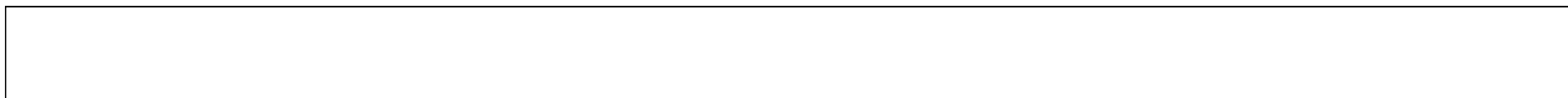
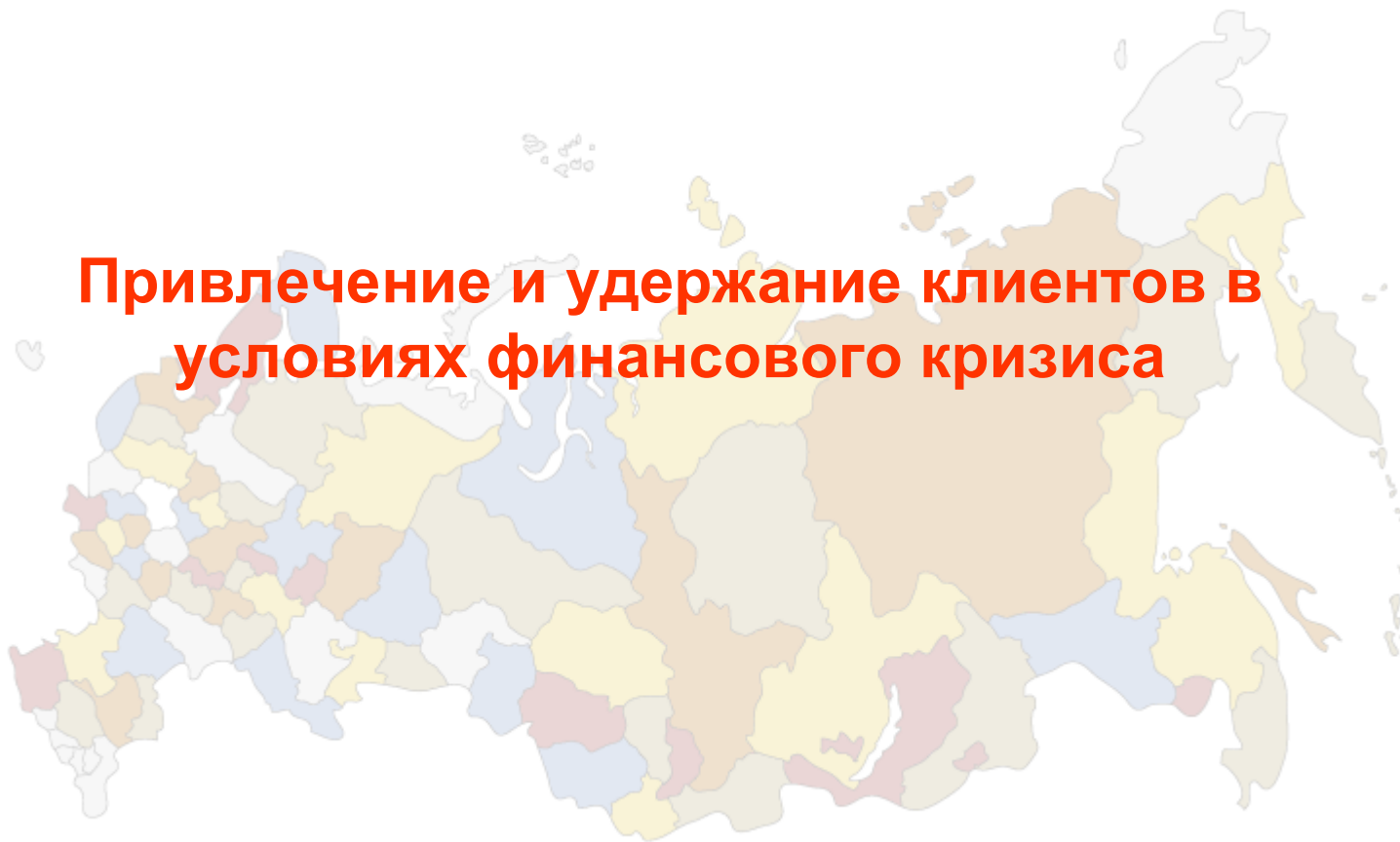




