

Банк, стремящийся в будущее

Жажда соревнования у людей в крови. Не случайно огромным почетом во все времена пользуются олимпийские чемпионы. Не случайно в любой отрасли, а экономика не исключение, так популярны различные рейтинги, конкурсы, первенства. Статус лучшего – это и любовь клиентов, и уважение конкурентов, и признание власти. Все то, что называется деловой репутацией. Поэтому так важны дипломы и общественное признание.

Но есть такие учреждения, которым не нужно доказывать, что они лучшие. Признание заслуг они получают за счет постоянного стремления к использованию самых передовых технологий, методов управления и стимулирования продаж. И награды их находят потому, что общество признает их непререкаемое лидерство в отрасли.

22 года в Оренбургской области обслуживает физических и юридических лиц ОАО «НИКО-БАНК». Будем честны перед читателем: не все эти годы банк был лидером отрасли. Но несомненно другое – его позиции неизменно были прочны и стабильны, ни на секунду не вызывая у клиентов тени сомнения в надежности их активов. С приходом же новой команды управленцев к стабильности добавился и еще один атрибут успешного банка: динамика развития. Впечатляющие цифры роста, продемонстрированные ОАО «НИКО-БАНК» за последние годы, теперь уже с полной уверенностью позволяют причислять этот банк к лидерам отрасли в регионе. И уважаемая деловым сообществом награда «Лидер экономики» тому подтверждение.

- 22 года – солидный возраст для российского кредитного учреждения, – начинаем мы беседу с председателем правления ОАО «НИКО-БАНК» Светланой Сивелькиной. – В истории банка было много различных периодов, менялись политика, приоритеты в направлениях деятельности. Как банк позиционирует себя сейчас?

- Как универсальный. Сегодня мы действительно готовы предложить услуги и продукты для всех категорий клиентов на довольно обширной территории. Региональная сеть помимо самого Оренбурга охватывает 6 крупных населенных пунктов области: Орск, Новотроицк, Бузулук, Медногорск, Саракташ, Тоцкое. И вся наша структура работает как на представителей бизнеса, так и на частных пользователей – будь то работник бюджетной сферы или руководящий состав ресурсодобывающих предприятий. У нас готовы предложения для всех без исключения. Если говорить о направлении бизнеса, наши ключевые клиенты – средние и малые предприятия. Мы выдаем кредиты для участия в торгах сельскохозяйственным предприятиям, строительным организациям. В общем, линейка кредитных продуктов у нас очень широкая.

- Поменялись ли за последнее время принципы взаимоотношений банка с клиентами. Не секрет, например, что многие банкиры предпочитают работать с юрлицами: это проще, доходнее, менее затратно. Вы придерживаетесь тех же позиций?

- К сожалению, в России физические лица крайне слабо вовлечены в банковскую систему: только 35% наших соотечественников регулярно пользуются банковскими услугами. Это один из самых низких процентов в мире. И из этой трети населения подавляющее большинство крайне консервативно. Например, по нашим данным, сейчас только 5% от общего количества наших клиентов – физических лиц – пользуются интернетом в своих финансовых операциях.

Между тем, самый очевидный путь развития банка на сегодня – задействовать по максимуму высокие технологии. Мы активно переводим всю свою клиентскую базу на удаленное обслуживание. Среди юридических лиц 70-80% наших клиентов работают по электронным каналам. Да, малый бизнес переходит на электронный документооборот с неохотой, но результат впечатляет даже самых недоверчивых.



Внедрение современных технологий позволяет не только оптимизировать массу процессов на предприятии и расчистить собственные архивы. Это также путь к безопасности передачи данных. Система электронного документооборота надежно защищена от стороннего доступа, хакерских атак и вирусного заражения. Зайти в систему данных можно только по паролю. А все пароли для клиентского доступа находятся на специальных флешках, которые хранятся у ответственных лиц предприятий.

