ВТБ ЛИЗИНГ

ЭВОЛЮЦИЯ ЛИЗИНГА:

ОТ ПРОДУКТА К КЛИЕНТСКОМУ ОПЫТУ

Дмитрий Ивантер

8.12.21

«SERVICE ECONOMY» сегодня, «EXPERIENCE ECONOMY» - завтра

Аграрная экономика → **Индустриальная экономика** → **Сервисная экономика** → **Экономика впечатлений**

64 % в мире **56 %** в РФ

вклад в ВВП [1]

Фокус на digital-трансформацию, развитие маркетплейсов и экосистем

Клиентский опыт: повышение эффективности сервиса важнее сокращения затрат

~800

цифровых платформ в мире на начало 2021 г. [2]

+108 %

рост рынка маркетплейсов в РФ по итогам 2020 г. [4]

30 % мирового ВВП

будут генерировать экосистемы к 2025 г. [3]

>2/3 роста онлайн-заказов

в РФ обеспечили маркетплейсы в 1П 2021 г. [4]

«Какие аспекты обслуживания клиентов ваша компания планирует улучшать в первую очередь?» [5], %

1. По данным Всемирного банка 2. По оценкам Международной организации труда 3. По прогнозам McKinsey 4. По информации Data Insight 5. По данным международного исследования Enterprise Strategy Group, 2020 г. (выборка – 512 руководителей, отвечающих за качество обслуживания клиентов в своих компаниях со штатом от 100 чел)

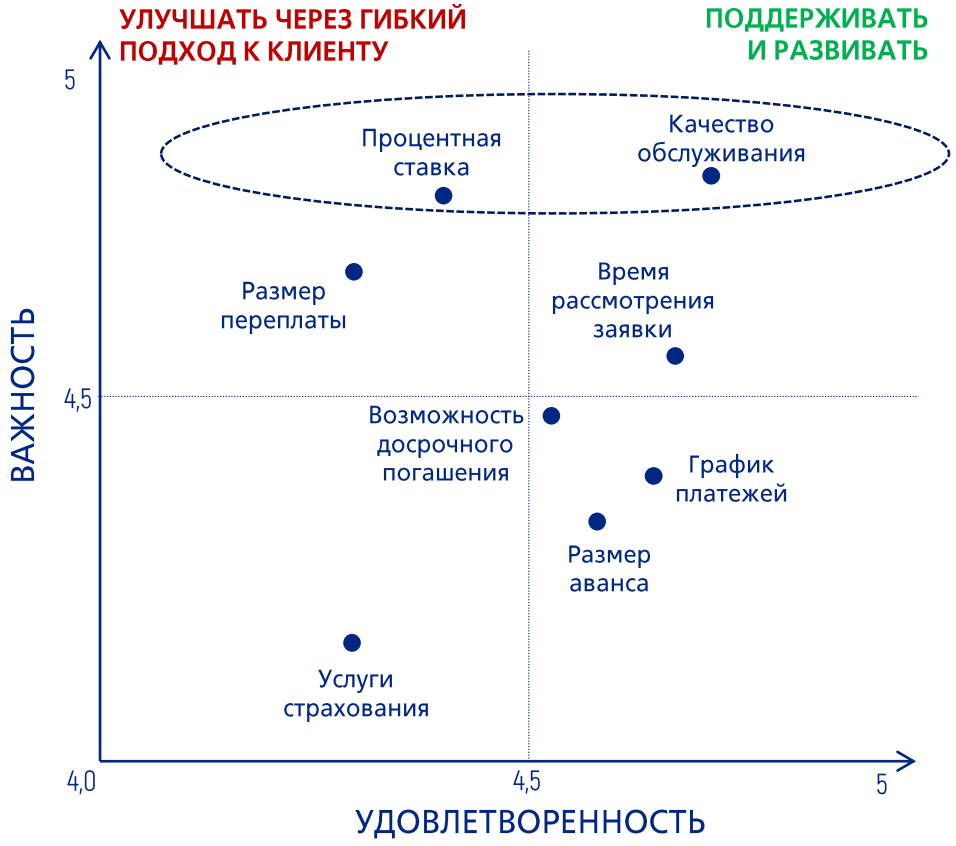
ВТБ Лизинг: ориентация на клиента

Карта приоритета показателей для клиента на примере автолизинга [1]

по шкале от 1 до 5 баллов

«Оцените, насколько для Вас важен …»?

«Оцените, насколько Вы удовлетворены …»?



1. По данным количественного опроса ВТБ Лизинг, 2020 г, выборка – 500 чел.

Клиентоцентричность

- Знание клиента, его потребностей и ожиданий
- Знание рынка предмета лизинга, экспертиза
- Умение и готовность предложить клиенту «win-win» сделку для клиента и компании

Кейсы ВТБ Лизинг

- Первая в России сделка с использованием механизма опционных договоров (2018 г.)
- Сделки с уникальным имуществом (авиатренажеры, IT-комплексы и т.д.)
- Сделки в ломбардной логике с грузовыми ж/д:
  - с применением инструментов, позволяющих принимать риск на контракты клиентов
  - с учетом текущих сделок с клиентом, где уровень LTV комфортный с точки зрения обеспеченности

Довольный клиент – лучшая бизнес - стратегия

Экономика впечатлений. Новая парадигма

81% клиентов
готовы доплачивать за лучший клиентский опыт [1]

> на 60% прибыли
зарабатывают компании, которые фокусируются на клиентах [2]

«Tailor-made»: кастомизация и гибкость компании

Переоценка модели «риск VS доход»: выполнение запросов рынка в отношении оперативности, коммуникации и т.д.

Развитие цифровых продуктов и комплексной цифровой экосистемы

Вовлеченность в глобальную ESG-повестку, новые подходы к оценке сделок

1. Исследование System Analysis Program (SAP) 2. По данным Delloite

Благодарю за внимание!