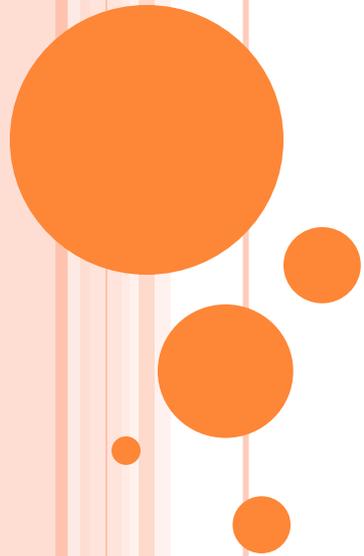


КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ ДЛЯ МАССОВОГО РЫНКА

бизнес и риски



ОЖИДАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ



2011:

- Ресурсные ставки будут падать
- Восстановление экономики в 2012
- Рост потребительского настроения и потребностей
- Оживление ипотечного и автокредитования
- Уменьшение конкурентного давления
- Развитие новых каналов привлечения и обслуживания

2012:

- Ресурсные ставки резко возросли
- Налицо признаки охлаждения экономики
 - Население готовится к девальвации
 - «Две судимости? Зато ипотеки нет!»
 - Конкурентная борьба усилилась
 - Не так все просто, как казалось



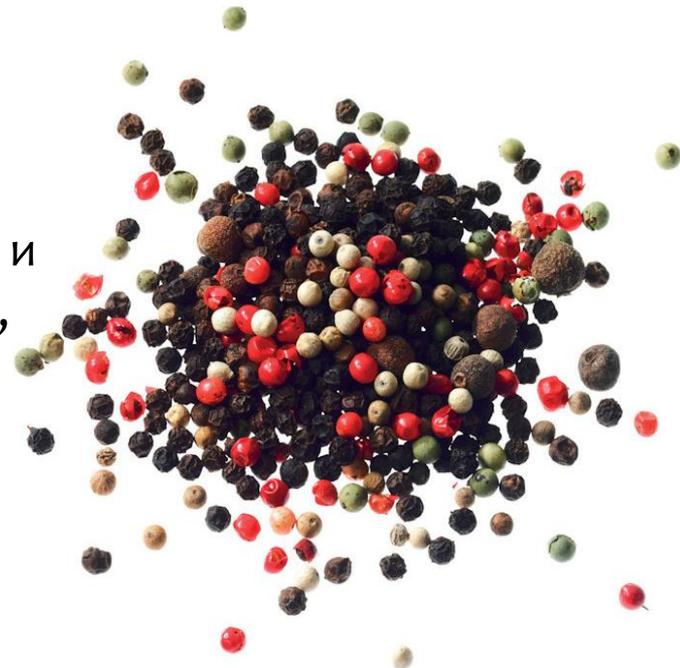
ХАРАКТЕРИСТИКА МАССОВОГО РЫНКА

Профиль:

- $\approx 35\%$ от общего дохода домохозяйств и $\approx 55\%$ от количества,
- 1,8-4 тыс. грн. доходов на одного члена семьи,
- Постоянный умеренный дефицит свободных денежных средств,
- Сравнительно высокий отклик на кредитные предложения и акции,
- Социальное расслоение, нестабильность социального и финансового статуса.

Поведение:

- Острая чувствительность к внутристрановым событиям и слабая восстанавливаемость,
- Избирательная платежная дисциплина и постоянная потребность в стимуляции,
- Недоверие, скрытность и быстрое разочарование.



ПОТРЕБНОСТИ МАССОВОГО РЫНКА В КРЕДИТНЫХ КАРТАХ

- Основной способ получения наличных средств
- Отложенная ликвидность
- Краткосрочная потребность в деньгах
- Удобство расчетов
- Выгодное поддержание семейного баланса
- Сервисные потребности: простота, понятность, прозрачность, предсказуемость, внимание.



- Перекредитовка
- Острая социальная потребность в деньгах
- Мошенничество
- Модный тренд



ЗАБЛУЖДЕНИЯ

Бизнес	Риск-менеджмент
Все клиенты - «хорошие»	Все клиенты - «плохие»
«Очень хорошие» нуждаются в больших деньгах	Чем больше дадим, тем больше не вернут
Паспорт и код - все, что нужно знать о клиенте	Не хватает родословной собаки
90% клиентов имеют дополнительный доход	90% клиентов выдумывают дополнительный доход
Только мы хорошо понимаем клиента	Только мы хорошо понимаем клиента
Ваше дело оценивать клиента	Ваше дело продавать
Враг №1 – «Риски»	Враг №1 – «Бизнес»
Куда вы смотрели?	А мы вам говорили!



КАК ДОСТИЧЬ БАЛАНСА?



ПРИНЦИПЫ БАЛАНСА

Клиенты	Бизнес	Риск-менеджмент
Одни хотят сервис, другие хотят только деньги	Продуктовое позиционирование и послепродажная поддержка	Вовлеченность в процессы создания продуктового ряда
Одни - доказывают, другие – врут	Снабжение риск-менеджмента оперативной информацией и практиками	Гипотезы-тестирование-внедрение
Одни платят за других	Управление риском через управление доходностью	
Одни осторожнее других пользуются кредитным лимитом	Стимулирование активации	Управление кредитной нагрузкой
Одни уходят, другие остаются надолго	Активное использование инструментов удержания	Компенсация потерь за счет премии за риск, восстановление утраченной платежеспособности
Одни лучше других	Единая платформа отчетности и единое понимание проблем и потребностей	



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ОЛЕГ ПАХОМОВ

PAKHOMOV.OLEG@GMAIL.COM

+38095282052

