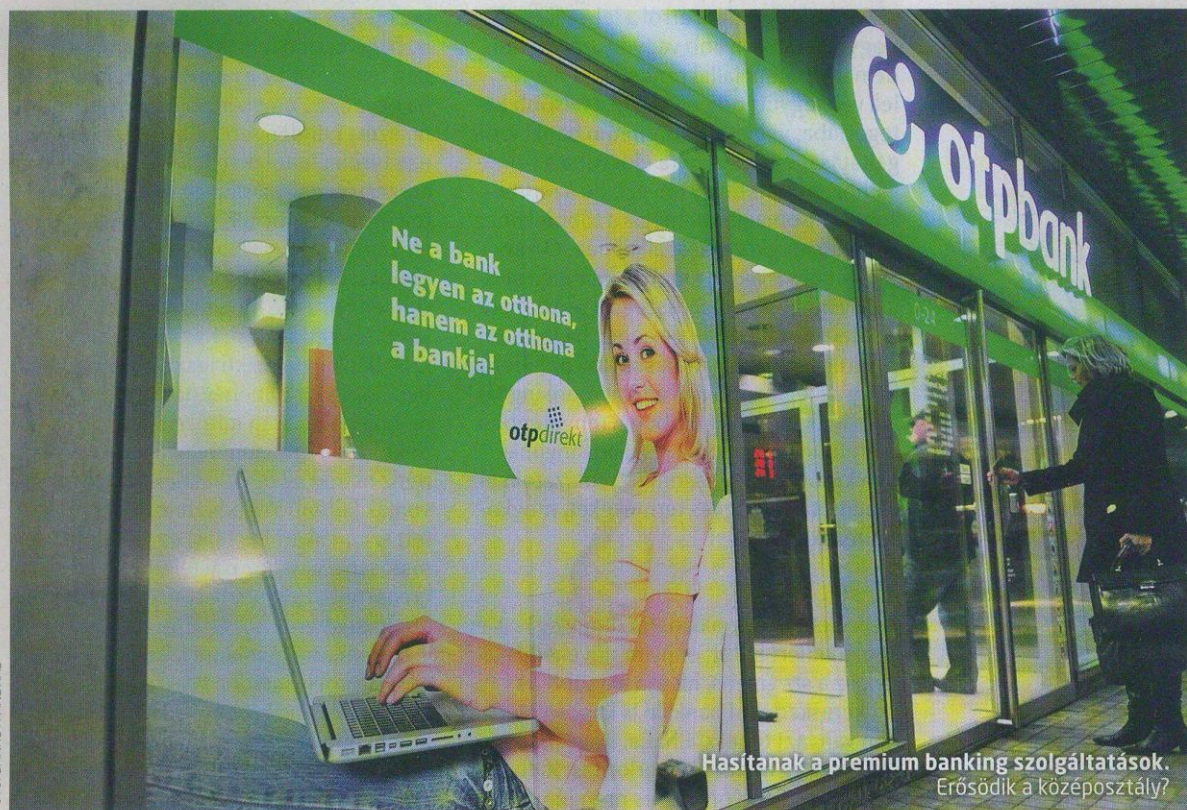


Premium banking Magyarországon

Töretlen növekedés

Szinte minden nagy kereskedelmi bank megkülönböztetett szolgáltatással csalogatja a private banking alatti, de a sztenderd retail feletti ügyfeleit. Körképünkben igyekszünk bemutatni a prémium banking hazai kialakulását és a szolgáltatók egyedi megközelítéseit is.



Hasítanak a premium banking szolgáltatások.
Erősödik a középosztály?

