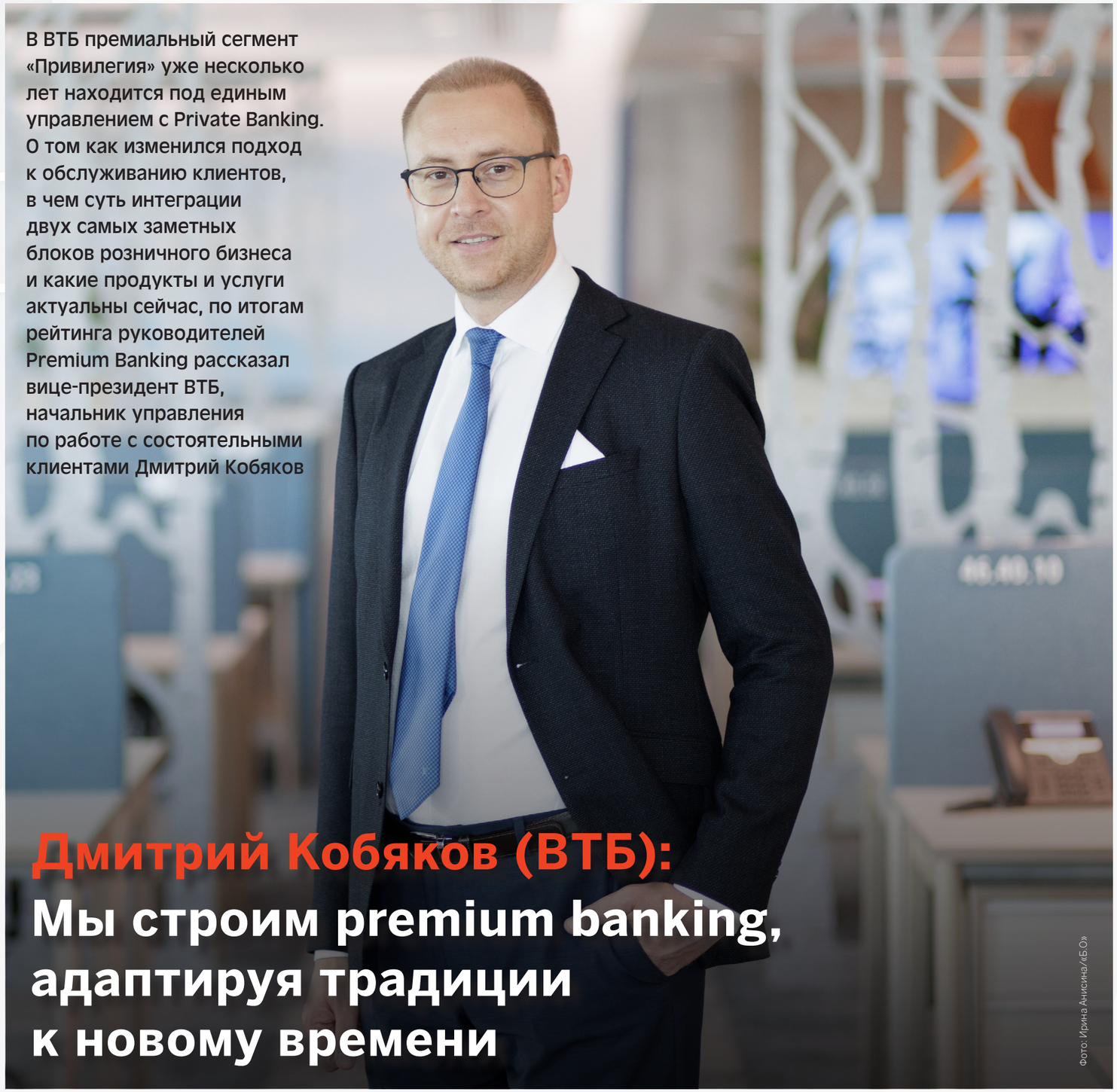


В ВТБ премиальный сегмент «Привилегия» уже несколько лет находится под единым управлением с Private Banking. О том как изменился подход к обслуживанию клиентов, в чем суть интеграции двух самых заметных блоков розничного бизнеса и какие продукты и услуги актуальны сейчас, по итогам рейтинга руководителей Premium Banking рассказал вице-президент ВТБ, начальник управления по работе с состоятельными клиентами Дмитрий Кобяков

Дмитрий Кобяков (ВТБ): Мы строим premium banking, адаптируя традиции к новому времени

Фото: Ирина Анисина/«БО»

— Дмитрий, как вы оцениваете достаточно смелое решение ВТБ объединить работу с сегментами Private Banking и Premium Banking под единым управлением, что изменилось?

