

К. М. Зеленко

Магистрант

*Сибирско-американский факультет менеджмента
Байкальской международной бизнес-школы
Иркутского государственного университета*

ВЫРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ КБ «РЕНЕССАНС КРЕДИТ»

Аннотация. Рассматриваются проблемы, с которыми сталкиваются клиенты при обращении в банк «Ренессанс Кредит». Представлены результаты стратегического анализа банка. Выявлена и обоснована необходимость совершенствования качества работы с клиентами на основе внедрения современных технологий. В статье автором предложена стратегия развития банка «Ренессанс Кредит», сформулированы видение и миссия.

Ключевые слова: Стратегия, миссия банка, разработка стратегии, стратегический анализ, работа с клиентами, внедрение современных технологий, удовлетворение потребностей клиентов, клиентоориентированная бизнес-модель.

В условиях динамично развивающихся экономики становится все труднее приобрести конкурентное преимущество за счет эффективного финансового менеджмента или инвестиций в физические активы. Гораздо большее значение приобретают задачи, характеризующиеся стратегическим характером. Секрет успеха большинства процветающих компаний заключается в умении предвидеть будущие события и их последствия.

Разработка стратегии банка, определение его миссии, долгосрочных целей и задач являются привилегией и обязанностью руководителей высшего управленческого звена кредитной организации, в то время как реализовывать стратегию приходится сотрудникам на уровне структурных подразделений [2]. Усиливающаяся конкуренция, враждебные поглощения крупными игроками «лакомых» банков на рынке банковских услуг, приводят руководителей кредитных организаций к пониманию необходимости разработки стратегии развития банка на перспективу. Эффективное управление растущим банком невозможно обеспечить на уровне оперативного управления. Без продуманной стратегии и эффективного механизма её реализации не обойтись [3]. Так и для банка «Ренессанс Кредит» необходимо разработать стратегию развития.

КБ «Ренессанс Кредит» (ООО), один из лидирующих банков сектора потребительского кредитования в России, предлагает физическим лицам потребительские кредиты, банковские карты, вклады и другие услуги.

Основанный в 2003 г. «Ренессанс Кредит» входит в ТОП-100 крупнейших российских банков и работает с 6 миллионами клиентов в России. География деятельности «Ренессанс Кредит» охватывает 68

регионов России. Сеть «Ренессанс Кредит» насчитывает 172 отделения и 23 692 точки продаж (на 31 октября 2013 г.).

«Ренессанс Кредит» сотрудничает как с крупными федеральными розничными сетями, так и с небольшими региональными компаниями и торговыми сетями, которые специализируются на продаже электроники, бытовой техники, мебели, других товаров и услуг. Основным владельцем «Ренессанс Кредит» является Группа ОНЭКСИМ, один из ведущих российских инвесторов, который владеет диверсифицированным портфелем активов в сфере финансовых услуг, в энергетической, металлургической и других отраслях экономики. Банку присвоены рейтинги: Standard&Poor's «B+», Moody's «B2» [4].

Для того чтобы понять, как и куда компании следует двигаться, целесообразно оценить ее положение в настоящее время, а также выявить те факторы, которые могут оказать влияние на стратегию компании. Ключевым фактором успеха каждого конкретного анализа является правильно сделанная подборка инструментов для его осуществления. Стратегический анализ банка «Ренессанс Кредит» был проведен с помощью таких инструментов, как SPACE матрица, Анализ Пяти сил Портера, BSG-матрица и SWOT-анализ.

Анализ состояния банка «Ренессанс кредит» позволил определить, что в компании существует ряд проблем:

- удовлетворение не всех потребностей клиентов;
- качество обслуживания клиентов на низком уровне;
- недостаточная известность бренда;
- низкая доля рынка;
- использование ограниченных методов продвижения банковских услуг.

Прежде, чем выбрать направление развития, важно сформулировать миссию и видение организации. Для банка «Ренессанс Кредит» можно предложить следующие формулировки. Миссия: обеспечение своим клиентам самого широкого спектра услуг для ведения бизнеса и накопления сбережений. Максимально полное удовлетворение потребностей клиентов. Видение: стать самым удобным банком в России, (как способ стать лидером на рынке).

В результате сложившейся ситуации перед банком стоит выбор между тремя основными бизнес-моделями:

1. Государственная модель: строить бизнес на дешевых ресурсах (Сбербанк, ВТБ).
2. Краткосрочная рискованная модель: строить бизнес на рискованных кредитах (Восточный Экспресс-банк, Русский Стандарт Банк).
3. Долгосрочная рыночная модель (клиентоориентированная бизнес-модель): строить бизнес на лояльности клиента (Альфа-Банк) [1].

Ввиду описанных выше внешних и внутренних факторов, единственно возможный путь для КБ «Ренессанс Кредит» – это клиентоориентированная бизнес-модель, так как она предполагает конкуренцию не по цене. Банк должен стремиться к самым высоким показателям лояльности клиентов, рентабельности деятельности и производительности труда в отрасли.

Принципы работы с клиентами: процессное управление и автоматизация рутинных процессов (Внедрение Интернет-Банкинга); стандарты обслуживания клиентов на уровне лучших розничных компаний; предложение продуктов и услуг на основе сегментации клиентов, пакетных решений и персонализированных продуктов.

Предполагается обеспечение высокой рентабельности за счет низкой стоимости обслуживания клиентов (клиентам не придется приходить в офис для проведения банковских операций), большого количества продуктов на одного клиента, высокого уровня удержания клиентов.

Проведя анализ особенностей предприятия, можно определить ключевые цели, влияющие на дальнейшее развитие: увеличение доли рынка и увеличение притока клиентов. Для коммерческого банка «Ренессанс Кредит» разумно выбрать стратегию дифференциации. В рамках данной стратегии стоит сделать упор на качество и донести до потенциального потребителя, чем «Ренессанс Кредит» лучше конкурентов. К примеру, можем выделить следующие преимущества: быстрое обслуживание клиентов, возможность заведения заявки на кредит, не выходя из дома, а также возможность выполнения банковских операций, не выходя из дома. Компания должна изучать запросы и поведение покупателей. Конкурентное преимущество появляется тогда, когда большое количество покупателей будет заинтересовано в предлагаемых атрибутах и характеристиках товара.

Таким образом, наиболее эффективной стратегией для КБ «Ренессанс Кредит» является: Повышение эффективности деятельности компании посредством укрепления конкурентных позиций на основных банковских рынках (привлечение средств физических лиц, кредитование населения) за счет повышения качества обслуживания клиентов. В рамках разработки стратегии для компании «Ренессанс Кредит» были выделены следующие ключевые показатели успеха, которые включают: поток клиентов, финансовые показатели, качество услуг (количество жалоб, обращений), имидж (узнаваемость компании методом опросов социальных сетях, на форумах).

Список литературы

1. Акимкин Д. Клиентская модель бизнеса в розничном банкинге / Д. Акимкин // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2012. – № 4 (20). – С.118–121.

2. Никонова И. А. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И. А. Никонова, Р. Н. Шамгунов. – 3-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 304 с.
3. Псеуш З. Стратегия банка: от разработки до её реализации [Электронный ресурс] / З. Псеуш. – URL: <http://bankir.ru/tehnologii/s/strategiya-banka-ot-razrabotki-do-eyo-realizacii-1373281/#ixzz2oFwAr1jD>.
4. URL: <http://rencredit.ru/o-banke/o-banke>.