

Dariusz Korczakowski
„Przedsiönek Private Banking”

Kolejna segmentacja

Najwiöksze polskie banki starają się przygotowywa swoją ofert zgodnie z obowiązującymi na Őwiecie standardami. A tu preferuje się dostosowanie produkt do docelowego segmentu i to dopasowanie szczegółowe. Dotyczy to równieŹ segmentu Klientów ZamoŹnych. Jeszcze kilka lat temu wystarczyło samo oddzielenie ich od Klientów masowych. DziŹ nastpuj kolejne podziały – skutkujące dywersyfikacj produktów, standardów obsługi i cennikami.

Według opracowania „Private Banking Thought Starter” Market Overview – (C) 2002 Evaluateserve dotyczącego segmentu Klientów ZamoŹnych w Bankowoŝci, najbardziej standardowy podział tego segmentu Klientów, ze względu na poziom zgromadzonych aktywów, przedstawia się następująco:

- a) Ultra bogaci (Ultra HNWI) > \$ 50 mn
- b) Bardzo bogaci (Very HNWI) > \$ 5 mn
- c) Bogaci (HNWI) > \$ 0,5 mn

- d) Majtni (Affluent) > \$0,1 mn

Trzy pierwsze segmenty niewątpliwie zaliczy naleŹy do grupy Private Banking, ostatni, Klienci Majtni (affluent) – jest to segment okreŝlany potocznie w bankowoŝci jako Personal Banking, bądŹ bankowoŝc osobista. Do segmentu Personal Banking zaliczani są mniej majtni Klienci Banków z segmentu Klientów ZamoŹnych – ale często bardziej perspektywiczni. TakŹe wiodące polskie instytucje sektora bankowego przygotowały dla nich swoje oferty – choć oczywiŝcie kryterium przynaleŹnoŝci, tak jak i w przypadku Private Banking, zostało obniŹzone w stosunku do standardów Őwiatowych. Wydzielenie segmentu Personal Banking jest równieŹ istotne dla banków, dlatego Źe zaliczani są do niego przede wszystkim przedstawiciele Klasy Őredniej – najchętniej widzianej grupy docelowej przez wszelakie instytucje. Klienci Ci są mniej majtni od Klientów Private Banking – ale bardziej perspektywiczni. Zarobki wikszoŝci z nich ksztaltuj si powyŹej Őredniej krajowej, często ze względu na staŹ pracy, czy wiek nie mają teŹ zaspokojonych w pełni swoich potrzeb. DuŹo wydają – bo inwestuj w nieruchomoŝci bądŹ po prostu ich poziom konsumpcji ksztaltuje się na duŹo wyŹszym poziomie niŹ wikszoŝci społeczeñstwa – chętniej wiec korzystają z produktów kredytowych. Oczekuj indywidualnej obsługi, ale nie są im niezbędne wyrafinowane produkty finansowe (ich sytuacja finansowa zwykle nie pozwala teŹ na sensowne ich wykorzystanie). NaleŹy teŹ podkreŝli, Źe objęcie przez Bank obsług Personal Banking jest dla wielu Klientów przedsiönkiem do Private Banking.

Co więc tak naprawdę wyróżnia Personal Banking od oferty dla innych segmentów.

W stosunku do standardowej oferty bankowej oferta bankowości osobistej wzbogacona jest o:

- dedykowanego doradcę bankowego (którego zadaniem jest dobranie odpowiedniego pakietu produktów do potrzeb Klienta),
- rozszerzoną w stosunku do standardowej ofertę produktową
- negocjowalne bądź preferencyjne warunki cenowe
- uproszczone procedury kredytowe

W stosunku do oferty dla Klientów segmentu Private Banking oferta Personal Banking jest przede wszystkim mniej elastyczna. Dla bardzo dużego Klienta Bank jest bowiem w stanie „dopasować” procedury, dla Klienta dużego jest to po prostu nieopłacalne. Trochę skromniejszy jest też standard obsługi – zwykle nie zdarza się by Klient był obsługiwany w jego siedzibie/mieszkanu (co nie należy do wyjątków w odniesieniu do Klientów Private Banking). Ograniczona oferta produktowa – bardzo często ze względów ekonomicznych – pewnych produktów nie opłaca się bowiem oferować poniżej pewnego poziomu zaangażowania, aby otrzymać inne wymagany jest minimalny poziom aktywów czy dochodów (np. najbardziej prestiżowe karty płatnicze). Także przedział negocjacji poziomu cen, ze względu na niższe kwoty transakcji jest ograniczony. No i oczywiście zasadnicza różnica – aby zostać zakwalifikowany do obsługi programem typu Private Banking niezbędne jest posiadanie znacznie wyższych aktywów bankowych bądź charakteryzować się wyższymi zarobkami – kryteria kwalifikacji do Personal Banking są w tym względzie bardziej liberalne (choć jak wspomniano na początku, są one niższe od standardów światowych).

