

С финансовым комфортом

Банковскую систему называют кровеносной системой экономики. Поэтому немаловажно отслеживать, насколько надежно она функционирует в целом и как чувствуют себя отдельно взятые банки. Как в ОАО «Промсвязьбанк» сотрудничают с малым бизнесом, на что делают ставку в рознице, как стараются отвечать на запросы клиентов и вызовы времени, что такое репутация банка и как ее сохранять? Эти вопросы стали основой нашего разговора с региональным директором операционного офиса «Тверской» Ярославского филиала ОАО «Промсвязьбанк» Андреем ПРОЦЕНКО

— Андрей Михайлович, как бы вы назвали то, что происходит в банковском секторе в настоящее время — медленное выздоровление или затихшие перед очередной волной кризиса?

— Причины всех экономических явлений, которые мы видим сейчас, — это и диспропорции в международной экономике, и перекосы в отечественной. Они стали очевидны в 2008 году. И по сей день до конца не преодолены. Однако нужно четко осознавать: сегодня наш российский рынок лучше подготовлен к новым «волнам». Предприятия менее закредитованы, банки более ликвидны, опыт руководства в кризисной ситуации у всех свежий. К тому же у России бюджетный профицит, довольно низкая безработица. Очень важно, что произойдет завтра, особенно это касается экономических решений в Европейском союзе и ситуации на Ближнем Востоке. Мы очень внимательно следим за всеми тенденциями и корректируем свою бизнес-стратегию с учетом этих реалий.

— Традиционный вопрос перед 17-м днем рождения банка, который вы будете отмечать в мае: какими успехами можете похвастаться?

— За прошедший год, например, такими: успешный перезапуск розницы и рост розничного кредитного портфеля по итогам 2011-го более чем на 20%, а сегмента малого и среднего бизнеса (МСБ) — на 43%, что почти вдвое превышает среднерыночные показатели. За прошлый год активы банка увеличились на 18% и составили 563 млрд рублей, чистая прибыль по международным стандартам отчетности выросла до 5,2 млрд рублей, более чем в два раза превысив аналогичный показатель годом ранее. Банк планирует раз-



местить еврооблигации на 500 млн долларов США, готовится к IPO и не видит проблем с ликвидностью. Наш прогноз по чистой прибыли на 2012 год — в районе 9 млрд рублей.

— Хорошие показатели — и планы хорошие. Андрей Михайлович, а из чего, на ваш взгляд, складывается репутация банка?

— Первое — это надежность. Если кто-то подводит партнеров, вряд ли можно вести речь о какой-либо репутации в принципе. Второе — профессионализм, что подтверждает большое число наших постоянных клиентов, для которых мы предлагаем специальные программы лояльности. Можно к репутации отнести гибкость, эффективность. В банковском деле — это быстрота решения проблемы. Немаловажно такое понятие, как комфорт. Мы и дальше будем нести дополнительные затраты для обеспечения удобства клиентов: например, приняли публичные стандарты качества обслуживания, которые раньше «обкатывались» в подразделениях Промсвязьбанка в Москве, Оренбурге и Омске. «Пилот» доказал свою состоятельность, и с начала марта они внедрены по всей стране. Публичные стандарты качества включают в себя четыре правила. Первое: в офисе банка сотрудники обращаются к клиенту в течение трех минут. Второе: время ожидания клиентом ответа оператора банка при звонке в контакт-центр банка не превышает одной минуты. Третье: клиенты с детьми до семи лет обслуживаются вне очереди. И четвертое: любой отзыв о работе банка принимается им немедленно, обратная

связь будет получена клиентом в течение трех рабочих дней. Если клиент заметил несоответствие этих правил и реального обслуживания, то в качестве компенсации за их нарушение получит от банка сувенир — плед с логотипом банка, зонтик или фотоальбом. В случае более серьезных нарушений предусмотрены скидки на услуги. Для получения бонусов клиенту достаточно обратиться к сотруднику офиса банка или в контакт-центр и рассказать ему о нарушении стандарта. В ходе пилотно-

Промсвязьбанк

За прошлый год активы банка увеличились на 18% и составили 563 млрд рублей, чистая прибыль по международным стандартам отчетности выросла до 5,2 млрд рублей, более чем в два раза превысив аналогичный показатель годом ранее.

го тестирования этих стандартов, которое проходило в течение трех месяцев, бонусы в виде пледов получили около 50 клиентов. Как показала практика, стандарт, который чаще всего не исполняется, — это время соединения с оператором контакт-центра. Так наши клиенты помогают нам совершенствовать качество обслуживания.

— Вы сказали, что в ближайшей перспективе больший упор будете делать на розницу. В прошлом году довольно успешно стартовали с ипотекой. Чего ожидать в этом?

— Вы знаете, кризис позволил банку критически

переосмыслить свою модель розничного бизнеса. Мы пересмотрели все процессы, начиная от методов привлечения клиентов и заканчивая сбором проблемной задолженности. С февраля 2011 года перезапустили ипотеку: стартовали с продуктами для вторичного рынка жилья, а после аккредитации компаний-застройщиков стали кредитовать клиентов и на покупку жилья на первичном рынке. В результате в декабре прошлого года был поставлен своеобразный рекорд: мы выдали ипотечных кредитов на сумму почти в 700 млн рублей. Для сравнения: до кризиса мы выдавали таких кредитов не более 200 млн рублей в месяц.

