

Потребности средних и крупных АН в отношениях с банками с целью оказания качественного клиентского сервиса?





- **к.э.н., председатель СД ГК «Руснедвижимость»,**
- **бизнес-тренер,**
- **президент БФ «Здоровое поколение»,**
- **руководитель проектов: «Звезды — детям», Детский музыкальный театр «Открытие», лагерь личностного роста СКАЖИ-ЖИЗНИ-ДА.РФ**
- **сертифицированный тренер оздоровительных программ и тренингов личностного роста МФ «Искусство жизни»**

Компания

- **100 сотрудников; 80 риэлторов; 6 отделов продаж**
- **9 лет на рынке, 18500 сделок**
- **1,2 млн.м2 жилья, 2000 сделок /год**
- **25% локального рынка**
- **СА АИЖК (Дом.рф) 2009-2016гг.**



ВЫБИРАЕМ СТРАТЕГИЮ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: КТО ДЛЯ БАНКА АН? КЛИЕНТ? ПАРТНЕР? КОНКУРЕНТ?

1. АН = КЛИЕНТ. АН РАБОТАЕТ С КЛИЕНТАМИ БАНКА, И ПОЭТОМУ, АН – КЛИЕНТ, И ЕМУ **ВАЖЕН** СЕРВИС: **БЫСТРО, УДОБНО, ВЫГОДНО, КОГДА ЕГО ЛЮБЯТ**

2. АН = ПАРТНЕР. АН ВЫПОЛНЯЕТ ЧАСТЬ ОПЕРАЦИЙ ПО ПОИСКУ И ПРОДАЖЕ НЕДВИЖИМОСТИ, И ЭТИМ УСКОРЯЕТ СДЕЛКУ В КОНКРЕТНОМ БАНКЕ, ПОМОГАЯ БАНКУ ЗАРАБОТАТЬ, И ПОЭТОМУ, АН – ПАРТНЕР, И ЕМУ **ВАЖНО ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ (МАТЕРИАЛЬНЫЕ И НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ), ОБМЕН, ПРИВИЛЕГИИ (СТАВКИ)**

3. АН = КОНКУРЕНТ, ЗАРАБАТЫВАЕТ НА ТЕХ ЖЕ КЛИЕНТАХ, НА ТОМ ЖЕ РЫНКЕ, И ПОЭТОМУ ДЛЯ БАНКА – УГРОЗА, И ТОГДА **БАНК ИСПОЛЬЗУЕТ МЕТОДЫ ВОЕННОЙ СТРАТЕГИИ:** ДИВЕРСИЯ, ОКРУЖЕНИЕ, ПОДКУП, РАЗВЕДКА И Т.П.



ПОТРЕБНОСТИ АН ЗАВИСЯТ ОТ СТРАТЕГИИ «КЛИЕНТ» + «ПАРТНЕР» - «КОНКУРЕНТ»

БАНКИ ПУТАЮТ СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АН ➡ КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

1. СТРАТЕГИЯ СБЕРБАНКА ПО ОТНОШЕНИЮ К АН (74% ПРОДАЖ ЧЕРЕЗ СБ РФ) ?

«КОНКУРЕНТ»! ПРИЗНАКИ ПОКУШЕНИЯ НА БИЗНЕС:

- 1) АЛЬТЕРНАТИВНАЯ УСЛУГА (КОМИССИЯ АН = ПОДБОР+СОПРОВОЖДЕНИЕ+ БЕЗОПАСНОСТЬ).
- 2) ЭКСПЕРИМЕНТ ПО ПРОДАЖЕ ЛИДОВ АН
- 3) АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ АГРЕГАТОР С ПОДМЕННЫМИ НОМЕРАМИ
- 4) НАВЯЗАННЫЕ КРОСС-УСЛУГИ (СТРАХОВКА+СБР, ЭЛЕКТРОННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ)
- 5) ПОКУШЕНИЕ НА БИЗНЕС ЗАСТРОЙЩИКОВ (ЭСКРОУ И АГЕНТСКОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ С ПРОДАЖ ЗАСТРОЙЩИКОВ)