Z czego składa się oferta Personal Banking ?

Podstawowe składniki oferty dla Klientów Personal Banking są następujące:

- dedykowany doradca
- specjalne, prestiżowe podstawowe konto bankowe
- ekskluzywne karty płatnicze i kredytowe
- preferencyjne / negocjowalne warunki cenowe
- dedykowane pozostałe produkty – tj. Produkty depozytowe, kredytowe, inwestycyjne,

oprócz nich istnieją oczywiście elementy indywidualnie dodawane przez Banki – np. produkty bankassurance, pakiety assistance, programy partnerskie (programy rabatów w instytucjach zewnętrznych dla osób przynależnych do danego programu).

Kluczowym elementem oferty jest osobisty doradca (który jest bezpośrednim łącznikiem Klienta z Bankiem) oraz Prestiżowe Konto Bankowe – stanowiące podstawę współpracy z Bankiem. Te dwa elementy pozwalają przygotować ofertę dopasowaną do potrzeb Klienta – dzięki wiedzy Doradcy Bankowego i możliwościom płynącym z umiejscowienia rachunku w danym banku (większość

produktów bankowych jest bowiem związana z kontem osobistym). Pozostałe produkty są dopasowane do profilu Klienta – inaczej skonstruowany będzie pakiet dla osoby zainteresowanej lokowaniem środków, inaczej zaś dla mającej potrzeby kredytowe. Banki w swojej ofercie nie ograniczają się do produktów stricte bankowych często oferując oferty swoich partnerów biznesowych (fundusze inwestycyjne, papiery skarbowe czy ubezpieczenia). Często są to produkty złożone – np. plany oszczędnościowe – mix lokaty bankowej z funduszami inwestycyjnymi.

Jak zostać Klientem ?

W większości przypadków trafia do nas sam Bank – bazując na informacjach ze swoich zasobów. Niekoniecznie musi to być informacja pełna – wystarczy, że poręczymy komuś kredyt – a już poziom naszych dochodów staje się jawny dla Kredytodawcy i trafiamy w krąg jego zainteresowań. W polskich bankach poprzeczki dla usługi typu Personal Banking ustawione są na różnym poziomie. Zwykle brane są pod uwagę dochody i aktywa zgromadzone w Banku lub w grupie. Wymagany minimalny poziom dochodów kształtuje się w przedziale 3-10 tys. zł, zaś poziom zgromadzonych aktywów: 50-100 tys. zł. Jeśli spełniamy te kryteria – a jeszcze nasz Bank nie zaproponował nam stosownej oferty sami możemy się zgłosić choćby do jednego z Banków zawartych w poniższym zestawieniu i poprosić o przedstawienie stosownej oferty.

Oprócz kryterium dochodowego wiele banków dopuszcza też kwalifikowanie do programu osób o znaczącym, wysokim prestiżu społeczno-zawodowego w środowisku lokalnym – tzw. Klientów VIP – w ich przypadku kwalifikacja do programu odbywa się bez spełniania wymogów ekonomicznych.

Oferta polskich banków.

W załączonej poniżej tabeli przedstawiono ofertę polskich banków z zakresu Personal Banking. Nie jest to ranking, niekoniecznie obejmuje też wszystkie Banki – tworzony był bowiem na bazie informacji dostępnych na stronach internetowych banków – a nie zawsze są one źródłem pełnej informacji. Z tabeli można wywnioskować, że oferta banków w zakresie personal banking jest bardzo podobna – oferty różnią się niuansami. W kilku przypadkach jest to bezpłatne ubezpieczenie NNW, czy pakiet assistance wliczony w cenę pakietu. Kilka banków ma specjalną kartę identyfikującą przynależność do programu, będącą jednocześnie kartą rabatową w odniesieniu do partnerów zewnętrznych.

Najważniejszy w ofercie Personal Banking jest jednak człowiek – a właściwie nasz doradca, który tak naprawdę zdecyduje czy będziemy zadowoleni z usług naszego Banku czy nie.

Więcej artykułów z zakresu Bankowości Prywatnej / Private Banking / Wealth Management w serwisie internetowym www.privatebanking.pl.