Привлечение и удержание клиентов в условиях финансового кризиса





План презентации

1. Обзор текущей ситуации на рынке. Краткосрочные и среднесрочные перспективы рынка
2. Изменения в клиентских предпочтениях.
3. Стратегия развития розницы Альфа-Банка в период кризиса





Динамика объема средств физических лиц «до востребования» банков конкурентов



	авг-07	авг-08	Рост
Сбербанк	8 557	13 078	53%
Внешторгбанк	2 193	2 948	34%
Райффайзенбанк	1 703	2 058	21%
<i>Альфа-банк</i>	<i>1 248</i>	<i>2 012</i>	<i>61%</i>
Газпромбанк	1 169	1 563	34%
Ситибанк	1 059	1 245	18%
Банк Москвы	770	1 115	45%
ФК «УРАЛСИБ»	700	867	24%
Росбанк	470	657	40%
Русский Стандарт	300	392	30%
МДМ	179	228	28%
УРСА Банк	158	181	14%
ВСЕ БАНКИ РФ	30 791	43 586	42%





Важнейшие факторы влияющие на рынок депозитов физических лиц



Альфа-Банк

Влияние на рынок

Повышение размеров гарантий 100% возмещения депозита в рамках Системы страхования вкладов по вкладам физических лиц до 700.000 рублей.



Повышение Банком России ставки рефинансирования с 11% до 13%.



Фактическое отсутствие «тихих гаваней» кроме срочных депозитов физических лиц.



Улучшение продуктового предложения банками, предоставление более универсальных и высокофункциональных продуктов.



Повышение уровня потребительских расходов, вызванное ростом уровня инфляции.



Высокая волатильность курсов валют, вызывающая значительные валютные риски у вкладчиков.



Ожидания разворота фондового рынка. Плавный отток средств на фондовый рынок. Пока инвесторы в деньгах но уже на брокерских счетах.



Сокращение численности работающего населения и снижение уровня зарплат, годовых бонусов и премий. Сокращение производства и рабочего дня





Изменения в клиентских предпочтениях





Изменение клиентских предпочтений. Депозиты



	до сентября 2008	сейчас	ВЫВОДЫ
Изменение предпочтений по срочности депозитов	6-12 месяцев	3-6 месяцев	Клиент снижают горизонты вложений. Важным фактором становится возможность выбора даты окончания вклада
Изменение предпочтений по валютам депозитов	Рубли РФ (до 65% от портфеля)	USD («отыграно» более 10% по портфелю)	Клиент открывают новые депозиты в USD и перекладывают старые из иных валют в USD. Происходит активная диверсификация портфелей депозитов по валютам.
Изменение предпочтений по типам продуктов	Максимальные ставки и возможность пополнения	Максимальные ставки и возможность частичного снятия	Для клиентов приоритетнее становится возможность частичного снятия депозита и увеличение ставки при повышении размера депозита
Разделение 2-х стратегий клиентов	Равномерное распределение клиентов по банкам в зависимости от их стратегии	Резкое распределение клиентов на «игроков» и «вкладчиков»	Часть клиентов предпочитает «играть» с банками заманивающими клиентов гипер ставками (несущие высокие риски), остальные выбирают стабильность и гарантии.





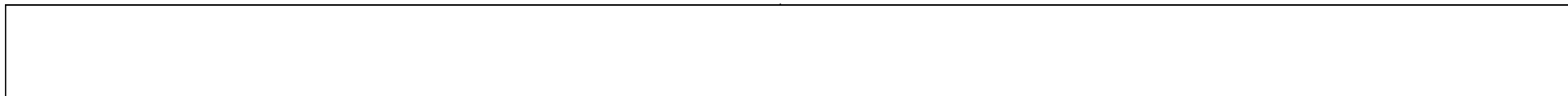
Краткосрочные и среднесрочные перспективы рынка срочных депозитов



Краткосрочные перспективы

Среднесрочные перспективы (2009 год)

Ноябрь	Отток из рынка средств физических лиц ~ до 1,5%	Q2 2009	Зона определяющая дальнейшие тенденции на рынке депозитов физических лиц на 2009 год. Ожидания – рост рынка на 1-1,5%.
Декабрь	Приток средств в связи с: 1. Высокий сезон по депозитам физических лиц. 2. Повышением доверия населения к банковской системе 3. Снижением интереса инвесторов к иным активам (наличная валюта, commodities, инструменты фондового рынка, недвижимость). Но на рынок сейчас могут негативно сыграть сокращение выплат з/п, бонусов и премий.	Q3 2009	
Q1 2009	Отток средств физических лиц из банков на ~ 1% в связи с сезонным фактором.	Q4 2009	Стандартный сезонный рост в случае оптимистичного развития событий в Q2 2009.