— А как вы оцениваете финансовое здоровье своих корпоративных клиентов, предприятий малого и среднего бизнеса?

— Стоит отметить, что в корпоративном кредитном портфеле Промсвязьбанка уровень просрочки снизился до 5,2%. По сегменту МСБ эта цифра еще меньше — сейчас она составляет порядка 3%, что ниже, чем в среднем по рынку. Работа, начатая в самые трудные для промышленности кризисные времена, пока не завершена, но динамика положительная. Могу уверенно сказать, что банк доказал свою клиентоориентированность даже на этапе выдачи кредита, а именно тогда, когда

пересмыслить свою модель розничного бизнеса. Мы пересмотрели все процессы, начиная от методов привлечения клиентов и заканчивая сбором проблемной задолженности. С февраля 2011 года перезапустили ипотеку: стартовали с продуктами для вторичного рынка жилья, а после аккредитации компаний-застройщиков стали кредитовать клиентов и на покупку жилья на первичном рынке. В результате в декабре прошлого года был поставлен своеобразный рекорд: мы выдали ипотечных кредитов на сумму почти в 700 млн рублей. Для сравнения: до кризиса мы выдавали таких кредитов не более 200 млн рублей в месяц.

— Первое — оперативность в принятии решений, второе, как я уже говорил, — качество сервиса. Чем дольше предприятие МСБ кредитруется в нашем банке, тем больше мы ему доверяем, поэтому имеем возможность предложить более гибкие условия. Например, для постоянных клиентов можем снизить ставку на 1% годовых по сравнению со стандартными условиями. Кроме того, к постоянному заемщику предъявляются менее строгие требования к залого: так, банк может принять в залог товар в обороте в тех случаях, когда обеспечением обычно служит недвижимость или транспорт. Плюс мы предлагаем не только кредитную линейку, но и расчетно-кассовое обслуживание, инкассацию, интернет-банкинг, эквайринг. Комплексное обслуживание всегда выгоднее с точки зрения стоимости и экономии на операционных расходах. Порядка трети всех кредитов в сегменте малого и среднего бизнеса в нашем банке уже сегодня выдается на инвестиционные цели. Бизнес может получить финансирование в удобной форме: разовая выдача, возобновляемые или невозобновляемые кредитные линии, овердрафты, индивидуальные графики с учетом особенностей, например, сезонности бизнеса. Также клиенты могут рассчитывать на отсрочку погашения основного долга до полугодия.

— Промсвязьбанк в России работает практически везде — от Калининграда и Мурманска до Владивостока и Благовещенска. Можете оценить экономический климат в регионах? Где, например, самый активный малый бизнес?

— На первом месте (на эти области приходится порядка 45% кредитов, которые мы выдали предпринимателям) традиционно Центральный федеральный округ. На втором месте Приволжский федеральный округ (около 19%), на третьем — Сибирский (13%).

— Промсвязьбанк неоднократно назывался пользователями одним из самых технологичных по тем возможностям, которые он дает пользователям для работы через интернет-банк. А как еще вы используете всемирную паутину?

— Начали активно общаться со своими клиентами в социальных сетях. Мы настроены на интерактив — запущена, к примеру,

функция «Звонок в банк из Facebook», которой нет ни у одного из конкурентов. Только за январь-февраль со странички в Facebook в банк позвонили почти сто человек. Сейчас очень популярно оставлять через соцсети сообщения о своем местонахождении — банк задумался, как использовать этот механизм. Человек, отменившийся в каком-нибудь из офисов Промсвязьбанка, тут же получал предложение оформить карту «Хорошее настроение». Только за февраль это предложение активировали более тысячи раз. Наш диалог в соцсетях имеет и образовательный характер. Один из читателей новостей банка в Twitter осенью 2011-го стал аспирантом, ему была эмитирована карта. Это была его первая банковская карта в жизни, он даже не знал, как и где ее получать, как пользоваться. Написал у себя на страничке — банк оперативно ответил на вопросы. В итоге довольный клиент не только активировал карту, но и открыл вклад!

— Можно сказать, что Промсвязьбанк следует всем модным тенденциям?

— Если быть профессионалом высокого класса это модная тенденция, то, естественно, следует. В конце прошлого года в рамках национальной премии в области бизнеса «Компания года» Промсвязьбанк был назван самым клиентоориентированным в России. Чем это подтверждается для частного клиента? Например, у нас процентная ставка по кредиту устанавливается индивидуально для каждого заемщика. Если у человека хорошая кредитная история, если он работает долгое время на стабильном предприятии, если он является нашим зарплатным клиентом, ему гарантирована пониженная ставка по кредиту. У нас приветствуются и развиваются инновации. Любой из сотрудников может внести предложение по улучшению работы банка, зарегистрировать его на корпоративном сайте — оно в обязательном порядке будет рассмотрено и в случае целесообразности внедрено в практику. Финансовые механизмы борьбы за клиента рынком уже практически исчерпаны — ставки по вкладам и кредитам сопоставимы почти у всех банков. Поэтому мы большое внимание уделяем сервису, работе с персоналом, производительности труда. Мы хотим, чтобы на вопрос, нравится ли вам обслуживаться в Промсвязьбанке, любой наш клиент отвечал однозначно: «Да!»

Алла ВОЛОШИНА