ЯПОНСКИЙ ПОДХОД
РОССИЙСКИЙ МАСШТАБ

ВИДЕНИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

Видение перспектив развития Банка на 2017-2018 годы, как кредитной организации с международным участием, делающей акцент на внедрении инноваций в области современных банковских и информационных технологий, стабильно увеличивающий клиентскую базу и свою долю на рынке банковских услуг для массовой розницы, корпоративных клиентов, и эффективно управляющей рисками и прибыльностью, сформировано на основе решения следующих приоритетных стратегических задач:

- *Сохранение и преумножение клиентской базы*
- *Соответствие высоким требованиям регулятора*
- *Обеспечение эффективности*
- *Сбалансированное развитие*
- *Повышение узнаваемости Бренда*

Сохранение и преумножение клиентской базы

Клиентоориентированность – максимально повысить качество обслуживания и взаимодействия с клиентами, предложить конкурентоспособные и качественные банковские продукты, отвечающие потребностям клиентов.

Высокое качество сервиса, современные технологии банковского обслуживания, скорость принятия решений и широкий спектр банковских услуг - основное преимущество для увеличения клиентской базы в условиях жесткой конкуренции.

Предложение корпоративным и частным клиентам высокотехнологичных сервисов дистанционного обслуживания и распоряжения счетом с гарантией надлежащей степени информационной безопасности, таких как Интернет-банкинг, мобильный банкинг, банковские карты, позволяют не только быть «удобным» и «доступным» Банком для клиентов, но и оптимизировать операционную деятельность.

Увеличение доли юридических лиц в клиентской базе и пассивах банка – источник получения стабильного комиссионного дохода и обеспечения финансирования деятельности более дешевыми ресурсами по сравнению с пассивами физических лиц. Целевой аудиторией Банка для привлечения на обслуживание являются юридические лица сегмента малого и среднего бизнеса, в том числе осуществляющие внешнеторговую деятельность (сделки и расчеты с контрагентами азиатского региона), а также участники тендеров с бюджетными организациями по контрактам на поставку товаров, оказание работ (услуг).

Дальнейшее развитие розничного бизнеса за счет расширения спектра розничных продуктов и услуг - обязательное условие для динамичного развития универсального Банка.

Соответствие высоким требованиям регулятора

Банк уделяет особое внимание выполнению требований регулятора, путем поддержания основных нормативных показателей на должном уровне, совершенствования систем управления банковскими рисками, включая риски ПОД/ФТ и кредитные риски.

Риски ПОД/ФТ - надлежащее исполнение требований по ПОД/ФТ, в том числе для поддержания эффективности системы внутреннего контроля по ПОД/ФТ, исключения вовлечения Банка в осуществление легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма, в соответствии с утвержденными Правилами внутреннего контроля, в рамках которых реализуются и постоянно совершенствуются программы и организационные меры в целях ПОД/ФТ.

Поддержание системы ПОД/ФТ, включая принятые Банком внутренние организационные меры в целях ПОД/ФТ, на уровне, в достаточной мере соответствующем характеру, масштабам и основным направлениям деятельности Банка, клиентской базе и уровню типичных рисков.

Кредитные риски –совершенствование системы управления кредитными рисками позволит повысить привлекательность кредитных продуктов Банка, в том числе за счет оптимизации процессов принятия решений.

Обеспечение эффективности бизнеса

Финансовая устойчивость и результативность на основе диверсификации источников доходов, ресурсной базы и кредитного портфеля. Увеличить операционные доходы за счет качественных банковских продуктов и услуг, с обязательным соблюдением разумного баланса риска и доходности, благодаря рациональному и эффективному управлению ресурсами, оптимизации операционных расходов.

Технологическая перестройка – использование современных технологий обслуживания клиентов и автоматизации внутренних бизнес - процессов, в том числе процессов мониторинга и управления рисками, постоянная актуализация и оптимизация технологий.

Организованность, управляемость и компетентность – повышение качества управленческих навыков и системы корпоративного управления; стандартизация и оптимизация бизнес-процессов; совершенствование профессиональных компетенций и корпоративной культуры; эффективное управление персоналом с внедрением оптимальной системы мотивации сотрудников Банка.

Сбалансированное развитие

Добиться сбалансированного развития Банка в розничном и корпоративном бизнесе, довести соотношение 50 на 50 по доходам и объемам указанных сегментов бизнеса в балансе Банка.

Провести диверсификацию пассивов за счет роста доли средств и депозитов юридических лиц, для чего предложить клиентам новые конкурентные продукты, а также осуществлять привлечение среднесрочных и долгосрочных ресурсов с финансового рынка в виде облигационных и вексельных займов.

С целью развития корпоративного бизнеса необходимо проанализировать текущие потребности рынка и предложить лучшие конкурентные условия: продукты и финансовые решения должны быть понятны, удобны и взаимовыгодны.

Банк продолжит развитие современных технологичных онлайн сервисов и услуг для клиентов, включая новые продукты для клиентов малого бизнеса.

Повышение узнаваемости Бренда

Создание маркетинговой политики (стратегии), при этом можно выделить следующие основные этапы:

- комплексное изучение рынка;
- объективная оценка спроса и потребностей;
- разработка маркетинговой стратегии и выработка методов, позволяющих ее реализовать.

Проведение маркетинговых исследований для поиска новых сегментов рынка с целью расширения клиентской базы и увеличения кросс-продаж.

Исследования будут направлены на выявление потребностей клиентов и дадут возможность предложить клиентам именно те продукты, которые они хотят, а банку быть особенным и выделяться на фоне конкурентов.

Реализация сервиса, который будет эффективно распространять маркетинговые послания, чтобы они не оставались незамеченными и предоставлять услуги и сервисы таким образом, чтобы клиенты легко могли ими воспользоваться.
Немаловажно будет организация обеспечения клиентам всесторонней помощи и поддержки, чтобы им было легче управлять услугами и сервисами банка.

Последовательная реализация маркетинговой стратегии, улучшение информационного фона путем продвижения бренда в социальных сетях, рекламных компаний и активного взаимодействия со средствами массовой информации.
За основу будут взяты известные финансовые порталы и СМИ, а также участие в конференциях и выставках финансовой индустрии с целью повышения узнаваемости бренда.