— Действительно, для рынка такое решение было новым, до этого ни один банк не объединял всех состоятельных клиентов под единым управлением. Сейчас эта структура уже применяется и в других банках. Практика показала эффективность нашего выбора. Во-первых, интеграция позволила тиражировать лучшие практики работы в Private Banking на сегмент «Привилегия», сделать подход к предложению продуктов более индивидуальным и комплексным, сфокусироваться на обслуживании как самого клиента, так и членов его семьи. Во-вторых, она способствовала внедрению технологичных решений, имеющих значение на большой базе и оптимизирующих бизнес-процессы. Мы стали удобнее, адаптивнее, усилили сервисы в цифровых каналах, расширили линейку услуг, пересобрали полностью наши пакеты. Стали за три года качественно другими. Это привело к увеличению базы клиентов и средств под управлением и отразилось на оценке отраслевого сообщества: в 2023 году ВТБ впервые вошел в топ-3 лучших банков в сегменте Premium Banking по версии Frank Research Group, а в 2024 году вы нас оценили еще на ступень выше.

— В последнее время многое изменилось как в мире, так и «под капотом» банковских решений. Какие тенденции в Premium Banking вы можете обозначить?

— Сейчас само понятие банковского обслуживания трансформируется, появляется более детальное профилирование состоятельной аудитории. Важны сбалансированная оценка и релевантное предложение в зависимости от уровня дохода, инвестиционных предпочтений, риск-профиля и ожиданий клиента. Краеугольный камень в построении долгосрочных отношений — гибкий подход, инициатива и умение работать с обратной связью, в том числе с опорой на технологии, CRM-системы. Сейчас нельзя для такого неоднородного сегмента, как «Привилегия», предлагать стандартные решения или одинаковые продукты, важно учитывать их уместность и точность.

Другая тенденция — развитие как финансовых продуктов, так и нефинансовых сервисов для всей семьи. Высоких ставок теперь недостаточно, чтобы завоевать доверие состоятельной аудитории, поэтому мы стали развивать партнерские программы, lifestyle-услуги и, конечно, перезапустили программу лояльности. Главное, чем она теперь отличается от того, что есть в других банках, — высокий и честный кешбэк, причем рублями. Каждый клиент может сам выбирать те категории вознаграждения, которые актуальны именно для него, и при необходимости менять этот выбор.

Говоря о работе с мнением клиентов, я не преувеличиваю. Мы регулярно проводим исследование предпочтений, анализируем, что нужно добавить, что востребовано на рынке и что стоит внедрить. Так, мы заметили запрос на комфортные путешествия и деловые поездки и сразу сделали с «Аэрофлотом» кобрендинговую дебетовую карту платежной системы «МИР» для сегментов «Привилегия» и Private Banking. За все покупки по карте «ВТБ-Аэрофлот» будут начисляться мили программы «Аэрофлот Бонус»: 3 мили за каждые потраченные 90 рублей по карте «Привилегия».

— А если коснуться развития классических финансовых продуктов, какие сейчас актуальны на финансовом рынке и что предлагает ВТБ?

— Сейчас уверенный тренд на сбережения. Центробанк дал достаточно четкий

Банк, который заинтересован в долгосрочном партнерстве, предложит наилучшие условия не на один-два месяца, а на более длительный срок, чтобы клиент остался надолго и привел всю семью

Для такого неоднородного сегмента, как «Привилегия», нельзя предлагать стандартные решения или одинаковые продукты, важно учитывать их уместность и точность

сигнал рынку о сохранении жесткой денежно-кредитной политики до конца года. Все говорит о том, что это лучший момент, чтобы зафиксировать высокие ставки.

В условиях высоких значений ключевой ставки особенно интересны инструменты, доходность которых к ней привязана. Если ключевая ставка будет выше, то и доходность повысится. Квалифицированным инвесторам мы предлагаем трехлетние облигации с плавающим ежемесячным купоном, а вкладчикам — вклад-флоатер для защиты сбережений от инфляции.

