

## ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА PRIVATE BANKING: КАНАЛЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СОСТОЯТЕЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



**Тимохина Галина Сергеевна,**

доцент, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента, Уральский государственный экономический университет, член АМА (Американской Ассоциации Маркетинга); 620144, Екатеринбург, 8 Марта/Народной воли 62/45  
galinatimokhina@yandex.ru



**Минина Татьяна Борисовна,**

доцент, профессор кафедры маркетинга и международного менеджмента, Уральский государственный экономический университет; 620144, Екатеринбург, 8 Марта/Народной воли 62/45  
mininatb@yandex.ru



**Нестерова Зинаида Васильевна,**

доцент, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента, Уральский государственный экономический университет; 620144, Екатеринбург, 8 Марта/Народной воли 62/45  
zvn@usue.ru

В настоящей статье представлен анализ результатов количественных и качественных маркетинговых исследований российского рынка услуг приват банкинга с фокусом на вопросы организации основных каналов привлечения состоятельных потребителей. Выявлено, что основными каналами привлечения потребителей услуг приват банкинга в девятнадцати крупнейших исследуемых банках являются личные каналы в виде рекомендаций других потребителей, а также профессиональные каналы на основе взаимодействия подразделений приват банкинга с корпоративным и розничным блоками банка и консультации персонального менеджера. На основе анализа данных о привлечении состоятельных потребителей посредством личных и профессиональных каналов показаны некоторые особенности функционирования, даны рекомендации по развитию данных каналов. Рекомендации касались следующих вопросов: фокусирование банка не на размерах капитала потребителя, а на потенциале его роста; выбор оптимальной модели обслуживания потребителей; способы рекрутинга персональных менеджеров; выбор приоритетных оценочных показателей эффективности их работы; стратегические и тактические решения банка для снижения риска оттока потребителей при уходе персонального менеджера; подходы к организации специальных событий и мероприятий для состоятельных потребителей.

**Ключевые слова:** маркетинговое исследование; рынок приват банкинга; состоятельные потребители; личные и профессиональные каналы привлечения.

### ВВЕДЕНИЕ

Данная статья является продолжением серии статей («Маркетинг в России и за рубежом» № 4. 2017 и «Практический маркетинг» № 8. 2017) по исследованию российского рынка услуг приват банкинга, проведенному исследовательской компанией *Frank Research Group* (г. Москва) в 2015—2016 гг. В статье представлен анализ каналов привлечения состоятельных потенциальных потребителей, основанный на результатах количественных и качественных полевых исследований: анкетировании 118 фактических потребителей,

глубинных интервью 23 потребителей услуг приват банкинга, 25 руководителей и 38 персональных менеджеров подразделений приват банкинга. Следует отметить, что по методике исследования объемы выборки экспертов рынка: руководителей и персональных менеджеров подразделений приват банкинга (25 и 38 соответственно) превышают объем выборки исследуемых банков (19), что отражено в приведенном ниже анализе.

С точки зрения терминологии, сложившейся в практике российского рынка, рынок услуг приват банкинга рассматривается его

субъектами как рынок купли-продажи кастомизированного банковского продукта особого спроса. Под таким продуктом в российской практике в большей степени подразумевается комплекс услуг по управлению личными средствами потребителя посредством операций, сохраняющих и увеличивающих его состояние, в меньшей степени комплекс услуг по управлению всем состоянием потребителя (*wealth management*)\* [1, 2]. Сегмент потребителей на рынке услуг приват банкинга — это состоятельные потребители, готовые разместить в банке свои капиталы, размер

\* Russian money in Europe. Top 2010. Private Banking/ Fuchsreport, 2010. <http://private-banking-report.ru> (дата обращения: 12.04.16); Исследование владельцев капиталов в России/ Центр управления благосостоянием и филантропии Сколково.2015. <http://wtc.skolkovo.ru/events/wkd2016/pdf/capitals.pdf> (дата обращения: 20.04.16).