

Галя Димитрова - изпълнителен директор на Търговска банка „Алианц България“

## НАСОЧВАМЕ ВНИМАНИЕТО СИ ИЗЦЯЛО КЪМ КЛИЕНТА

● В края на първата година от членството в ЕС ще стартираме нова информационна система

- В началото на декември т. г. мениджмънтът на ТБ „Алианц България“ обявя на специална пресконференция резултатите от дейността на банката за десетте месеца на 2006 г. и представи новата ѝ продуктова гама и бъдещи цели. И вие, г-жо Димитрова, като изпълнителен директор, отговарящ за банкирането на дребно, клоновата мрежа и информационните технологии, взехте участие в нея. Вашите проекти са свързани с едно по-далечно бъдеще, но за читателите на в. „Застраховател прес“ ще бъде интересно да научат нещо повече за тях „в аванс“. Какво ще представлява например новата ви информационна система?

- Преориентацията и поставянето на акцент върху сегмента банкиране на дребно наложи промяна на основната банкова информационна система.

Към момента Търговска банка „Алианц България“ обслужва над 75 хиляди индивидуални клиенти - граждани и домакинства. Планираме до края на 2007 г. броят им да достигне 100 хиляди, което представлява годишно нарастване с около 30 на сто.

Тези стъпки се предприемат под инициативата „Фокус към клиента“, която предполага предлагане на реални и работещи решения, които да удовлетворяват нарастващите потребности от финансови продукти на българския клиент. Продуктовият микс на банката постоянно нараства, предлагат се все нови и нови продукти за граждани - кредитни и дебитни карти с чип, кредити, депозити и разплащателни сметки. За да отговорим на нарастващото търсене в сегмента на мобилните банкови услуги, планираме въвеждането на мобилно и телефонно банкиране и цялостна промяна на системата за интернет банкиране.

- Вече откликват на изискванията на новоприетия Закон за предоставяне на финансови услуги от разстояние...

- Това е нашата цел. Съвременният клиент става все по-взискателен, цени собствено си време и предпочита да банкира от дома или офиса. В този смисъл предлагането на финансови услуги от разстояние е поредното предизвикателство пред банката да осигури бързо, качествено и модерно обслужване на своите клиенти. А това предполага, освен техническа осигуреност, и създаването на необходимата организация.

Предимството на новата информационната система, която се нарича Flexcube на IFlex solutions Ltd.), е отварянето на банката към всички електронни канали, т.е. ще имаме възможност да предлагаме услуги чрез кол център, от уеб страница на банката, телефонно и мобилно банкиране и т. н. Този проект ще бъде реализиран цялостно през 2008 г., но сега поставяме основите. През месец септември догодина ще го стартираме в няколко пилотни клонове на банката.

- Това вероятно ще наложи и кадрови и организационни



промени?

- Бих го определила като „движение от бек офиса към фронт офиса“, т.е. насочваме вниманието си изцяло към клиента. Така например ръководители на сектор „Бек офис“ (настоящите главни счетоводители) като длъжност ще се трансформират в ръководители на сектор „Операции“. Те ще се грижат основно за перфектното обслужване на клиентите в банковите салони.

В момента един банков служител трябва да познава в детайли близо 30 банкови продукта, което е голямо предизвикателство. Затова взехме решение да се внедри банков софтуер, който да освободи от

нетипичната банкова дейност звената, свързани с продажбата на финансови услуги. С други думи, да се централизира вътрешното счетоводство на банката, общото отчитане и водене на персонала (работни заплати, досиета) и така в банковите салони да остане само дейността, свързана с обслужването на самите клиенти - предлагането на пълната гама от продукти и концентрирането на банковия служител върху продажбата на финансовите услуги и по-добро обслужване.

- В интервю за нашия вестник г-н Димитър Желев - изпълнителен директор на „Алианц България Холдинг“,

каза нещо много интересно. Той заяви, че съществуват няколко успешни модела за продажба на застрахователни услуги чрез банките, сочейки за пример „Булбанк“, която продава ваши продукти, „Банка ДСК“, която има своята „ДСК Гаранция“, и Обединена българска банка, която направи смесено дружество с AIG. Според г-н Желев е по-интересен моделът, при който се използват агентите и мрежата от застрахователи, за да предлагат банкови продукти. Данните сочат, че за миналата година сте имали доста добро ниво на продажби чрез каналите си от професионални консултанти.

- „Алианц България Холдинг“ бе първата компания у нас, която предложи на клиентите си банкови, застрахователни и пенсионноосигурителни услуги на едно място.

Това, което отличава ТБ „Алианц България“ от останалите банки, е, че много от нашите продукти са комбинирани със застрахователни или пенсионноосигурителни услуги.

Всяка банка, която има интереси в ритейл сегмента, развива мрежа от банкови по-

мощници, има проекти за мобилни банкери или работи по някакви алтернативни канали за продажба. ТБ „Алианц България“ също развива алтернативни канали за продажба - чрез туристически агенции, строителни предприемачи, агенции за недвижими имоти и т.н.