Prémium ügyfelek, personal banking, mass affluent – különböző elnevezések forognak egymás mellett. Akárhogyan is hívják az egyes szolgáltatóknál a sztenderd (retail, mass) lakossági ügyfeleknél vagyosabb, ugyanakkor a privát banki kategóriát még el nem érő klienseket, az biztosan kiderült a Figyelő körképéből, hogy ez a kategória minden szolgáltató számára kiemelten fontossá vált az utóbbi időben. Fontos, de nem csak a szolgáltatóknak, hanem az ügyfeleknek is. Előbbieknek azért, mert aki nem tudja jó ajánlattal megszólítani ezt a csoportot, attól azonnal elvándorolnak a már jelenleg is nyereséget termelő, de jövő-

beni potenciáljukkal együtt különösen értékes ügyfelek. De fontos a szolgáltatás a kliensek szempontjából is, hiszen önmaga el-lensége az, aki lemond egy kényelmesebb bankolás lehetőségéről, az elérhető kedvezményekről, a jobb megtérülésről.

Az új szolgáltatás

Pontosan mi is ez a hazai prémium banking? Egyrészt remélhetőleg cikkünkben nagyjából kirajzolódik, másrészt egzakt definíciót nehéz adni, hiszen szinte ahány ház, annyi szokás, annyiféle megközelítés létezik. Ami azonban közös, a premium banking egyfajta kiemelt, kényelmi szolgáltatások- ►

*A kormányzat
többrétű
támogató
hozzaállása
miatt a közép-
osztály közép-
ső és felső
rétegeiben
egyre több
embernek
nyílik lehető-
sége meg-
takarítani.*

kal is támogatott presztízsbankolás, ami a sztenderd kiszolgálásnál magasabb kategória, de még nem a legmódosabb ügyfeleknek kínált privát banki szolgáltatás. Ezen belül már ezerféle módszerrel találkozni.

A szolgáltatókkal beszélgetve kiderül, sok az irány. Van, aki azt mondja, hogy nála ilyen nincs, mert maga a bank már önmagában egy premium banking, vagyis mindenki kiemelt szolgáltatást kap. Más azt mondja, hogy számára a core business egyértelműen a private banking, de nem szeretne lemondani arról a lehetőségről, hogy az alacsonyabb vagyoni helyzettel, de nagy potenciállal rendelkező ügyfelek vele együtt nőjenek bele a felsőbb kategóriába, vagyis van premium banki szolgáltatása, és ez egyfajta előszoba a priváthoz. Más nem így nevezi, de azért bizonyos csomagjaival mégis a többiekéhez hasonló megközelítést alkalmaz. Olyan szolgáltató is akad, amelyik már elég alacsony megtakarítási összegtől privát banki kifejezést használ, de azért, ha jobban beletúrunk a szolgáltatásba, akkor kiderül, hogy az leginkább a premium banking tartalmának felel meg. Ebben a rengetegben szeretnénk eligazodni, és kiadványunkban később összehasonlító táblázatokkal is bemutatunk egyes termékeket, megközelítéseket.

A rajt

Nézzük meg egy pillanatra, hogy egyáltalán miért indult ennyire növekedésnek ez a szegmens, hiszen aki több hazai kereskedelmi bankkal is kapcsolatban van, azt tapasztalhatja, hogy manapság ez az ág mindenhol prioritás. Kállay András, az Erste private és premium banking igazgatója a bankjánál egy éve indított premium banking fejlődésének okairól több indokot is megemlít. A kormányzat többrétű támogató hozzáállása miatt a középosztály középső és felső rétegeiben egyre több embernek nyílik lehetősége megtakarítani. Segített nekik az egykulcsos adó, a családi adókedvezmény, bizonyos értelemben a végtörlesztés. Egyre több ember kezdhett el arról gondolkodni, hogy mit csináljon a pénzével, milyen lekötést válasszon. A második szempont az a régi piaci tapasztalat, hogy a pénzügyi válságban előretör az óvatosság elve. 2008 óta folytonos válság van, és ilyenkor a családok kevésbé látják op-