Даже наша тарифная политика сегодня выстроена так, чтобы подтолкнуть клиента к принятию правильного решения: бумажный документооборот становится все дороже.

- Конечно, предприятия сегодня научились считать деньги и быстро видят выгоду от интернет-банкинга. Но с частными лицами, наверняка, сложнее...

- Мы и физических лиц постепенно приучаем к электронным системам. Первый шаг — снятие наличных в банкомате. Этот агрегат уже привычен, интуитивно понятен. Второй — оплата коммунальных услуг и переводы со своего счета через Интернет. Данные операции позволяют клиенту оценить выгоду, потому что минимизируют комиссионные. Кроме того, человек экономит свое время: стоять в очередях ему не приходится. Третий шаг — знакомство с терминалом приема наличных, так называемым «кэш-ин». Мы самостоятельно спроектировали интерфейс и сделали его предельно понятным, даже примитивным — только бы не отпугнуть пользователей. Кэш-ин позволяет клиенту пополнить собственный счет, вклад, баланс мобильного телефона, оплатить коммунальные услуги, телефон, Интернет, погасить кредит любого банка, внести родительскую плату за детский сад, перевести деньги со счета на счет, пополнить Qiwi-кошельки и [Деньги@mail.ru](mailto:Denygi@mail.ru), оплатить товары Mary Kay. Четвертый этап — оплата товаров или услуг через терминал (например, покупка товаров в магазине по карте).

- И в итоге специалисты будут не нужны?

- Нет, в итоге все должно свестись к тому, что человек будет обра-

щаться в банк не за какой-то стандартной операцией, которую элементарно выполнить самостоятельно, а за какой-то уникальной услугой. То есть за индивидуальным обслуживанием. И мы придем к стандартам европейских стран, когда банки работают до середины дня, а люди держат в бумажнике в лучшем случае купюру в 20 евро — потому что для карманных расходов этого достаточно, а все крупные покупки совершаются в безналичном порядке. Мы поддерживаем развитие технологий, используя пропаганду: интернет-банкинг — это просто и дешево, электронные деньги — это норма, а не исключение.

- Но такое изменение в технологиях неизменно должно повлечь за собой и изменения внешние — офисов, например...

- Мы уверены, например, что различия между категориями клиентов будут углубляться. Разным категориям физических лиц нужен свой подход. Следуя этой логике, банк начинает повсеместно зони-

ровать счета, перевод совершить. Опять же это заимствование западных стандартов. Первый подобный офис заработает в Степном, в ТК «Территория». Поначалу людям будут помогать администраторы (в рабочие часы, конечно). Удобные навыки закрепляются быстро в привычки, поэтому в скором времени подобное зонирование помещений распространится на остальные офисы. Мы уверены, что этими возможностями будут пользоваться современные активные клиенты. А пенсионеры, конечно, остаются принципиальными сторонниками общения со специалистами. Пусть так и остается.

- Как успешны вы в своем стремлении компьютеризировать банковские технологии и приучить к этому клиентов?

- На 2012 год мы планировали перевод 10% платежей в электронный формат. Но сейчас можно объективно сказать, что будут переведены уже 15%! Если же говорить про задачи не только на будущий год, но и вообще в глобальном плане, то мы поставили себе целью до минимума сократить разницу между юридическими и физическими лицами в показателях пользования электронными технологиями. Тогда сравняется и рентабельность этих направлений. А сейчас примерно расклад такой: 1 000 юридических лиц обеспечивают такой же оборот, как и 100 000 частных лиц.

- Думаю, что очень сложно рассказать о новациях в рекламе? На что вы рассчитываете?