Но най-силното ни „оръжие“ срещу конкуренцията е мрежата от застрахователни агенти, с която „Алианц България Холдинг“ разполага. Тази мрежа наброява около 2000 агенти и може би е най-голямата у нас в момента. Те предлагат продуктите на целия холдинг - застраховане, пенсионно осигуряване и банкиране. Тяхното значение е много голямо и фактите го потвърждават - продажбите ни чрез този канал за 2006 г. са скочили с 30% в сравнение с миналата година. В тази връзка бих искала да благодаря на г-н **Димитър Танчев** - старши вицепрезидент на „Алианц България Холдинг“, който отговаря за продажбите на групата, и на неговия екип за положените усилия.

Продуктите, които предлагаме чрез агентската мрежа, са кредит „Жилище“, кредитни и дебитни карти и депозитни продукти.

Страницата подготви СЛАВИМИР ГЕНЧЕВ

## РЕЗУЛТАТИ, НАМЕРЕНИЯ, ЦЕЛИ

Търговска банка „Алианц България“ е една от най-динамично развиващите се банки в страната. Към 31 октомври 2006 г. балансовите ѝ активи нараснаха до 882 млн. лева. Това представлява ръст от 24,4% от началото на годината. Към края на октомври депозитите са нараснали с 25,7% и са в размер на 722 млн. лева.

Общият размер на отпуснатите кредити към 31 октомври 2006 г. е над 378 млн. лв. Така от началото на годината кредитният портфейл нараства с 65,2%, като редовните кредити са над 98,2%. За цялата банкова система този показател е 92,5%.

Печалбата (след облагане с данъци) на ТБ „Алианц България“ към края на месец октомври е 7.3 млн. лева.

Основната стратегическа цел на банката и през тази година е фокусът към индивидуалните клиенти. За десетте месеца на настоящата година ТБ „Алианц България“ отчита ръст от 45,8% на привлечените средства от граждани и домакинства. Сравнен с банковата система (16,6%), ръстът на привлечените средства от граждани на ТБ „Алианц България“ е над три пъти по-голям.

В ипотечното кредитиране ТБ „Алианц България“ отчита ръст от 73% при общ ръст в банковата система от 44,2%.

Пазарният дял на банката е увеличен от 3,8% към 31 декември 2005 г. на 4,6% към септември 2006 г.

И през настоящата година банката предлага най-добри условия на пазара на автомобилните



Мениджмънтът на банката оповести резултатите на специална пресконференция

банкови кредити със своя специализиран продукт с кредитен характер „автокредит“.

За изтеклия период новите клиенти - физически лица, на банката са нараснали с над 30%.

не на експортно ориентирани фирми, кредит „Инвестиции“, предназначен за финансиране на инвестиционна дейност, ипотечен бизнес кредит за закупуване на административни и търговски площи и кредит за покупка на земеделска зе-

### От 4 декември 2006 г. ТБ „Алианц България“ стартира Коледна кампания

Всички клиенти, които получават своето работно възнаграждение по дебитна карта в банката, ще получат следните преференции:

⇒ Кредит „Жилище“ - намаление на лихвата по кредита с 0,25% за всички валути. Намалението важи за кредити със срок над 7 години.

⇒ Потребителски кредити

- намаление на стандартните лихвени условия по кредита с 1,00% за всички валути.

⇒ Всички депозитни продукти - надбавка от 0,2% над действащите стандартни лихвени условия.

Преференциите важат за целия срок на договора и за всички договори, сключени до края на месец юни 2007 г.

Приоритетен за банката сегмент са малкият и средният бизнес, който е гръбнакът на всяка пазарна икономика.

В сегмента малки и средни предприятия ТБ „Алианц България“ предлага четири специални кредита - кредитира-

мя. За да бъде по-конкурентоспособна, от началото на месеца банката промени част от условията по тези кредити. Така лихвата по кредит „Инвестиции“ е 6,5% за краткосрочен период и 8,25% за останалия срок на кредита. За кредит

„Експорт“ бе удължен срокът на кредита от 12 на 18 месеца с опция за неколккратно револвиране.

За ипотечния бизнес кредит лихвата бе намалена от 8,5% на 7,9% за срок до 5 години и от 9% на 8,35% - за кредити със срок до 10 години.

С членството

то на страната в ЕС интересът към покупка на земеделски земи нараства. В тази връзка ТБ „Алианц България“ актуализира условията по кредита, като увеличи размера на заема за покупка на 1 дка земя и намали лихвите, които вече са от 8,75% до 10,25% в зависимост от срока на заема. Също така беше дадена възможност за обезпечение да служи както закупената с кредита земя, така и друга.

По всички кредити, предназначени за малкия и средния бизнес, банката намали таксата за обслужване и облекчи изискванията за документите, които клиентите трябва да представят.

С увеличаването на клиентската си база през следващата година банката ще предложи нови интегрирани банково-застрахователни и банково-осигурителни услуги в подкрепа на идеята за индивидуален подход към всеки, превръщайки се в цялостен финансов консултант на клиента.