timistán a jövőjüket, a korábban jellemző hitelfelvételi kedv után visszaszorulnak a hiteltermékek, nem divat a személyi kölcsön, a hitelkártya, sokkal inkább a megtakarításokra figyelnek oda az ügyfelek. A bankok növekvő érdeklődésében egy harmadik szempont lehet a ma még alacsony piaci penetráció. Ahogyan 8-10 éve szinte mindenhol elindult a private banking, és ma már többbé-kevésbé kialakult ügyfélkörök, sztenderdek vannak a piacon, addig a potenciális ügyfelek számát tekintve amúgy méretesebb premium banking még csak pár éve bontogatja szárnyaait. Több család lehet érintett, annyi ember, amennyit tíz év alatt sem lehetett volna egyedileg megkeresni és leszerződteni, ezért minden szolgáltató érzi, hogy van egy terület, ahol még jelenleg is zajlik a piacszélesítés, nagy a sietség. Ma még rengeteg olyan potenciális premium banki ügyfél van Magyarországon, aki nem kap premium szolgáltatást, pedig bőven jogosult lenne rá, de mégis sztenderd kliensként „tengeti életét”. Kassai Norbert, az OTP Bank ügyvezető igazgatója (premium banking) szerint nehéz azt különválasztani, hogy pontosan mitől is ilyen erős az érdeklődés a premium banking iránt. Több pénz marad az ügyfeleknél, vagy összevonják különböző pénzügyi intézményeknél vezetett számláikat? De tény, az OTP is folyamatosan a várakozásai feletti növekedést tapasztalt az elmúlt három évben ebben a szegmensben.

Érdemes megemlíteni a kamatcsökkenést is, amely minden várakozásnál gyorsabb volt, és aminek következtében ma már minden fél-egy százalékpontnyi reálhozamért nagyon meg kell dolgoznia az ügyfélnek és a szolgáltatóknak is. Nagyon fontos mindenkinek az értéknövelt szolgáltatás. Somogyi Péter, a Citibank közép-európai lakossági befektetési üzletágának ügyvezető igazgatója szerint fontos hatás a kamatcsökkenés, és bár most minden szolgáltató igyekszik befektetési szakértőként feltűnni, nagy kérdés, hogy a szektor egyáltalán képes lesz-e megfelelően kezelni a megváltozott kamatkörnyezetet és az ebből fakadó igényváltozásokat.

Hiszen a kamat- és hozamcsökkenés hihetetlenül gyors volt, kevesen vannak, akik akár csak egy éve is azt gondolták, hogy ez megtörténik. A piaci helyzethez való igazodáshoz idő kell. Sokan még benne ül-

Folytatás a 6. oldalon.

Folytatás a 4. oldalról.

nek a régi, 7-8 százalékos kamatozású betétekben, amelyek most futnak ki, ezért az ügyfelek csak az év végén, 2014 elején szembesülnek az új hozamkörnyezettel. Karagich István, a hazai kiemelt banki szolgáltatásokat rendszeresen monitorozó BloChamps Capital Kft. ügyvezetője még egy meglepő indokot említ: bár természetesen az uniós források vagy a jegybank Növekedési hitelprogramja nem közvetlenül célozza a középosztály egyéni megtakarításainak gyarapítását, de megvan az az ok, amely miatt mégis ezek az adókedvezményekkel együttesen 1000 milliárd forintnyi összegek is végül részben a bankok lakossági prémium és privát banki ügyfeleinél csapódnak le.

Kik szolgálatnak?

A bankok tehát azt látják hamarosan, hogy az ügyfelek többet szeretnének elérni, mint a sima, mezei betétekkel, igyekeznek is kellően diverzifikált portfóliókkal, külföldi és vegyes alapokkal vagy alapok alapjai konstrukciókkal ebben segíteni. Nem is csak a hitelintézetek, hanem sok egyéb alternatív intézmény – például brókercégek, alapkezelők, amelyek nem klasszikus prémium banki szolgáltatók – végül is valami hasonlót kínálnak az ügyfeleknek. Ezek a hálózatok eleve ugyanarra a felső középosztálybeli körre mennek rá, mint a prémiumszolgáltatók, hiszen ki másra is összpontosítanának? A lakossági bankokkal összehasonlítva ugyan nincsenek könnyű helyzetben, mert nagy hátrány az, ha valakinek nincs természetes értékesítési pontja, vagyis széles hálózata. Hátrány kicsit a múlt is, hiszen amit legutóbb például a biztosítók nagy elánnal hirdettek – vagyis az egzotikus részvényalapok, a kínai, az indiai részvénybefektetések –, azok nagy bukások voltak, de van élet a betét és India között.

