

Откуда в банк приходит вкладчик?

Человек чаще всего выбирает вклад сердцем, а не головой

Открывая вклад в отделении, в котором до сих пор не обслуживался, часто слышишь от сотрудника вопрос: «Откуда вы узнали о нашем банке?»

Банку такая статистика очень нужна. Ведь никто заранее не может предугадать результат той или иной рекламной кампании или изменения продуктовой линейки вкладов. А результаты таких опросов как раз должны показывать, какой из методов продвижения оказался наиболее эффективным.

Другое дело, что результаты часто имеют мало общего с реальным положением вещей. Ведь вы не всегда ответите правду, а девушка с той стороны стойки не всегда верно «встроит» ваш ответ в имеющийся у нее классификатор. Да и с уходом острой фазы кризиса банки стали гораздо меньше заинтересованы в притоке новых вкладчиков.

Однако пути, по которым клиенты приходят в банк, далеко не столь прямые, как может показаться на первый взгляд.

Конечно, самая понятная и частая причина - у вас уже был ранее вклад в банке, вы в целом довольны качеством услуг. В этом случае депозит или переоформляется (если деньги уже в банке), или приносится наличными (переводы встречаются реже из-за возможных комиссий).

Другая часто встречающаяся причина выбора конкретного банка - расположение офиса в месте с большим потоком людей, например на центральной улице города или внутри большого торгового центра.

Также хорошо, когда отделение банка пять-семь и более лет работает на одном, пусть и не самом «проходном», месте. В этом случае к его услугам могут обратиться даже те вкладчики, которые лишь изредка бывают поблизости.

Сбербанк и ВТБ 24 как банки с госучастием (а значит - считающиеся более устойчивыми, что в российских условиях во многом и справедливо) обычно выбирают либо вкладчики старшего поколения, либо владельцы особо крупных сумм, которые нужно разместить на короткое время. Например, если человек продал квартиру и подбирает себе загородный дом - в этом случае ставка по вкладу не так важна, как гарантированная устойчивость банка.

Многие выбирают банк, обмениваясь мнениями со своими более сведущими в финансах знакомыми. Сюда же следует отнести тех, кто выбирает банк, изучая материалы сайтов и банковских форумов.

Немалую роль играет и реклама. Удачно проведенная широкая рекламная кампания в сочетании с интересными условиями вклада может привлечь немало клиентов, как и работа PR-службы (различные интервью и комментарии специалистов банка в деловой прессе).

Кстати, антиреклама банку - тоже зачастую реклама. Кто бы узнал о существовании некоторых небольших банков, не выполняющих подписанные ими условия депозитных договоров, если бы не широкое обсуждение этих случаев в СМИ и на форумах в Интернете? Кое-кто со временем забудет, о чем конкретно шла речь в обсуждении, зато название банка покажется знакомым.

Для многих вкладчиков заметную роль в выборе играет удобное время работы отделений банка.

А есть и особенно «мобильные», очень занятые своими делами вкладчики. У них вечно не хватает времени заехать в отделение банка, поэтому они активно используют дистанционные каналы открытия и пополнения депозитов.

Хорошим дополнением к вкладу могут служить различные дополнительные сервисы. К примеру, выпуск дебетовой банковской карты или льготное подключение к интернет-банкингу.

Можно упомянуть удачно реализованные банком зарплатные проекты, часть клиентов которых со временем становится и вкладчиками банка.

ВИП-вкладчики, размещающие крупные суммы, наоборот, очень редко появляются в банке случайно. Обычно это владельцы или руководители давно обслуживающихся в банке предприятий. Бывает, что вклад открывается «по знакомству» с топ-менеджерами банка или руководителем его подразделения по работе с клиентами. Не зная никого в банке, человеку непросто решиться на размещение крупной суммы. Впрочем, в случае серьезных проблем на помощь друзей рассчитывать тоже сильно не стоит. Максимум, что для вас смогут сделать, - предупредить, что нужно срочно забрать вклад. Да и то - такой совет топ-менеджер банка даст лишь очень немногим близким знакомым.

Наконец, один из самых парадоксальных случаев - когда банк берет на себя выплату займов вкладчикам другого, обанкротившегося банка. В этом случае банк выдает средства Агентства по страхованию вкладов. Но получают их «на руки» отнюдь не все вкладчики - значительная часть средств при конкурентных ставках по вкладам «оседает» в «выдающем» их банке.

А как же хороший сервис и высокие ставки, спросите вы? Далечно не все вкладчики, особенно если речь идет о небольших суммах вкладов, изучают материалы в Интернете и прессе, выбирая банк с самыми высокими ставками и с самым лучшим сервисом.

Однако есть определенная часть вкладчиков, выбирающих самый-самый высокий процент, иногда - даже не затруднившись подсчитать, так ли значительна будет сумма, которую они выиграют в сравнении с более удобно расположенным банком, и стоит ли она времени, которое, возможно, придется потом потратить на получение этих средств.

Ряд вкладчиков ищут только вклады с возможностью досрочного пополнения (снятия) средств. Но в последнее время вкладов с такими условиями стало меньше, а ставки по ним часто ощутимо ниже, чем по вкладам без такой возможности.

Получается, что российский вкладчик зачастую до сих пор выбирает банк для вклада сердцем и ногами, а не головой. Этому, конечно, максимально стараются способствовать и сами банки. Но такой выбор отнюдь не всегда приводит к хорошим результатам.

Откуда в банк приходит вкладчик?

29.08.2012 14:40

Недаром на форуме Банки.ру обсуждение выбора оптимального вклада и банка занимает уже более ста страниц!