

Призрак революции банковского маркетинга: «молодые драконы» российского рынка депозитов.



Депозитная гонка, рожденная кризисом, показала: на этой стезе банки способны продемонстрировать примеры сверхскоростного развития.

Объем депозитов физических лиц - неизменно растущая величина российского банковского рынка. Кризис не поколебал этого тренда, даже несмотря на панику октября 2008 года. Уже в 2009 году объем средств физических лиц на банковских счетах вырос на 26,7% - до 7,5 трлн. руб.

Означает ли это, что пресловутое «благосостояние народа» не пострадало от кризиса? Отнюдь. Депозитная база значительно сузилась - сейчас в банки несут деньги в основном те, кто от кризиса не пострадал. Большая часть российского населения по-прежнему вообще не имеет сбережений. Согласно результатам всероссийского опроса, проведенного Национальным Агентством Финансовых Исследований (НАФИ) и рейтинговым агентством «Эксперт РА», чаще всего население по-прежнему хранит деньги под матрасом. Это верно как в среднем по России (39% опрошенных поступают именно так), так и по высокодоходным группам населения (30%). Банковский вклад находится лишь на втором месте в перечне вариантов сбережений (23%).

Недостаточная популярность банковских вкладов в России объясняется как недоверием к банковской системе и боязнью потерять деньги, так и тем, что для российского населения хранить средства в наличной форме дома более привычно, нежели нести их на депозит.

Ольга Кузина, генеральный директор НАФИ, отмечает, что для населения выгодность и надежность вложений взаимосвязаны. В первую очередь, вкладчики выбирают наиболее надежные банки, а затем сравнивают их предложения по выгодности. И, между прочим, выбрать вид вклада и, тем более, разобраться во всех деталях, становится все труднее. Вклады усложнились: теперь некоторые из них можно пополнять, другие же нельзя, в ряде программ предусмотрена дифференцированная ставка в зависимости от срока снятия средств и объема вложения и т.д. И, как утверждают эксперты, внятного законодательства относительно того, какие условия банковских вкладов законны, а какие - нет, до сих пор не существует.

Ассоциация региональных банков «Россия» выступила с инициативой по созданию сберегательных сертификатов, условия по которым будут схожи с условиями по срочным вкладам. Иными словами, снять средства со сберегательного сертификата досрочно будет невозможно, однако эти ценные бумаги можно будет продавать и закладывать. Инициативу поддержало Министерство финансов. В данный момент законопроект находится на согласовании в правительстве.

Только без паники!

Между тем значение депозитов для банков в ходе кризиса только выросло.

По словам **Олега Иванова**, вице-президента Ассоциации региональных банков России, до кризиса на депозиты физлиц приходилась шестая часть пассивов, сейчас - четвертая. А это означает, что риск кризиса ликвидности возрос. Ведь если случится паника и последует банкротство, то следствия могут быть непредсказуемыми. Причем многие банки почти перестали страховать себя от опасности массового изъятия средств, предлагая клиентам возможность забирать средства досрочно без потери, либо с небольшой потерей процента.

Зачаток банкротства возник в конце 2008 года, когда глобальные финансовые проблемы только начинались. Тогда население, опасаясь за сохранность своих средств, практически в массовом порядке снимало со счетов средства. Но уже в 2009 году наступил переломный момент, когда граждане убедились, что хранение денег в банке по-прежнему весьма безопасно, и в стремлении нивелировать воздействие инфляции вновь несли средства в банки.

К тому же, опасаясь нестабильности, люди стали больше сберегать и меньше тратить. По словам **Елены Речкаловой**, члена правления и управляющего директора блока «Розничный бизнес» банка «Траст», кризис действительно изменил отношение граждан к тратам и сбережениям денежных средств. Люди стали более ответственно подходить к формированию резервов на непредвиденные нужды, и именно банки сыграли роль таких «зачаек», где можно не только сохранить, но и приумножить свои сбережения.

