрос выбора более престижного ВУЗа, попасть в который они и не планировали в год поступления

(точность поступления среди экономистов и гуманитариев высока: большинство из них поступило в тот ВУЗ и на ту специальность, на которую готовились – табл. 10).

Из респондентов, готовых сменить и учебное заведение, и специальность, больше всего студентов технических и технологических ВУЗов. Это те молодые люди, которые планировали получить другую специальность, но не смогли поступить в выбранное учебное заведение (табл. 10). Таких примерно 40% от всех опрошенных из технических и технологических ВУЗов.

При наличии заемных средств в западное учебное заведение больше всего пробовали бы поступать нынешние студенты экономических, гуманитарных и лингвистических ВУЗов. Это также вопрос выбора более престижного учебно-

го заведения.

Сравнение московских данных с данными, полученными в ходе аналогичного исследования в Нижнем Новгороде, выявило весьма различные мотивации к использованию кредитных средств. Так, для большинства московских студентов заемные средства – это способ попасть в то учебное заведение, куда они готовились, но не смогли удачно сдать вступительные экзамены. Для студентов Нижнего Новгорода заемные средства – это возможность попробовать поступать в тот ВУЗ, в который они и не пытались бы поступать при отсутствии достаточных финансовых ресурсов. То есть, если в столице займ позволяет осуществить уже сформировавшиеся планы, то в регионе возможность заемных средств оказывает влияние на формирование решения о выборе учебного заведения.

В Москве возможность использования заемных средств позволила бы сменить место обучения более, чем 40% респондентов, заинтересованных в привлечении кредита на обучение

Влияние возможности привлечения заемных средств на выбор места обучения

	Интересующиеся	
	ком. кредитом	гос. субсидией
Я поступал(а) бы в тот же ВУЗ и на тот же факультет, где сейчас учусь	58%	44%
Я поступал(а) бы в тот ВУЗ, где сейчас учусь, но на другой факультет	11%	12%
Я поступал(а) бы в другой ВУЗ, но на тот факультет (специальность), на котором сейчас учусь	4%	14%
Я поступал(а) бы в другой ВУЗ и на другой факультет (другую специальность)	8%	11%
Я поступал(а) бы в западный ВУЗ	19%	19%
Всего	100%	100%