

Финансовые услуги. Перезагрузка

Алексей Боярский - 15.12.2011

«Финансовые услуги. Перезагрузка. Вызовы будущего для потребительского рынка банковских и страховых услуг», Регги де Феникс и Роджер Певерелли, издательство Манн, Иванов и Фербер»

Еще английские юмористы конца XIX века замечали, что визит в банк сопряжен с целым рядом душевных переживаний и моральных травм. По их наблюдениям банк подавлял. Заходишь, а на тебя с высока смотрит что-то каменное... Со временем, банки, конечно менялись, менялись и ощущения клиентов, но в целом, накал неприязни и непонимания отнюдь не снизился.

«Прочитав книгу, вы поймете, что задача современного банка - стать не банком в традиционном понимании этого слова. Клиентоцентричная, открытая, мобильная, инновационная компания, с которой легко и приятно работать, — вот что такое банк, к которому надо стремиться. В России банки воспринимаются как неуклюжие, неповоротливые, иерархичные организации, построенные по принципу централизации полномочий, принимающие решения на основе скоринга, кредитных комитетов и прочее. Посещение отделения банка вызывает не более положительные эмоции, чем посещение стоматолога. Мы хотим разрушить этот стереотип! У банка должно быть человеческое лицо. Во многих случаях мы видим, что клиент выбирает не банк, а человека, сотрудника, с которым можно установить открытые, доверительные отношения. И опять получается, весь вопрос — в людях. За всеми трендами, за всеми инновациями, о которых вы читаете в этой книге, стоят люди. В конце концов, инновационные продукты, новый дизайн офисов, «фишки» можно легко скопировать. А вот людей и культуру скопировать невозможно» - вот такое видение у авторов книги.

Они считают, что доверие к банку определяется не только процентами по вкладу, не только индексом в рейтинге, но прежде всего личными ощущениями человека от посещения отделения банка, от общения с его сотрудниками. Обратили внимание, что в ресторанных двориках супермаркетов у стойки Макдоналдса всегда очереди, а стойки других кафе — свободны. Почему же люди не перебегают, предпочитая постоять в очереди? Не только из-за любви к гамбургерам, а по большей части из-за доверия стандартам Макдоналдса, стандартам обслуживания — в частности, тому, что точно не отравят и не обхамят. Предлагаемая книга - именно о доверии, о том, как завоевать это доверие. Авторы, конечно, не предлагают дарить как в Макдоналдсе всем проходящим с детьми флажки или шарики — их система лояльности куда сложнее.