Éppen ezért minden hitelintézeti szolgáltatóknak gyorsan fel kell kötnie a gatyáját, hiszen az alternatív, de innovatív házak nagyon magasra teszik a mércét, olykor egészen kiváló szakemberek versenyeznek a magánpénzek kezeléséért. A bankoknak azonban van egy nagy előnyük: az, hogy ők bankok! Ez a furcsa mondat azt jelenti, hogy nemcsak a megtakarítási ajánlatok versenyeznek a piacon, hanem a bankok banki funkciókat is ellátnak, amit egy bróker cég vagy egy biztosító nem tud. Rá-

adásul a széles hálózat valóban fontos, legalábbis még egy-két évig, évtizedig. Hiszen Kállay András szerint a vagyonos, sokszor már 50 év feletti vidéki lakosságnál meg lehet ugyan próbálni a csak telefonos vagy a csak internetes kiszolgálást, de a tapasztalatok szerint ez nem igazán működik. A klienseknek szükségük van a fiókra, a személyes találkozásokra, és amíg egy 75 millió forintos privát banki ügyfél kiszolgálásáért érdemes utazni, az átlagosan 10-15 millió forintot befektető ügyfélkör esetében célszerű alternatív megoldásokat találni, például a hálózati jelenlétet erősíteni.

„A nemzetközi premium banking trend az e-pénzügyek irányába mutat, ez itthon is érezhető domináns vonal lesz. Ugyanakkor jórészt a prémium banki szegmens fiatal kora és sajátosságai okán a szolgáltatók kínált és elérhető szolgáltatásaiban koránt sincs olyan széles szórás egymáshoz képest, mint a private banking piacon” – teszi hozzá Karagich.

Csökkenő kamatok

A bankoknak mindenképpen fel kell készülni a kamatsökkenésből fakadó igényekre, mert bár a magyar lakossági ügyfelekről él az a sztereotípa, hogy végtelenen kockázatkerülők, de ez így mégsem feltétlenül igaz. Somogyi Péter szerint az ügyfelekkel kapcsolatban előbb kell hitelességet és bizalmat teremteni, és az után el lehet adni nekik a számukra megfelelő terméket, és nem fordítva. Vagyis nem lehet eladni egy konstrukciót, és ha az beválik, megteremtődik a bizalom. Nem így van, ezért mindennél fontosabb a megfelelő személyes kiszolgálás. Viszont ahol a szükséges elemek rendelkezésre állnak, vagyis van egy jó hálózat, vannak jó tanácsadók, van jó informatikai háttér, ott igenis el lehet mozdítani az ügyfeleket a kockázatosabb termékek felé, eladhatók a külföldi befektetési alapkezelők termékei, a vegyes, az abszolút hozamú alapok és az ezekből összeállított diverzifikált portfóliók. Jelenleg ezek a vegyes csomagok lehetnek a prémium kategória zászlótermékei. Hiszen ezek a konstrukciók vonzó teljesítményt nyújthatnak, amikor rali van, de egyúttal a megfelelő eszközallokáció védelmet nyújthat egyik vagy másik piac negatív teljesítménye esetén. Akkor lehetnek különösen attraktívak, ha az ügyfél transzparens működést lát, komoly eszközallokációt, és admi-

Folytatás a 8. oldalon.

Ügyfélelőny

- Szélesebb befektetési termékinlátat
- Magasabb hozam a megtakarításokon (kamatsökkenés)
- Egyszerű, egycsatornás banki ügyintézés
- Árazási könnyítések, kényelem, előbbre jutás a sorban
- Hiteligénylés esetén egyfajta előszűrés, előnyös rajt

Szolgáltatói előny

- Még részben szűz terület, éles verseny
- Szélesedő felső középréteg (kormányzati támogatás)
- Óvatosság az ügyfeleknel (inkább megtakarítás, mint hitel)
- Ügyfélmegtartás
- Privát banki ügyfélutánpótlás

Vigyázat, csalók!