Кроме того, инвестиции на фондовом рынке в кризис были чрезвычайно убыточны. В

кризис биржевые индексы просели более чем на 70%. В 2009 году фондовый рынок несколько восстановился, но до докризисных значений ему еще далеко. Тем паче, в полном соответствии со старым анекдотом, «хоть золотые ложечки нашлись, но осадок остался». Люди сегодня не готовы играть на бирже столь же азартно и истово, как до кризиса.

Депозитный бум с прибабасами

Для самих банков «чес» по депозитам стал одним из основных инструментов пополнения ликвидности. Посему вклады принимали под максимальный процент. С начала 2010 года, когда на повестку дня вновь встала активизация кредитной деятельности, депозиты любой ценой уже не нужны. Банкинг требует более дешевых депозитов.

Тем паче, что Центробанк в 2009 году решил поставить депозитные ставки под контроль.

Борьба с высокими ставками по рублевым депозитам началась осенью 2009 года. И хотя до сих пор можно найти предложения, сулящие до 14% годовых, в большинстве случаев ставки упали вдвое-втрое от 18-20% годовых, предлагаемых весной 2009-го. Снижение было стремительным. Если в июле 2009 года средняя ставка топ-10 крупнейших банков по объему розничных депозитов составляла 14,85%, то в конце июня 2010 года она равнялась 9,28%. **Михаил Задорнов**, президент-председатель правления ВТБ 24, сообщил Bankir.ru, что снижение ставок по депозитам, впрочем, как и по кредитам, продолжится. Конечно, на несколько процентов они упасть уже не смогут, однако потенциал для движения вниз еще остался.

Поговаривают, что ЦБ, вслед за ужесточением контроля за уровнем ставок по рублевым депозитам, намерен заняться и валютными. И банки, которые будут предлагать свыше 10,5% годовых под валютные депозиты, рискуют покинуть Систему страхования вкладов.

Кстати, сама ССВ сняла вопрос степени доверия. Сегодня все банки, принимающие депозиты, симметричны в плане надежности.

Итог всего:

Во-первых, цена депозита перестала быть главным фактором привлечения вкладчиков.

Во-вторых, надежность банков идентична и обеспечивается госгарантией.

Осталась лишь одна возможность - конкурировать на сервисе и дополнительных «прибамбасах».

По последнему пути двинулись многие банки. Вкладчикам предлагали бонусы и подарки - например, интересный тур и т.п. Но магистральным способом привлечения клиентов это не стало. Согласно опросу НАФИ и рейтингового агентства «Эксперт РА», лишь 5% населения целенаправленно ищут вклады с такими предложениями. Впрочем, если в 2008 году только 8% респондентов отмечали, что были бы рады подарку, то в 2010 году этот показатель возрос почти в 3,5 раза и составил 29%. При этом число людей, полагающих, что если дарят подарки, то экономят на процентной ставке, сократилось до 13% в 2010 году против 23% в 2008 году.

Некоторым банкам удалось привлечь средства за счет хорошо поставленных рекламных кампаний. Причем именно в последнее время банки стали использовать нетрадиционные для них каналы, особенно - в Интернете. По словам **Ивана Захарова**, руководителя интернет-компании NEWNET.ru, занимавшейся рекламной кампанией самого успешного на депозитном поприще СМП-банка, из масштабных рекламных кампаний в Интернете запомнились новогодние программы, когда банки договаривались с крупными интернет-порталами, такими как Яндекс или Мэйл.ру, о рекламной поддержке, и предлагали клиентам принять участие в виртуальных конкурсах, например, на лучшую новогоднюю фотографию. Некоторые банки наладили сотрудничество с социальными сетями. Так, например, Сбербанк дарил всем желающим из числа пользователей Одноклассников.ру виртуальную зеленую свечку. А другой крупный игрок рынка «кредитовал» популярную игру «Ферма».

Как банки деньги привлекали

И вот тут выявилась любопытная картинка. Как только конкуренции за счет размера ставок пришла на смену конкуренция «рекламно-маркетинговая», на российском депозитном рынке тут же проявились мощные лидеры. Причем ими стали отнюдь не тяжеловесы из первой «двадцатки» российских банков, а, скорее, те банки, которые на депозитном рынке можно назвать «молодыми драконами». Именно они продемонстрировали результаты, которые можно назвать выдающимися.

