

Юлия Безменова (ВТБ): от ручного управления к лидерству в новой реальности

О том, как сегмент состоятельных клиентов ВТБ продемонстрировал высокий уровень обслуживания, лидерство профессиональной экспертизы, а также уверенность в перезапуске бизнес-процессов, рассказала вице-президент, руководитель управления по развитию бизнеса Private Banking и «Привилегии» ВТБ Юлия Безменова

— Юлия, в этом году вы продолжаете демонстрировать высокие результаты работы с клиентами. За счет чего удается поддерживать уровень продуктов и сервисов?

— С 2022 года, когда ВТБ первым попал под санкции, мы оперативно нашли замещающие решения на российском рынке, а в сферах, связанных с иностранными юрисдикциями, заново создали инфраструктуру банковского обслуживания. Тогда нашей главной задачей было бесперебойное функционирование всех процессов, и довольно часто нам приходилось решать вопросы вручную силами команды. Потом началось системное внедрение актуальных продуктов, например вкладов в новых валютах, стратегий в области альтернативных инвестиций. Так, на фоне отмены НДС 20% мы предложили нашим клиентам золото в слитках. Со старта продаж в марте 2022 года было реализовано более 46 тонн физического золота. В июне прошлого года были запущены продукты в юанях. За первое полугодие портфель вкладов банка в китайской валюте составил более 120 млрд в рублевом эквиваленте, а доля портфеля юаней составила 4,9% всех клиентских средств под управлением банка. Также мы предоставили клиентам возможность инвестировать без НДС 20% в бриллианты и «бриллиантовые корзины» АЛРОСА.

— А в области нефинансовых услуг какие решения помогли поддержать привычный уровень обслуживания?

— В этой сфере лидерство обеспечивал прежде всего наш семейный офис благодаря комплексному сопровождению клиентов с учетом санкционных рисков и внутренних ограничительных мер. Одним из важных пакетных замещающих решений для клиентов стал



Mir Pass, который стал полноценной альтернативой ушедшему с рынка Priority Pass. В рамках сервиса доступно более 250 бизнес-залов аэропортов и железнодорожных вокзалов в России и за рубежом. Мы также постоянно создаем программу лояльности и проводим крупные коллаборации с известными премиальными брендами.

— В конце этого года ВТБ начнет процесс присоединения клиентов «Открытия». Как вы готовитесь к объединению сегментов состоятельных клиентов?

Когда продукты для всех станут едиными?

— В настоящее время более 60% состоятельных клиентов «Открытия» уже обслуживаются в ВТБ. Сейчас наша основная задача — качественно подготовиться к миграции и провести ее максимально комфортно для клиентов. У нас уже есть успешный опыт объединения с Банком Москвы, ВТБ24 и банком «Возрождение». Основной этап присоединения начнется в первом квартале следующего года, когда в офисах «Открытия» будут полноценно продавать продукты ВТБ. Тогда мы предложим нашим новым клиентам простые и удобные способы перехода в наш банк.

— Такие перемены — серьезный вызов любой команде wealth management. Что помогает вашей команде справляться с задачами?

— В нашей команде каждый сотрудник стремится сделать максимум возможного. Это момент осознания личной ответственности. Кроме того, мы привыкли к гибкости, оперативному анализу обратной связи от клиентов и адаптации. Все это позволяет своевременно увидеть новые возможности для развития и встроиться в поток перемен.

Б.О