A kamatcsökkentés idején a tisztességes szolgáltatóknak azzal is fokozottan számolniuk kell, hogy boldogboldogtalan próbálja a potenciális ügyfeleket elcsalítani. Amikor a kínált betéti kamatokat, állampapír-piaci hozamot látva sok a csalódott kliens, akkor könnyebben vadásznak közöttük a kóklerek is, irreálisan magas hozamígéretekkel csábítva őket. Sok edukációval vagy sajnos sok kellemetlen tapasztalattal aztán a „hiszékenyek” is kijózanodnak, hogy az évi fix 8 vagy akár a havi 4-5 százalékos hozam nem ígéret, hanem átverés.

Folytatás a 6. oldalról.

nisztratív oldalon nem terheli a klienst és a tanácsadót sem a bizonyos időközönként szükségzerű reallokáció. Ami beszélgetőpartnereink szerint nagyon hangsúlyos, hogy az ügyfél ne csak egy fekete dobozt lásson, hanem legyen elegendő információja. Hiszen amíg jó a hozam, addig senkit nem érdekelnek a részletek, de ha rossz, akkor az ügyfelek nagyon nem szeretik a tudáshiányt.

Kronológia

A hazai premium banking fejlődéstörténete korántsem volt lineáris. Hiszen Karagich István szerint miközben egy évtized alatt nagyjából kialakult a privát banki világ, a premium banking meghonosítására több próbálkozás is volt. Igazi lökést mégis talán az jelentett, hogy 4-5 éve az addig igen szélesen értelmezett privát banki világban megkezdődtek a limitemelések. Túl nagy lett a szakadék a mezei vagy udvariasabban fogalmazva a sztenderd kliensek és egy 200 milliós megtakarítással rendelkező privát banki ügyfél között. Valamit kellett adni egy 10-20 millió forintos portfólióval rendelkező kliensnek is. A bankok érezték, hogy őket nem lehet együtt kezelni a folyószámláikkal nyűglődő kis ügyfelekkel, mert akkor elmennek egy jobb szolgáltatóhoz, de már az sem lehetett mérethatékony kiszolgálás, ha ezek a kliensek is mindent megkaptak, amit a valódi privát banki ügyfelek. Kállay András szerint ráadásul ezt a világot nem lehet pusztán a számok és a megtérülés oldaláról megfogni, az is nagyon fontos, hogy

sok innováció az ilyen közepkategóriás ügyfelek kiszolgálása közben fejlődik ki. A privát banki portfóliókezelés leegyszerűsített verziója például megjelenik a prémium banki alapkezelésben, a máshol megszerzett tudást egy új ágazatban is lehet kamatoztatni. A bankokban megvoltak a tapasztalatok lentről, a mezei és fentről, a privát banki ügyfelekről, és a kettő közé most igyekeznek minél pontosabban kidolgozni a prémium banki szolgáltatást.

Beszélgetőpartnereink szerint annak is lehet jelentősége, hogy otthonról ki mit hozott. A Kelet-Közép-Európában premium banking néven elterjedt kategóriában az angolszász bankok a legjobbak, a mass affluent néven ismert szolgáltatás globális sztárjai a Citi és az HSBC, melléjük zárkoznak fel a további neves szolgáltatók, például a Barclays, közülük itthon a Citi van jelen. A latinok (az olasz, a spanyol, a francia háttérű pénzintézetek) nem annyira erősek az ilyen kiszolgálásban, a német nyelvterület bankjai pedig amolyan középutasok.

Ahány ház

Az idők során azért szinte minden retail bank kialakította a prémium kategóriáját. Az azonban különböző, hogy ki honnan közelített. Az OTP két privát banki kategóriát is fenntart, de versenytársai szerint az alsó, a 20 millió forintos limittel induló is valójában közelebb áll a prémium elnevezéshez, mint a privát bankhoz. Kassai Norbert szerint az OTP-ben a premium banking és a privát bank között a szolgáltatás minőségében van egyfajta egészséges verseny, de az ügyfelekért nincs kellemetlen marakodás, a két szegmens közötti átjárás jól van kitalálva. Vagyis valóban az ügyfél választhat, és van arra példa, hogy egy vagyonosabb kliens mégsem használja ki a privát banki szolgáltatásokat „top service-ét”, és visszatér a prémium csomaghoz, de arra is, hogy egy prémium banki ügyfél annyira kinő, hogy át lehet kísérni a privát banki tanácsadókhöz. Sőt, mindig van egy 10 százaléknyi ember, aki annyira önálló, hogy bár nagy vagyona van, de maga dönt, intézkedik, akár nemzetközi internetes platformokat használva befektet.