СМП-банк - увеличение депозитного портфеля за год почти на 380%. Мастер-Банк - 175% прироста за тот же период. Национальный банк «Траст» - 167%. «Хоум Кредит» - 143%

Сегодня можно констатировать: маркетинговые стратегии этих банков в сфере привлечения депозитов можно считать примером - если не для подражания, то, как минимум, для изучения.

Причем одним из основных инструментов этих стратегий стало реформирование депозитной линейки.

Елена Речкалова («Траст») рассказала Bankir.ru, что с целью максимального удовлетворения запросов клиентов в конце прошлого года - начале текущего банк «Траст» вводил новые вклады и менял функционал существующих. При этом банк внимательно следил за рыночной конъюнктурой. По словам Речкаловой, осуществлялось и активное маркетинговое сопровождение срочных вкладов, направленное на информирование клиентов о нововведениях в линейке депозитов.

По словам **Екатерины Царьковой**, начальника управления маркетинга и рекламы СМП-банка, линейка депозитов этого банка была богата интересными предложениями, такими как вклад «Финансовый множитель» (с сохранением заявленных ставок при досрочном востребовании вклада при сроке нахождения средств от 30 дней); i-вклад, который можно оформить через интернет; депозит «Аэробонус», проценты по которому перечисляются на ко-брендовую карту «СМП Аэрофлот Бонус», и их можно сразу же (!) тратить и получать за это мили. Кроме того, клиентов привлекли ставки СМП-банка, которые снижались не так сильно, как у конкурентов. При этом размер ставок был абсолютно адекватен рыночной ситуации и обоснован. Свою роль в привлекательности организации для размещения средств сыграло и наличие широкой сети офисов.

Любопытно при этом, что специальную маркетинговую кампанию с целью привлечения средств частных лиц на депозиты СМП-банк не проводил. Среди вкладчиков, разместивших средства в конце 2009 - начале 2010 годов, высок процент постоянных клиентов банка. То есть во многом сыграла свою роль не гонка за клиентом с улицы, а умелая работа с уже имеющимися клиентами.

Также прежде всего на лояльность была рассчитана и политика банка «Уралсиб», который разработал предложения для уже существующих клиентов. Например, клиент мог продлить срок вклада на более выгодных условиях, также выросли процентные ставки на наиболее востребованные краткосрочные депозиты, возобновил работу мультивалютный вклад, который позволял размещать и конвертировать средства в рамках трех валют - рубли, доллары и евро.

Все в Сеть

Иван Захаров рассказал Bankir.ru, что основным направлением привлечения вкладчиков в 2009-10 годах стал Интернет. Классические способы привлечения, как, например, наружная реклама, ТВ и радиореклама, постепенно уходят в прошлое из-за своей дороговизны и слишком низкой эффективности. «Как человек, на протяжении последних лет активно интересующийся вопросами представления банков в Интернете, могу сказать, что только за последний год количество рекламодателей среди банков в Интернете увеличилось в разы, - отметил Захаров. - Наблюдается и качественный сдвиг - если раньше банкиры в основном заказывали баннерную или контекстную рекламу, и привлекали клиентов только за счет огромных бюджетов, то сегодня они ищут в Интернете уже своего, целевого клиента. И находят. Если посмотреть на динамику привлечения вкладов в коммерческие банки, то самые быстрые темпы мы увидим именно у тех банков, которые ищут своих вкладчиков в Интернете».

Многие банкиры, поверив в то, что Интернет - потенциально богатая клиентами среда, верстают рекламные и маркетинговые бюджеты уже только в сегменте Интернета, уделяют внимание как развитию собственных сайтов, так и представлению банков на других сайтах в Интернете. Еще пять лет назад, к примеру, online-заявка на кредит была только у трех-четырех банков. Сейчас же такая заявка есть на сайте у каждого второго банка.

