

Банки нашли способ преодолеть кризис. Российские кредитные организации сосредоточились на оказании премиальных услуг. Обслуживание состоятельных клиентов всегда было самым надежным направлением банковского бизнеса, отмечают собеседники «Коммерсантъ FM».

Российские банки сделали ставку на премиальное обслуживание. Кредитные организации начали активно развивать этот вид бизнеса, говорится в исследовании компании Frank Research Group. Эксперты выясняли, кто сейчас самый сильный игрок в сегменте премиум-банкинга в стране. Первое место досталось Райффайзенбанку, в тройку лидеров вошли Альфа-Банк и ВТБ24.

Исследование прошло в несколько этапов. Сначала эксперты собрали всю информацию из открытых источников: официальных веб-сайтов банков и ответов колл-центров. Эта информация проверялась тайными покупателями – потенциальными клиентами. Они оценивали несколько критериев. Среди них, к примеру, – комфорт в общей и премиальной зоне обслуживания и работа персонального менеджера. Собранная информация была проверена в самих банках. Затем эксперты опросили 35 действующих клиентов банков рейтинга, чтобы определить, насколько важны те или иные критерии. Отдельно учитывались оценки тайных покупателей. Больше всего баллов давалось за банковские услуги и привилегии. Это, в частности, предложения по премиальным банковским картам, условия обслуживания и небанковские привилегии. В число последних вошли страхование путешественников, сопровождение и перевозка ценностей. Также важную долю заняли инвестиционные возможности.

Премиальное обслуживание предлагается тем клиентам банков, кто уже вышел за пределы массовой категории, но по уровню состояния еще не может пользоваться услугами private banking. Как отмечают авторы исследования, это люди с ежемесячным доходом свыше 200 тыс. руб. Кроме того, их суммарные активы должны составлять от 2,5 до 10 млн руб. Несмотря на кризис, качество и количество услуг премиум-банкинга в России растет. Это отметила эксперт Frank Research Group Любовь Прокопова.

«Все банки очень активно развивают свои предложения. Качество премиальных зон улучшилось. Если раньше премиальная зона выглядела просто как кабинет персонального менеджера, то теперь банки иногда под премиальную зону выделяют целые этажи. Банки концентрируются не только на банковских услугах, но и не банковских, то есть на предложениях в отношении привилегий в направлении

путешествий, таких как Priority Pass. Страховка становится нормой жизни для премиального обслуживания, увеличивается страховое покрытие, страховка начинает распространяться и на членов семьи. Теперь банки предлагают такую услугу, как личное финансовое планирование. Подход стал более зрелый», – пояснила Проколова «Коммерсантъ FM».

Премиальное обслуживание – один из самых стабильных видов банковского бизнеса, и сейчас это перспективный источник прибыли. Так считает директор по развитию сегмента «Состоятельные клиенты» Промсвязьбанка Глеб Нарожных.

«Поскольку банки сейчас сильно заинтересованы в ликвидности и в клиентах, которые могут что-то дать банку, ориентация на то, чтобы работать именно с этими клиентами, очевидна. Это наибольшие остатки на счетах, это наибольший доход с точки зрения комиссии. Эти клиенты самые надежные. С точки зрения затрат на одного клиента они не такие дорогие, но с точки зрения дохода они гораздо выше. То есть если брать доход от одного масс-клиента по сравнению с affluent-клиентом, то разница может быть в два-три раза. Эти клиенты достаточно активно покупают все кросс-продукты, что тоже дает дополнительный доход. Поэтому, конечно, те, которые могут себе позволить, ориентированы на программы для affluent-клиентов», – рассказал Нарожных «Коммерсантъ FM».

Помимо основного рейтинга, эксперты Frank Research Group составили дополнительный список на основе опроса игроков рынка. Его лидером стал Альфа-Банк. Райффайзенбанк получил второе место.

Источник: [Коммерсантъ FM](#) , 22.07.15

Автор: Пономарева Л.