Az Erste tavaly készült el a premium bankinggel, és a többiek után eredt. Az Erste megközelítésében elsősorban saját alapokat kínál ebben az ügyfélszegmensben, ugyanakkor, ha valamiben másokat

Kényelem, dedikált tanácsadó

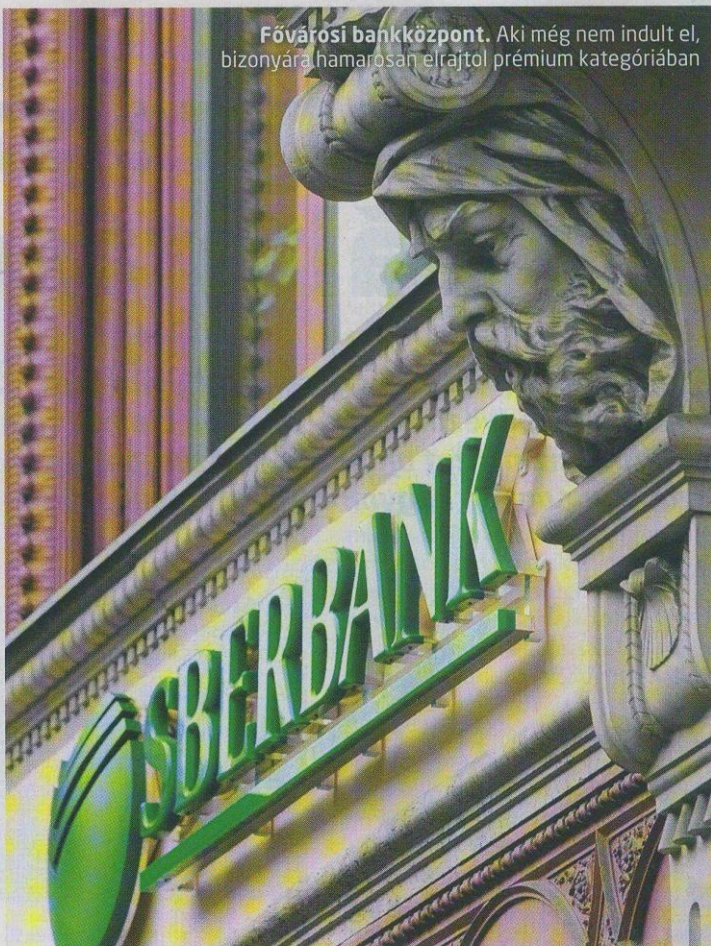
A bankárokkal beszélgetve a legtöbbször eltérően látják, pontosan mi is az ügyfeleknek a legnagyobb érték a kiemelt kiszolgálásban. A kényelmet és a gyorsaságot mindenki emlegeti, hiszen ki ne szeretne gyorsabb fióki kiszolgálást, telefonos ügyintézkést vagy adott esetben panasz-elbírálást. Kényelmi és „jó érzés” aspektusa is van az ingyenes parkolásnak, a kártyákhoz járó értelmi, kulturális kedvezményeknek. A legfontosabb azonban talán maga a bankolás élménye. A legtöbb prémium banki szolgáltatásnál dedikált tanácsadó áll az ügyfél rendelkezésére, vagyis a kliens egy emberen keresztül tudja végezni a hitelintézeti ügyeit, nem kell a sorok között cikáznia, az ügyintézője szaladgál legfeljebb, ha többre tő a feladat. A prémium ügyfeleknek a bankok sokszor hitelt is eladnak, ez azonban egy olyan funkció, amelyet jellemzően külön tartottak a hitelintézetek, vagyis a dedikált tanácsadói modellben az általunk talált leggyakoribb megoldás: a prémium ügyfélnek van egy dedikált tanácsadója, aki mindenben segít, csak a hitelben nem, ha ez az igény is felmerül, akkor a klienst átkísérik a kiemelt hiteles ügyintézőhöz.

