



Сочетание фокуса и простоты – это главные ингредиенты нашего успеха

27 Дек, 2011

Банк «Тинькофф Кредитные Системы» - первый в России банк, специализирующийся на операциях с кредитными картами – вышел на рынок в июне 2007 года. С помощью своей инновационной, «виртуальной» модели, не предполагающей наличия физических отделений, банк приобретает клиентов, в основном, с помощью директ-маркетинга, а также за счет партнерских и кобрендинговых программ. Мы попросили Оливера Хьюза, Президента ТКС, рассказать нам, в чем заключаются основные факторы успеха банка.

Какие элементы являются ключевыми для успешной концепции развития банка «Тинькофф Кредитные Системы»? «Если говорить коротко, то это фокус и простота. ТКС специализируется, в основном, на работе с кредитными картами, и мы решили не дифференцировать гамму наших услуг. С нашей точки зрения, концентрация на одной услуге значительно упрощает задачу стать лучшим на рынке. Если же посмотреть более детально, то ключевыми факторами успеха для нас стали следующие.

Прежде всего, мы сконцентрировались на работе с массовым сегментом во всех регионах России, предоставляя ему инновационные продукты (представляющие для наших клиентов весомую ценность) и обеспечивая исключительно высокий уровень обслуживания.

Во-вторых, наша бизнес модель является низкокзатратной. К ключевым элементам нашей бизнес—модели относятся - отсутствие отделений (максимизация аутсорсинга); директ-мейл и Интернет как основные каналы контакта с потенциальными клиентами; способность оперативно увеличить (а, при необходимости, снизить) объем транзакций.

В-третьих, мы внедрили лучшие на настоящее время информационные технологии, гарантирующие скорость и гибкость наших операций.

С момента своего запуска в июне 2007 года ТКС выпустил 1,5 миллиона кредитных карт для клиентов во всех регионах России.



Благодаря своей успешной модели роста, мы смогли достичь точки безубыточности в конце 2008 года и начали получать прибыль в 2009, на третий год операционной деятельности.

ТКС вышел на рынок в годы кризиса, однако это не помешало его росту. Каким образом вам это удалось?

Во-многом, благодаря гибкой бизнес-модели нам легко адаптироваться и к быстрому росту экономики или к ее внезапному краху. Так как у нас нет отделений, наши постоянные издержки достаточно невелики. Кроме того, наша операционная платформа может быть быстро адаптирована. Помимо этого, наши акционеры и руководящая команда



внимательно следят за всеми изменениями на рынке, а затем принимают быстрые и эффективные решения, позволяющие адаптироваться к новой рыночной ситуации. Более того, наша клиентская база распределена по всей России и достаточно сильно диверсифицирована с точки зрения дохода; таким образом, мы не концентрируем кредитные риски в одном регионе или в единственном секторе.

С нашей точки зрения, одной из основных тенденций настоящего времени является простота. Каким образом эта тенденция учитывается в концепции ТКС?

Простота крайне важна для нас. Мы стремимся сделать наши услуги доступными для всех клиентов за счет простого языка общения, не использующего профессионального жаргона. Наши акционеры и менеджеры осуществляют постоянный мониторинг того, что говорят о нашем сервисе клиенты при общении с операторами колл-центров, на Интернет-форумах и в жалобах, которые мы получаем. Все это позволяет нам оперативно улучшать продукт и услуги без риска негативного влияния на прибыльность работы банка. Позвольте привести пример того, как наш подход к простоте становится для наших потребителей выгодным с точки зрения удобства. Платеж в погашение долга по кредитной карте можно делать без какой-либо комиссии через одного из наших партнеров (наша партнерская сеть – самая большая в России). Кроме того, мы

предлагаем достаточно редкую для России услугу - клиент может сделать перевод с банковской карты, эмитированной любым другим банком, на счет своей карты в ТКС с помощью телефонного звонка в колл-центр или через мультимедийное общение с банком (смс, интернетбанк, электронная почта, традиционная почта, мобильный банк и социальные сети).

Могли бы вы привести пример инновационного подхода к банковскому обслуживанию из практики ТКС?

Мы выпустили кредитную карту в партнерстве с самой популярной в России социальной сетью “Одноклассники” – и подобное сотрудничество можно считать уникальным. Обычно социальные сети не склонны к партнерствам с отдельными банками, но в нашем случае, сеть “Одноклассники” (значительно опережающая в России Facebook по количеству пользователей) согласилась принять участие в проекте. Карта выпускается после того, как посетитель тратит всего 5 минут на заполнение анкеты на сайте “Одноклассников” и выбирает дизайн своей карты (имея возможность загрузить свои личные фотографии или изображения). Также потребители получают ряд бонусов в форме внутренней валюты «Одноклассников», называемой «Оки». Каждому держателю карты начисляется в виде “Ок” 1% процент от всех совершенных с помощью карты ТКС покупок.