

Ольга Дригола-Матюшина (ВТБ): Честный диалог — основа отношений с клиентами

В 2022 году в рамках XII Премии инноваций и достижений финансовой отрасли FINAWARD'22 банк ВТБ был награжден за самое эффективное маркетинговое решение для состоятельных клиентов — «Бизнес Навигатор». Редакция поинтересовалась у лидера проекта Ольги Дригола-Матюшиной, начальника отдела партнерских программ и продвижения Private Banking и «Привилегии» ВТБ, как зародилась идея и к каким результатам в бизнесе она привела

— Ольга, в прошлом году ВТБ первым попал под санкции, и сразу за этим последовали продуктовые и информационные решения, чтобы нивелировать их последствия. Расскажите подробнее, как возникла идея проекта «Бизнес Навигатор».

— С ограничениями на движение капитала столкнулись клиенты большинства крупных российских банков. Поэтому самым очевидным и востребованным стал запрос на своевременную и комплексную инвестиционную экспертизу, причем именно от тех лиц, которые отвечают за формирование макроэкономической аналитики, защитных стратегий, налоговых и правовых решений. Молчание всегда порождает панику, поэтому мы решили, что необходимо расширять каналы коммуникации с нашими клиентами как на федеральном, так и на региональном уровнях. Так возникла идея масштабного экспертного проекта — «Бизнес Навигатор».

Проект «Бизнес Навигатор» для состоятельных клиентов ВТБ запустил в мае 2022 года. В его рамках были организованы более 40 деловых мероприятий во всех крупных регионах присутствия банка — от Владивостока до Калининграда. Клиенты могли получить обзор макроэкономической ситуации, предложения по текущим инвестиционным решениям, включая альтернативные инвестиции и стратегии доверительного управления. Мероприятия сопровождались личными встречами с ведущими экспертами ВТБ и руководителями продуктовых направлений Private Banking и «Привилегии» ВТБ.

— Какие цели вы перед собой ставили?

— Целью был прямой диалог между экспертами и клиентами Private Banking и «Привилегии» ВТБ по наиболее важным вопросам. Мы собрали команду профильных специалистов по разным направлениям управления активами и с мая до ноября посетили более 20 ключевых городов нашей сети, провели свыше 40 мероприятий с участием более чем 1600 крупных частных инвесторов. В рамках общей дискуссии раскрывались и анализировались текущие рыночные тенденции, трактовались происходящие в экономике процессы и обозначались актуальные точки роста. Индивидуально проходили консультации с рекомендациями по конкретным вопросам портфеля без ограничений по времени — эксперты отвечали на вопросы столько, сколько было нужно.

— Планируете ли вы развивать «Бизнес Навигатор» в этом году или считаете, что он уже выполнил свою задачу?

— Проект показал хороший финансовый результат и укрепил лояльность состоятельных клиентов, способствовал сохранению и приумножению их капитала и позволил стабилизировать ситуацию. Да, мы рассматриваем возможность его проведения в 2023 году с посещением неохваченных ранее городов и обзором актуальных инвестиционных стратегий.



Чтобы развить контентный блок, планируем привлекать больше экспертов — партнеров Private Banking ВТБ из сферы альтернативных инвестиций. Например, в 2022 году был опыт приглашения специалистов по недвижимости. Поскольку в 2023 году ВТБ совместно с «АЛРОСА» запустил продажу инвестиционных бриллиантов и «бриллиантовых корзин», можно было бы уделить внимание этому направлению.

В части формата, как правило, всегда существует выбор: делать ли экспертизу более широкой за счет онлайн-инструментов или укреплять кулуарный, доверительный характер общения. Но главное — максимально сохранить суть: честный диалог — как основу отношений банка с клиентом, как точку отсчета для принятия новых решений и запуска флагманских инвестиционных продуктов.

— По-моему, у вас был проект, сочетающий очный формат и онлайн-формат. Планируете ли вы действовать по «гибридному» принципу?

— Да, у нас был и есть VTB Private Banking Club, появившийся во время пандемии в 2020 году, когда очное общение с клиентами стало невозможным. Мы тогда наблюдали высокую волатильность рынков и стремились своевременно предлагать наше видение, показывать, какие идеи эффективны. Регулярно проводились инвестиционные конференции с глубокой экспертизой, в которых каждый участник в прямом эфире мог задать любой вопрос и тут же получить развернутый ответ. Ситуации, которые не успевали обсуждать в ходе дискуссий, передавались аналитикам для ком-

ментариев, и потом все материалы рассылались в виде дайджеста.

Со снятием коронавирусных ограничений стали появляться гибридные офлайн- и онлайн-форматы с трансляциями и интерактивами. Клубный проект получил свое развитие в рамках ключевых форумов Фонда «Росконгресс» с участием топовых спикеров и лидеров крупных компаний.

— Какие еще образовательные, просветительские или коммуникационные решения, по вашему мнению, станут востребованными в 2023 году? Намечались ли тренды, отличающие текущий период?

— Не ошибусь, если скажу, что 2023-й — эпоха свежих коллабораций и новых идей. Мы, как и многие, пережили потерю зарубежных партнеров и столкнулись с необходимостью замещающих решений. Если говорить о daily banking, самым ожидаемым, пожалуй, стала замена Priority Pass на Mir Pass — систему, помогающую нашим клиентам проходить в более чем 100 бизнес-залов в России и за рубежом.

В части внешних коммуникаций нам нравятся информационные партнерства с ведущими медиа по созданию уникальной рыночной экспертизы, сотрудничество с крупнейшими вузами, такими как МГУ и МГИМО, по внедрению общих образовательных проектов финансовой и правовой грамотности, более прикладные акции и программы лояльности с ведущими российскими сетями и брендами. Все это направлено на восстановление того стандарта качества и комфорта, которые были всегда доступны премиальной аудитории благодаря развернутой инфраструктуре банка.

Трансформация цепочек и формирование нового ценностного предложения неизбежно отражают ряд уже наметившихся трендов — от цифровизации услуг, персонализации сервисов (по формату конструктора) до инвестиций в знания. Мы не только предлагаем финансовые продукты и услуги Family Office, но и несколько лет развиваем Академию Private Banking ВТБ с рядом образовательных программ. Также издаем уникальные книги, авторами которых являются как признанные ученые, философы, экономисты, так и успешные практики — главы крупных бизнес-структур, лидеры мнений и общественные деятели. И это не большой разброс, а скорее пазл, собранный из неоднородных, но «заряженных» частиц.

— «Пазл» станет точкой опоры в 2023-м?

— Вполне вероятно. Могу рассуждать о своей сфере. В маркетинге почти не осталось «островных» решений. Взаимозависимость продуктов, сервисов по их адаптации к конкретному портфелю и уже сложившаяся омниканальность делают само предложение максимально насыщенным и точным. В 2023 году для сохранения устойчивости нужно будет не просто заменять ушедшие опции альтернативными, но и предлагать их комбинации как новое, смелое прочтение.