tart szakértőnek, akkor a külső termékeket olykor becsomagolja saját konstrukcióiba, például abszolút hozamú alapokat a Concorde-tól, az OTP-től válogat, ázsiai részvényeket az HSBC-től. A Citibanknak, amely a külföldi befektetési alapok speciális listája, saját terméke nincs, így valóban tudja azokat az alapokat ajánlani, amelyeket az adott ügyfél szempontjából a legjobbnak tart, és nagy hangsúlyt fektet arra, hogy kellően diverzifikáltak legyenek a portfóliók. Nem annyira jellemző a „csomagolás”, viszont az alacsonyabb (2 és 15 millió forintos) vagyont kezelő ügyfeleknek is elérhetővé teszi azt a globálisan válogatott elitalapkört, amelyben BlackRock, JPMorgan vagy éppen Fidelity, Templeton alapok is vannak.

Az UniCredit is már szépen leválasztotta az üzletágat a felette meghatározott két privát banki szegmensről. A hitelintézet korán elindult, és a legtöbb szolgáltatóval ellentétben ő már a premium banking szegmensben is egyfajta open architecture megközelítést alkalmaz, vagyis az ügyfeleknek más szolgáltatók termékeit, alapjait is elérhetővé teszi. Hasonlóképpen beengedi a külsős konstrukciókat a Raiffeisen is, ahol már öt éve van minőségi kiszolgálás, de pár éve az jelentett erősebb változást, hogy egyszerre több munkatárs érkezett a Citibanktól. A versenytársak szerint eddig meglepően sikeres az amerikai jellegű megközelítés integrálása az osztrák háttérű bankba. Határozottan hitelt tett a premium banking mellett az FHB is. Vannak olyan szolgáltatók, ahol nagyon elkülönül a premium banking, máshol ez csak egy számlacsomag, de a munkatársaknak nincs külön logóval ellátott névjegykártyájuk. Ezek látszólag persze jelentéktelen dolgok, de jelezhetik egy bank megközelítését. Vannak olyan szolgáltatók, amelyeknek a lakossági ügyfélkörre kifejezetten a magas kategóriából eredt, ilyen például az MKB és a CIB, és a hűséges ügyfélkört eddig láthatóan nem zavarta, hogy a hitelintézetek eladása is szóba kerül gyakran a sajtóban, szakmai körökben.

A Budapest Bank szintén egy sztenderdizált amerikai premium banking megközelítéssel (GE Money) van jelen a szegmensben, a lakossági bankok közül talán egyedül a Sberbank nem indult el még határozottan a szolgáltatás felé. Azt szinte biztosan kijelenthetjük, hogy ez nem marad így sokáig.

Fővárosi bankközpont. Aki még nem indult el, bizonyára hamarosan elrajtol prémium kategóriában



Szinte minden premium banking szolgáltató elérhetővé tette az ügyfeleinek az állampapírokat, hiszen ha nem így tennének, akkor a kliensek elmennének közvetlenül a kincstárba, és nehéz lenne visszacsalogatni őket. Igaz, minden lakossági állampapírt nem tudnak adni a szolgáltatók, de a legtöbb sorozatot megnyitották.

Pozitív jövőkép

Forrásaink egyetértettek abban, hogy a premium banking növekedésre van ítélve. Aligha változik a kormány hozzáállása a felső középosztályhoz. A bankok azt észlelik, hogy egyre kevesebb ügyfél hitelezhető, egyre lehetetlenebb a mass ügyfélkör rentábilis kiszolgálása (gondoljunk csak az ingyenes készpénzfelvételre), mindez egy irányba mutat, nagyon-nagyon értékesnek tűnnek fel azok a banki ágak, ahol viszonylag kiszámítható bevételek mellett nyereséget lehet termelni. A premium bankingé a jövő!

BRÜCKNER GERGELY