

**РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ  
В ОБЛАСТИ ЖИЛИЩНОГО  
КРЕДИТОВАНИЯ**



**СБЕРБАНК**

- ❑ Сбербанк России крупнейший банк Российской Федерации и СНГ.
- ❑ По состоянию на 01.01.2011:
  - Самый дорогой бренд России (Brand Finance), стоимость превысила \$12 млрд.
  - Активы - более четверти банковской системы страны (27%).
  - Доля в банковском капитале - 26%.
  - Сбережения российских граждан - 47,9%.
  - Кредитный портфель Сбербанка - около трети всех выданных в стране кредитов (32% розничных и 31% корпоративных кредитов).
- ❑ Крупнейшая филиальная сеть страны:
  - 17 территориальных банков, более 20 тысяч подразделений по всей стране.
- ❑ Дочерние банки: Казахстан, Украина, Белоруссия, открыты представительства в Германии и филиал в Индии, зарегистрировано представительство в Китае.
- ❑ Рейтинг узнаваемости в России – 96%, известность – 86%.



**21 октября 2008 года Наблюдательный совет Сбербанка России единогласно одобрил Стратегию развития Сбербанка до 2014 года.**

## Основные направления преобразований

- ❑ Максимальная ориентация на клиента и превращение Сбербанка в «сервисную» компанию по обслуживанию индивидуальных и корпоративных клиентов.
- ❑ Технологическое обновление Банка и "индустриализация" систем и процессов.
- ❑ Существенное повышение операционной эффективности Банка на основе самых современных технологий, методов управления, оптимизации и рационализации деятельности по всем направлениям за счет внедрения Производственной Системы Сбербанка, разработанной на базе технологий Lean.
- ❑ Развитие операций на международных рынках, в том числе в странах СНГ.
- ❑ Развитие различных каналов продаж (партнерские отношения, работа с предприятиями, private banking)

- ❑ Московский банк Сбербанка России создан 2 ноября 2009 года.
- ❑ 12 отделений, 754 дополнительных офисов, 22 центра ипотечного кредитования.
- ❑ Председатель Московского банка — Максим Владимирович Полетаев, один из самых молодых председателей территориального банка Сбербанка России.
- ❑ Сегодня Московский банк:
  - первый в системе Сбербанка по размеру и темпу роста кредитного портфеля физических лиц;
  - первое место среди территориальных банков по качеству обслуживания клиентов;
  - лидеры по темпу роста транзакций удаленных каналов (53% платежей через альтернативные каналы);
  - объем выдач жилищных кредитов за 12 месяцев вырос в 2,3 раза по количеству и в 2,2 раза по сумме соответственно;
  - всего за 9 месяцев 01.10.2011 г. выдано 9 351 жилищных кредитов на сумму 28 337 млн. рублей

## Этапы формирования лояльности партнеров рынка недвижимости

### ЦЕЛЬ

Формирование единого стандарта по работе с партнерами

### РЕАЛИЗАЦИЯ

Создание подразделений:

- Управление по работе с партнерами (на уровне Московского Банка);
- Менеджеры по работе с партнерами (на уровне ОМБ);
- Открытие специализированных офисов (ЦИК);

### РЕЗУЛЬТАТ

Единая площадка по продвижению услуг Банка и Партнеров;

Предоставление клиентам Банка комплекса услуг;

Высокая скорость принятия решения.

## Развитие и расширение партнерских отношений

- Аккредитация объектов недвижимости (первичный рынок)
- Информирование клиентов о Партнерах Банка (сайт Банка, ЦИК, ВСП);
- Организация рабочих мест сотрудникам агентств недвижимости в Центрах Ипотечного кредитования;
- Предоставление площадки продаж на территории Банка Партнерам;
- Проведение консультаций сотрудниками Банка в центрах продаж Партнеров;
- Проведение совместных Акции с Партнерами ;
- Проведение обучающих семинаров для Партнеров по новым продуктам и изменениям Банка;
- Проведение круглых столов по обсуждению новых предложений по совместной работе;
- Согласование макетов рекламных буклетов, перетяжек, баннеров с использованием логотипа Банка и Партнеров.
- Проведение конкурса «Лучший Риэлтор».

## Развитие и расширение партнерских отношений

### РЕЗУЛЬТАТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (по состоянию на 01.10.2011 года):

- 133 объекта на первичном рынке недвижимости аккредитованы Банком (дома и жилые комплексы);
- 65 договоров с застройщиками загородной недвижимости (дачные и коттеджные поселки);
- 103 договора с Агентствами недвижимости;
- Общая доля Партнерского канала составляет более 40%

## Стандарты партнерских отношений

### ПЯТЬ ПРОСТЫХ ПРАВИЛ ПРИ РАБОТЕ С КЛИЕНТОМ ПАРТНЕРА ДЛЯ МЕНЕДЖЕРА ПО ИПОТЕЧНОМУ КРЕДИТОВАНИЮ

- Персональный учет клиентов Партнера;
- Поддержание On-line контактов с сотрудниками Партнеров по факту поступления заявок/принятия решения;
- Оказание консультационной поддержки клиенту Партнера;
- Выдача кредита в согласованные с Партнером сроки;
- Активная помощь Партнеру в решении возникающих вопросов.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**