Изменилось и само отношение к интернету. Сейчас банкиры все чаще задумываются о

вложениях в Сеть, которые принесут эффект через полгода-год, в то время как раньше все ждали результатов в течение месяца. «Я наблюдаю движение банков в еще одном интернет-направлении. - добавил Захаров. - Сегодня многие банковские маркетологи общаются на форумах, ведут банковские блоги, создают группы в социальных сетях, собирают мнения в рейтингах и всячески развивают все формы сетевых контактов с клиентами. Мне думается, именно за этим направлением банковского маркетинга будущее».

Что дальше?

Понадобятся ли новые формы привлечения депозитов банкам в дальнейшем?

Александра Лозовая, заместитель начальника аналитического отдела независимого аналитического агентства «Инвесткафе», напомнила в интервью Bankir.Ru, что депозиты физлиц - одни из самых дорогих ресурсов для банков. Тем не менее, многие кредитные организации либо не имеют возможности пользоваться его альтернативами - межбанковскими кредитами, облигационными займами и привлечением средств от ЦБ или коммерческих организаций под залог ценных бумаг (РЕПО). Или попросту предпочитают... не связываться с этими альтернативами.

Этот подход имеет свои риски. Нередки случаи, когда банк привлекает довольно дорогие краткосрочные депозиты со стороны населения и выдает длинные кредиты промышленным предприятиям. Однако, как правило, кредитная организация в таком раскладе может рассчитывать на поддержку со стороны государства. Такие прецеденты уже были. Лозовая рассказала, что, например, в прошлом году московский БТА-банк (ныне АМТ-банк) сначала существенно нарастил объем привлеченных средств от населения, но затем ему пришлось обратиться в ЦБ за пролонгацией беззалогового кредита. Регулятор пошел навстречу банку, и БТА успешно выровнялся на рынке. Да и вообще, если у банка много депозитов физических лиц, то всегда есть основания претендовать на государственную помощь в случае наступления тяжелых времен, напоминают эксперты.

Так что депозиты, судя по всему, были и остаются одним из глобальных ресурсов для банков. Причем их роль в жизни после кризиса только вырастит. Остается наблюдать, какие стратегии работы на депозитном рынке выйдут в ближайшей перспективе на повестку дня.

Победители ралли

Автор: Administrator
31.10.2012 18:19 -

TOP-10 банков России по объему депозитов физических лиц на июль 2010 года

Банк	Регион	Депозиты физических лиц	Изменение депозитов физ.
1	Сбербанк России Москва	3587	10,81% 22,63%
2	ВТБ 24 Москва	425	16,64% 32,59%
3	Банк Москвы Москва	149	6,34% 13,71%
4	Газпромбанк Москва	131	17,29% 37,57%
5	Райффайзенбанк Москва	100	-5,88% 2,04%
6	МДМ Банк Новосибирск	100	20,85% 174,08%
7	РоссельхозБанк Москва	91	27,88% 67,17%
8	Росбанк Москва	90	-8,24% 10,17%
9	Уралсиб Москва	88	23,96% 50,23%
10	Промсвязьбанк Москва	85	6,70% 40,59%

Источник: Sravni.ru

TOP-10 банков России по приросту депозитов физических лиц *

Банк	Регион	Депозиты физических лиц	Изменение депозитов физ.
1	Северный морской торговый банк (СМТБ) Москва	22	133,50% 379,80%
2	Мастер-Банк Москва	22	86,25% 174,99%
3	Русский Стандарт Москва	33	52,34% 139,71%
4	Москомприватбанк Москва	17	47,30% 118,02%
5	ТрансКредитБанк Москва	26	46,16% 111,25%
6	Траст Москва	61	39,76% 167,10%
7	Московский Индустриальный Банк Москва	4	36,17% 86,93%
8	Русь-Банк Москва	24	31,83% 75,72%
9	Хоум Кредит энд Финанс Банк Москва	15	30,56% 143,33%
10	РоссельхозБанк Москва	91	27,88% 67,17%

* рейтинг составлен среди 50 крупнейших банков по объему депозитов физических лиц

Источник: Sravni.ru