А ГОВОРЯТ ЧТО «ПАРТНЕРЫ» (анекдот про зайца и волков)

2. ВТБ – АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ «ПАРТНЕР»: ЦЕНОВЫЕ ПРЕФЕРЕНЦИИ КЛИЕНТАМ (ВЫЧЕТ ИЗ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ), ВЫБОР СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ, АКЦИИ , НО СЕРВИСА И ЛЮБВИ НЕ ХВАТАЕТ
3. СТРАТЕГИЯ «КЛИЕНТ» – ПОКА НИКТО, ПОПЫТКА У ТИНЬКОФФ (НО НЕТ ЕГО В МАЛЕНЬКИХ ГОРОДАХ)
АН = «КЛИЕНТ» САМАЯ УСТОЙЧИВАЯ СТРАТЕГИЯ, СЕРВИС ДЛЯ АН (B2B) = СЕРВИС ДЛЯ КЛИЕНТОВ (B2C)



ЧТО ДЕЛАТЬ БАНКУ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ АН = «КЛИЕНТ» И ПОЛУЧИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ АН И ИПОТЕЧНЫЕ ПРОДАЖИ :

1. РЕКЛАМА, ВЫКЛАДКА ПРОДУКТОВ БАНКА, ВЫВЕСКИ, НАВИГАЦИЯ ВНУТРИ АН С СИМВОЛИКОЙ АН
2. УДАЛЕННОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО НА РАБОЧИХ МАШИНАХ АН, ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ, БЫСТРАЯ ПОДАЧА ЗАЯВКИ В ЭЛ.ВИДЕ, ЛИЧНЫЙ МЕНЕДЖЕР В БАНКЕ 24/7 ТЕХ.ПОДДЕРЖКА
3. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА АН ПО СОГЛАСОВАННОЙ НА ГОД ПРОГРАММЕ
4. ПРЕФЕРЕНЦИИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ АН, НАПРИМЕР ПО %СТАВКЕ , СТРАХОВКЕ
5. ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОВЕСТИ КРЕДИТНУЮ СДЕЛКУ В ОФИСЕ АН, ПРИЕЗД НОТАРИУСА, ЗАСТРАХОВАТЬСЯ В АН, СДАТЬ НА РЕГИСТРАЦИЮ (ОКНО МФЦ, ЛИБО ЭЛ. РЕГИСТРАЦИЯ)
6. СЕРВИС В ПОЛУЧЕНИИ АН ВЫПИСОК, УДАЛЕННОЙ ПОДАЧИ ДОКУМЕНТОВ В ОПЕКУ И Т.П.
7. СЕРВИС ДЛЯ АГЕНТОВ: МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ОТПРАВКИ ЗАЯВОК В БАНК ЧЕРЕЗ САЙТ (СЕРВЕР, КАБИНЕТ) АН
8. СОРЕВНОВАНИЯ, КОНКУРСЫ, БОНУСЫ, КОМПЕНСАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ, ПРИЗЫ И ПОДАРКИ СРЕДИ АН И АГЕНТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПЛАНА, БЛАГОДАРСТВЕННЫЕ ПИСЬМА, СЕРТИФИКАТЫ О ПАРТНЕРСТВЕ, СОВМЕСТНЫЕ ОЛИМПИАДЫ, КВЕСТЫ, АКТЫ ПРИЗНАНИЯ
9. СЕРВИСНЫЕ ПИСЬМА. ПАКЕТЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ ОТ ИМЕНИ БАНКА И АН



РУСНЕДВИЖИМОСТЬ®

RUSNED.RU

(8332) 555-000

**ЛЮБИТЕ АГЕНТОВ, ИБО ОТНОШЕНИЯ
С НИМИ СТРОЯТСЯ НА ЛЮБВИ!**



**Екатерина Орешкович,
+79058712111,
oreshkovich@yandex.ru**



РУСНЕДВИЖИМОСТЬ®

RUSNED.RU

(8332) 555-000