❑ Изменение поведения клиентов кредитных продуктов



- Неуверенность клиентов в завтрашнем дне
- Сокращение потребления
- Ожидание снижения цен на недвижимость и авто
- Опасения относительно повышения ставок по существующим кредитам
- Непонимание схемы взаимодействия с банком в случае потери работы





Стратегия в кредитных продуктах



- Альфа-Банк продолжает кредитование во всех основных категориях продуктов:
 - Кредиты на неотложные нужды
 - Кредитные карты
 - Потреб кредиты
 - Ипотека
 - Авто
- Альфа-Банк не поднимет ставки по уже выданным кредитам ф.л.
- Потенциал развития потреб кредитования
- Качество кредитного портфеля важнее его размера
- Развитие Up-sell и Cross-sell
- Кредитная история – важнейший параметр оценки клиента
- Корректировка кредитной политики



❖ Привлечение и удержание клиентов в условиях кризиса



- Повышение лояльности клиентов
 - Эмоциональная связь Банк – Клиент
 - Сегментированные продуктовые предложения
 - Добавленная ценность / больше, чем просто «пластик»
- Использование лояльной базы для привлечения новых клиентов
- Повышение “share of wallet”
- Повышение удобства
 - Новые возможности Альфа-Клика
 - Новые услуги и предложения (в т.ч. для клиентов компаний-партнеров)
- Повышение комиссионного дохода
 - Страховки
 - Альфа-Хранитель
 - Дополнительные услуги
- Оптимизация расходов






Моя Альфа




первая полноформатная карта с индивидуальным дизайном

На правах рекламы

Банковская карта
«Моя Альфа»




Хранит Ваши деньги...
и лучшие воспоминания



Первая банковская карта
с индивидуальным дизайном*

Мы создали карту, вся лицевая сторона которой может быть оформлена по Вашему вкусу. Используйте свои лучшие фотографии или создайте собственный дизайн на основе изображений, имеющихся в интернет-банке «Альфа-Клик».



Альфа-Банк

(495) 78-888-78 www.alfabank.ru 8-800-2000-000
(для регионов России)

На правах рекламы

Банковская карта
«Моя Альфа»



Хранит Ваши деньги...
и лучшие воспоминания



Первая банковская карта
с индивидуальным дизайном*

Мы создали карту, вся лицевая сторона которой может быть оформлена по Вашему вкусу, используйте свои лучшие фотографии или создайте собственный дизайн на основе изображений, имеющихся в интернет-банке «Альфа-Клик».

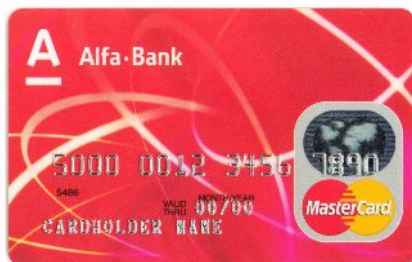


Альфа-Банк

(495) 78-888-78 www.alfabank.ru 8-800-2000-000
(для регионов России)