- Как не странно, но главным в продвижении банка является так называемое «сарафанное радио» — рекомендации от родных и знакомых. Поэтому мы очень активно общаемся со своими клиентами. Кроме того, 99 % опрошенных ответили, что пришли в наш банк во второй раз, потому что им понравилось обслуживание во время первого визита. Ежегодно наша база физических лиц увеличивается на 20 %. Как



говорится, делайте выводы. В сегменте физлиц конкуренция очень высока, значит, мы имеем ту изюминку, которая позволяет угодить клиенту. Уверена, что клиентам понравились у нас не только выгодные условия вкладов или кредитов, но и тот высокий уровень сервиса, который мы всегда старались держать в наших офисах.

- О вашей впечатляющей динамике мы слышали. Как, впрочем, и о дружном и работоспособном коллективе. Вы считаете его одним из факторов успеха?

- Самый высокий эффект обеспечивают энтузиасты. Энтузиазм мы стараемся поддерживать экономическими стимулами. И, конечно, растим своих управленцев, а не ищем на рынке готовый персонал. Все начальники управлений в нашем банке, например, вышли из контингента наших специалистов. Та же самая история с двумя моими заместителями. Мы внедряем механизмы, настраивающие человека на долгую продуктивную работу. Все наши сотрудники замотивированы и эмоционально: каждый может сделать конструктивное предложение, которое будет внимательно рассмотрено и, возможно, внедрено. Ведь так и сформировалась в итоге вся наша система работы с клиентами и персоналом.

- То есть вы прислушиваетесь к мнению своих работников, позволяете им расти по карьерной лестнице...

- Обязательно. У человека должно быть понимание, что потолка для роста нет. И обязательно най-



дется сфера, в которой его таланты будут востребованы. Поэтому мы регулярно проводим тренинги и семинары — как сами разрабатываем, так и со стороны тренеров приглашаем. Каждый год на 2 дня в головной офис съезжаются все наши специалисты. А по итогам мы совместно с приглашенными экспертами взвешиваем потенциал каждого конкретного сотрудника.

Ежегодно 2 ноября, в день рождения банка, устраивается торжество, на котором мы подводим итоги. Самые отличившиеся сотрудники получают грамоты и благодарственные письма с премиями. И каждый год мы выбираем “Золотого сотрудника”. Он получает возможность пройти стажировку за границей и в течение года 20% прибавки к зарплате. То есть действительно есть, за что биться.

- Какие еще технологические или продуктовые новинки ждут клиентов вашего банка?

- ОАО «НИКО-БАНК» в настоящее время внедряет MasterCard. Это международная банковская карта одной из ведущих мировых платежных систем. По карте можно обслужиться практически в любой точке земного шара, а также рассчитаться за товары и услуги в сети Интернет, забронировать гостиницу, арендовать автомобиль и так далее. Эта карта будет востребована, прежде всего, клиентами, часто путешествующими по России и миру — как в служебных целях, так и в качестве туристов. Разумеется, перевозить денежные средства на карте MasterCard гораздо безопаснее,

чем наличные в кошельке. Еще одним немаловажным преимуществом является то, что при поездке за границу на карте можно провезти любую сумму без заполнения декларации. А также отпадает необходимость менять рубли на валюту перед поездкой — при расчетах картой конвертация происходит автоматически по более выгодному курсу. MasterCard найдет своих владельцев и среди активных Интернет-пользователей. Еще один перспективный план — развитие на базе карточек MasterCard нового для банка направления, кредитных карт. Заботясь о сохранности денежных средств клиентов, мы планируем выпуск *микропроцессорных карт* MasterCard, которые на данный момент наиболее защищены от действий мошенников.

- Светлана Васильевна, 22 года - это уже совсем взрослая жизнь. Можно ли сказать, что сегодня ваш банк представляет собой пример того идеального «взрослого» регионального банка?

- Идеальным быть невозможно. То, что мы взрослые, солидные, основательные, надежные — это точно. Но в душе мы молодые, готовые меняться и совершенствоваться так, чтобы еще больше быть полезными нашим настоящим и будущим клиентам. *ФЭБ*



Ген. лицензия ЦБ РФ №702 от 09.10.2003 г.