— Значит, высокие ставки все же имеют значение…

— Безусловно, и все же при выборе банка нужно не только смотреть на ставку в момент открытия вклада или руководствоваться лишь информацией на рекламном баннере. Очевидно, что факторов выбора больше. Обращайте внимание на срок действия акционных условий и повышенных ставок, на наличие дополнительных улучшенных предложений для вкладчиков, например льготных условий по кредитам, простой и выгодной программы лояльности, на широкий набор сервисов, например оплату ЖКХ без комиссии, на простой клиентский путь. И главное — на надежность эмитента, устойчивость и масштаб бизнеса.

Важным преимуществом банка становится также его разветвленная сеть — клиент может не только получить оперативную помощь по текущим вопросам в онлайн-каналах, но и решить любой более сложный вопрос с менеджером в офисе.

Отмечу: банк, который заинтересован в долгосрочном партнерстве, предложит наилучшие условия не на один-два месяца, а на более длительный срок, чтобы клиент остался надолго и привел всю семью.

— На что обратить внимание инвесторам, какие инвестиционные стратегии оптимальны?

— Мы не стремимся давать общие советы, поэтому настоятельно рекомендую обращаться к финансовым консультантам за четким обзором рынка и аудитом конкретного инвестиционного портфеля. Однако есть достаточно понятные стратегии и ориентиры.

Не теряют актуальности консервативные решения в виде облигаций надежных эмитентов, а также фонды денежного рынка. Российский рынок дает хорошие возможности и для инвестиций в акции: индексы растут, появляются новые IPO. Здесь стоит опираться на внутренние драйверы, которые обеспечивают рост экономики, сейчас могут быть интересны IT-сектор, разработчики софта — все, что связано с импортозамещением в этой сфере и технологическим суверенитетом, потребительский и финансовый секторы. Устойчивы также традиционные секторы экономики.

Способы инвестирования на фондовом рынке — прежние и понятные клиентам. Это открытие брокерского счета с самостоятельным ведением операций или с подключением услуги инвестиционного консультанта либо вложения в ПИФы.

Инвесторы продолжают искать пути для диверсификации портфеля. Видим растущий интерес к юаню, который подогревается в том числе высокими ставками по депозитам в китайской валюте. У ВТБ наиболее интересное предложение — до 6,5% годовых. Юань действительно стал надежной альтернативой для замещения таких валют, как доллар и евро.

Еще один (наверное, самый простой) инструмент, который не требует глубокой экспертизы, это золото или инвестиционные монеты, которые хеджируют риск девальвации рубля. Мы также фиксируем стабильный интерес к металлу в обезличенной форме.

— ВТБ заслужено занял второе метро в нашем рейтинге. Как вы думаете, какие достижения или подходы привели к такому результату?

— ВТБ — это банк, который снимает «головную боль» с клиента в части финансового благополучия. Мы подбираем самые выгодные предложения и объясняем их преимущества понятным языком. Наша задача — быть там, где клиент, то есть обеспечить получение продукта в любой точке, где удобно нашим клиентам, быть в любом канале: онлайн, по телефону, в офисе, банкомате, через курьера.

Параллельно мы много делаем для развития семейного обслуживания. Фокус на том, чтобы клиентам и их близким было удобно с ВТБ — неважно, платежный ли это стикер для ребенка или финансовая консультация по инвестициям. Как семейный банк мы предлагаем и реферальные программы.

К тому же сейчас полным ходом идет процесс интеграции с «Открытием». Предлагая лучшие практики двух банков, мы делаем обслуживание в ВТБ выгодным, становимся еще ближе и удобнее. Например, у нас расширилась география продажи физического золота, услуги advisory, или инвестиционного консультирования, в состоятельном сегменте. Также мы считаем стратегически важным вывод легких продуктов консультирования (Advisory Lite) в цифровые каналы для клиентов с меньшими чеками, но с растущим запросом на экспертизу.

Наша цель — быть внимательным помощником в сохранении благосостояния, максимально оперативно подхватывать вопросы и давать самые качественные решения. Мы хотим адаптировать наш опыт и традиции банковского дела к новым реалиям, к современным запросам и духу времени. Б.О