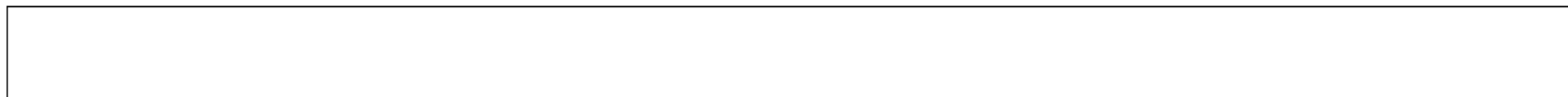
Совместная дисконтная программа



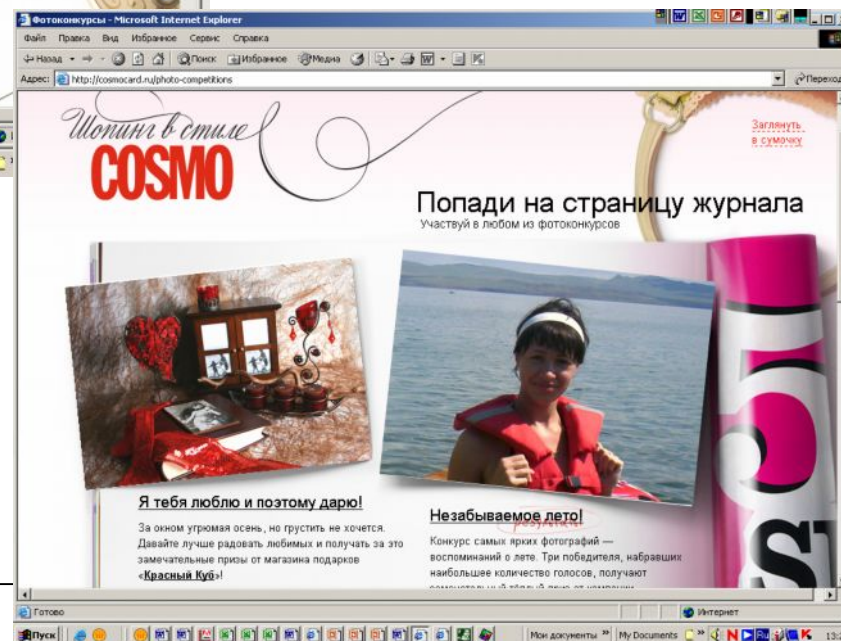
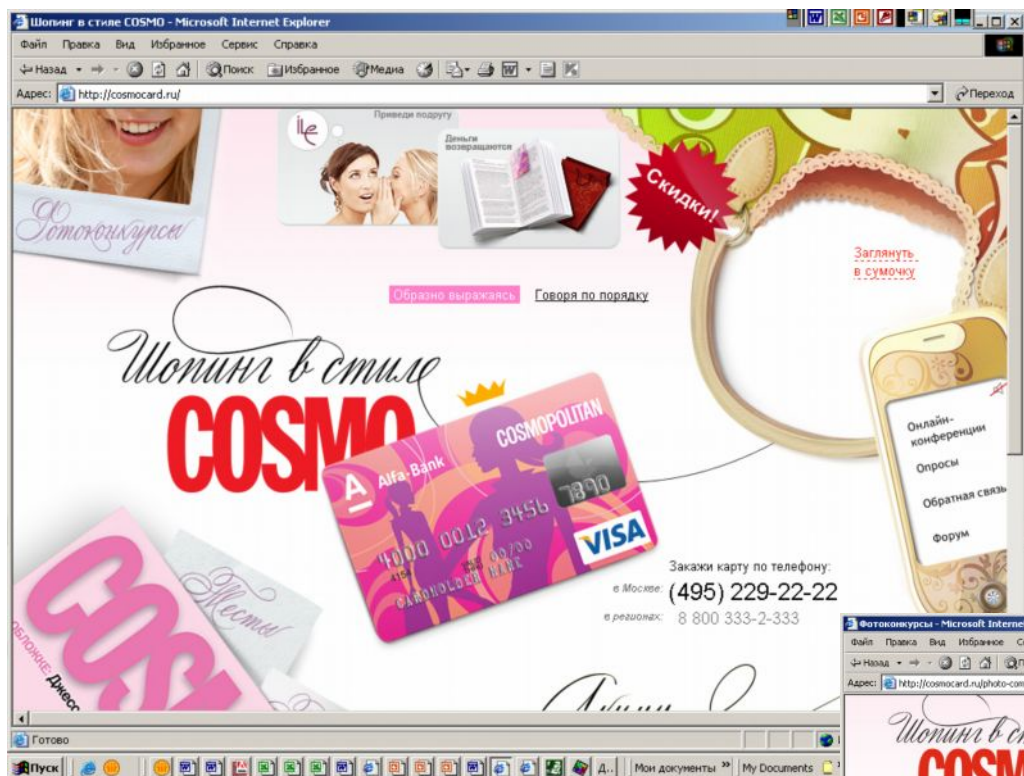
+



- ❑ Объединились 2 крупнейшие дисконтные программы Москвы
- ❑ Самая большая и интересная дисконтная программа в Москве
- ❑ Более 500 партнеров, более 100 ресторанов
- ❑ Скидки от 5 до 20%
- ❑ Все о скидках на www.inout.ru



Новые форматы коммуникаций с клиентами





Кризис для Альфа-Банка – время возможностей и новых проектов

Стратегия

- Привлечение новых клиентов
- Удержание существующих клиентов
- Повышение качества кредитного портфеля
- Оптимизация затрат
- Новые направления развития в продуктах и услугах

