

Дмитрий Кобяков (ВТБ): Банки должны генерировать выгоду для клиентов

Выиграть в конкуренции за премиального клиента ВТБ удается, сочетая технологичность и уникальное продуктовое предложение. Подходами и видением рынка с «Б.О» поделился Дмитрий Кобяков, вице-президент, начальник управления по работе с состоятельными клиентами «Привилегии» ВТБ



Текст
ЕКАТЕРИНА КАЦ,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**

— Дмитрий, «Привилегия» ВТБ в 2023 году впервые за долгое время активно участвовала в исследовании Frank Research Group. И сразу заняла третье место в рейтинге лучших премиальных банков. По итогам 2024-го — уже второе. Что именно стало драйверами роста и претендуете ли вы в 2025 году на абсолютное лидерство?

— В 2025 году мы тоже планируем участие и, да, претендуем на первое место в рейтинге. Если говорить о драйверах роста, сразу отмечу наш пакет услуг. Он регулярно адаптируется и становится все более привлекательным для премиальных клиентов как с точки зрения финансовых, так и нефинансовых сервисов.

Например, во время роста ключевой ставки Центробанка мы первыми на рынке запустили вклад с плавающей ставкой (вклад-флоатер), в том числе и для сегмента премиум, обеспечили возможность через персональных менеджеров давать клиентам индивидуальные условия по вкладам. И это наше большое конкурентное преимущество — практика, перенесенная от «старшего брата», Private Banking. В целом, тиражирование некоторых продуктов и стратегий для HNWI на более массовый сегмент осуществимо благодаря единой структуре управления Private Banking и «Привилегии» ВТБ.

По нефинансовым услугам, считаем, наша программа лояльности сейчас на рынке лучшая, потому что предоставляет клиенту выгодный кешбэк в самых частотных операциях. Честный, рублями, без округлений.

Еще один драйвер роста — развитие удаленной модели обслуживания с тем же высоким качеством, что и в отделениях. У нас сейчас более 1,2 млн клиентов, из которых 16% не посещают офисы. К концу года их число, по нашим прогнозам, превысит 20%, так

Наша продуктовая фабрика и экспертиза Группы — существенный актив и фундамент для инвестиционного роста

С началом цикла смягчения ДКП интерес клиентов будет переходить к консервативным инвестиционным стратегиям

что важно обеспечить им аналогичный по надежности и удобству сервис. Современный банкинг — это омниканальность.

— Кстати, а если подробнее про современный банкинг, что ключевое и необходимое в 2025 году?
—Пришло время развития и инноваций. Мы понимаем, что наша продуктовая фабрика и накопленная экспертиза Группы — существенный актив и фундамент для инвестиционного роста, повышения капитализации розничных инвесторов. С появлением в 2025 году технологичной платформы Wealth Management, кратно ускоряющей работу с портфелями, цифрового помощника с функциями персонального финансового планирования — подборщика индивидуальных инвестиционных стратегий на базе нашей аналитики, ИИ, CRM-систем, а также благодаря курсу на смягчение ДКП мы уверенно смотрим на расширение сектора розничного инвестирования. Другими словами, появляются механизмы предлагать качественные и своевременные решения не только крупным частным инвесторам, но и более широкому кругу наших премиальных клиентов.

— Действительно, в течение лета Банк России уже дважды снизил свой ключевой индикатор. Какие продукты сейчас интересны, какие теряют актуальность?
—Еще в период высоких ставок, когда депозит был лучшей инвестицией, мы старались предлагать клиентам альтернативные решения, у которых есть свои преимущества. Среди них были структурные облигации ВТБ с гарантированной доходностью. Только в БПИФ «Ликвидность» наши клиенты суммарно вложили 70 млрд рублей. Фонды ликвидности и инвест-копилки — популярный инструмент, наверное, у всех игроков. ОФЗ, особенно на трендах по снижению ключевой ставки, выглядит весьма интересно, тем более что в ВТБ мы отменили комиссию.

С началом цикла смягчения ДКП интерес клиентов будет переходить к консервативным инвестиционным стратегиям. Пока они отдают предпочтение сбалансированным облигационным фондам.

Плюс валютные инструменты. При росте доллара есть возможность заработать на замещающих облигациях в валюте, то есть и на самом курсе доллара, и в целом на доходности продукта.

Не потеряют актуальности инвестиции в физическое золото и ОМС (обезличенные металлические счета, номинированные в золоте). Продолжается спрос на инвестиционные монеты, идут сделки с бриллиантовыми лотами.

У фондового рынка с учетом текущих показателей индекса Мосбиржи есть определенный потенциал на фоне снижения инфляции. Возможности зарабатывать на бирже для клиентов расширяются.

— ВТБ в последние годы демонстрирует успешную интеграцию с другими банками. Расскажите, как это отражается на состоятельных клиентах. В чем вы видите смысл укрепления ваших структур?
— Интеграция сильных структур под брендом ВТБ — важная задача, цель которой — дотянуться до каждого клиента в любом городе и даже поселке на территории нашей страны. Для нас это прежде всего ответственность и большой вызов.

В июне текущего года поменял вывески РНКБ. Банк, работавший ранее на полуострове Крым, вошел в сеть ВТБ, к нам присоединились около 12 тыс. премиальных клиентов, и коммерческая интеграция уже практически завершена.

В следующем году мы завершаем присоединение Почта Банка. Там нет как такового выделенного состоятельного сегмента, но есть клиенты, которые подходят под наш профиль сегмента «Привилегия», и мы их введем в наш премиум.

— Если смотреть в будущее, в новый деловой сезон, какие тенденции будут проявляться? Что нового предложите клиентам?
— Тенденции очевидны: банки должны генерировать выгоду для клиентов — как чисто финансовую, так и нефинансовую, включаться полноценно в жизненный цикл, предлагать все услуги и продукты, необходимые семье. От образования детей до наследственного планирования, от инвестиций до путешествий, от медицинских сервисов и доступа к лучшим специалистам до юридического оформления сделок. Экосистема это или концентрация собственной и партнерской экспертизы — у каждого свой путь. Для всех игроков финансового рынка важными остаются скорость, удобство сервисов и надежность капитала.

Кроме выгоды значимым фактором остаются эмоции, проживаемый опыт и качество проведенного времени. В ближайшее время мы запустим программу впечатлений, в рамках которой наши клиенты смогут планировать досуг, делить интересные события с близкими (кино, концерты, театры, выставки, мастер-классы, лекции). Все это станет доступным на платформе Appoint. Б.О

