

Источники

1. Децентрализованные финансы // Центральный Банк России. — URL: https://cbk.ru/Content/Document/File/141992/report_07112022.pdf (дата обращения: 13.11.2024).
2. ОАО «Сбер Банк» : [сайт]. — URL: <https://www.sber-bank.by> (дата обращения: 13.11.2024).
3. ОАО «Приорбанк» : [сайт]. — URL: <https://www.priorbank.by> (дата обращения: 13.11.2024).
4. Ethereum против Ripple: полное сравнение // Cryptomus. — URL: <https://cryptomus.com/ru/blog/ethereum-vs-ripple-a-complete-comparison> (дата обращения: 13.11.2024).
5. Binance : [сайт]. — URL: <https://www.binance.com/ru> (дата обращения: 13.11.2024).

A.E. Лапыш, А.В. Щербаченя

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.С. Пономарева

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ: ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В работе дана оценка текущему состоянию банковского маркетинга, включая такие его основные элементы, как сегментация рынка, позиционирование продуктов и использование цифровых технологий; выявлены проблемы и предложены направления его развития в современных условиях.

В условиях стремительных изменений финансового рынка и усиления конкуренции банковский маркетинг становится ключевым инструментом для привлечения и удержания клиентов. В Республике Беларусь банковский маркетинг достаточно развит — белорусские банки входят в перечень лучших в мировом рейтинге. Примером этому служит «Приорбанк» ОАО, который 5 апреля 2024 г. стал единственным представителем Беларуси в рейтинге лучших банков мира, составленном экспертами журнала Global Finance. В этом году оценивались банки из 150 стран мира. При выборе победителей аналитики Global Finance ориентировались на такие критерии, как финансовые показатели, качество и доступность банковских сервисов, уровень обслуживания, управление рисками и работа в сложных условиях [1].

23 апреля 2024 г. были объявлены итоги девятой ежегодной премии страны «Банк Года Беларуси» — GRAND PRIX достался ЗАО «МТБанк». Помимо главной награды банк занял лидирующие позиции в номинациях «Выбор интернет-пользователей», «Кредитование бизнеса» и «Мобильное приложение для юридических лиц». Победа в номинация «Выбор интернет-пользователей» является решающей для банка, так как в этой номинации

в роли жюри выступили сами клиенты, что подчеркивает искреннюю ценность и доверие клиентов к своему финансовому партнеру.

В номинации «Банковский маркетинг» второй год подряд победил ОАО «Белорусский народный банк», что иллюстрирует возможность преображения образа банка и укрепление его позиции на рынке на основе творческого подхода и глубокого понимания потребностей клиентов [2].

В рекламе и маркетинге во всем мире используются самые инновационные инструменты, знания и технологии. Так, в Республике Беларусь проводится фестиваль маркетинга и рекламы «Лама». Ежегодно в рамках фестиваля проходит конкурс «Молодые креаторы», который открывает возможность талантливой молодежи заявить о себе, проявить свою креативность и презентовать свои проекты профессиональному жюри.

Партнером конкурса «Молодые креаторы» в 2024 г. выступил ЗАО «Альфа Банк» [3]. 11 ноября 2024 г. ЗАО «Альфа Банк» завоевал самое большое число наград среди банков в рамках маркетинговой премии ADMA, которая ежегодно определяет лидирующие компании и проекты в сфере маркетинга в Беларуси.

Золотой награды банк удостоился в номинациях:

- «Банковские и финансовые услуги» — за мощную стратегию продвижения Красной карты Mastercard;
- «Молодежный и детский маркетинг» — за креативное и эффективное ведение аккаунта ЗАО «Альфа Банк» в социальной сети TikTok;
- «Сезонный маркетинг» — за яркие праздничные активности в рамках стратегии продвижения Красной карты Mastercard.

Серебряная премия ему присуждена в номинациях:

- «Социальные кампании коммерческих брендов» — за сотрудничество Альфа Бонус с фондом UNIHELP в рамках возможности использования кэшбека на поддержку детей со сложными заболеваниями;
- «Партнерство/спонсоринг» — за интеграцию банка в фестиваль Viva Braslav в союзе с Visa [4].

Оценим приемы маркетинга, которые в настоящее время помогают банкам привлечь и удержать клиентов, а также заработать прибыль.

Одним из ключевых инструментов завоевания молодой аудитории являются программы лояльности, так как бонусы и скидки, привлечение партнеров в рамках программ лояльности дают клиентам больше возможностей для покупок и оплаты услуг.

Беспрецентный период также является важным инструментом и существенным фактором для клиента при выборе банковского продукта. В 2024 г. конкуренция в банковской сфере создала условия для увеличения стандарта беспрецентного периода в среднем до 120 дней, а ЗАО «Альфа Банк» предложил такой период под девизом «Год без процентов».

Одними из самых востребованных у маркетологов инструментами признаны бонусы и кешбэки, демонстрирующие в условиях экономии средств, сокращения привычных расходов и повышения цен свою актуальность в настоящее время и ее сохранение в обозримом будущем [4].

В то же время банковский маркетинг в Республике Беларусь сталкивается с рядом проблем. Так, некоторые банки имеют доминирующее положение на рынке, что затрудняет конкуренцию и снижает стимул для развития инноваций в сфере банковского маркетинга. Отдельные банки в силу своей неподготовленности испытывают трудности в адаптации к изменяющимся потребностям клиентов и в использовании новых технологий для улучшения маркетинговых стратегий. Недостаточное использование цифровых каналов связи и онлайн-сервисов ограничивает доступность и удобство обслуживания для клиентов.

Несмотря на эти проблемы для развития банковского маркетинга в Республике Беларусь можно рассмотреть некоторые возможности роста:

- концентрация на улучшении клиентского опыта с предложением персонализированных услуг, удобных цифровых каналов и инновационных решений поможет привлечь и удержать клиентов, повысить уровень доверия и улучшить репутацию банка;
- активное использование цифровых каналов и технологий с разработкой мобильных приложений, привлечением ресурсов социальных сетей и других цифровых платформ даст возможность увеличить клиентскую базу и обеспечить удобство для клиентов;
- разработка и предложение новых инновационных продуктов и услуг поможет быстрому реагированию на изменяющиеся потребности и предпочтения клиентов.

Таким образом, развитие эффективного банковского маркетинга является важным для привлечения и удержания клиентов, укрепления банковского сектора и способствует увеличению возможностей финансовой системы в Республике Беларусь. Предложенные мероприятия требуют активных усилий со стороны банков, регулирующих органов и клиентов для преодоления проблем и использования возможностей, предлагаемых современными маркетинговыми подходами и цифровыми технологиями.

Источники

1. Новости банка // Приорбанк. — URL: <https://www.priorbank.by/priorbank-main/press-center/news/> (дата обращения: 10.11.2024).
2. Подведены итоги премии «Банк Года Беларусь» // 24.by. Новости Беларуси и мира. — URL: <https://024.by/2024/04/podvedeny-itogi-premii-bank-goda-belarusi-pobediteli-i-laureaty/> (дата обращения: 10.11.2024).
3. Объявлен победитель конкурса «Молодые креаторы» 2024 // Ассоциация коммуникационных и маркетинговых агентств Беларуси. — URL: <https://association.by/obyavlen-pobeditel-konkursa-molodye-kreatory-2024> (дата обращения: 10.11.2024).
4. Новости от Альфа Банка // Альфа Банк. — URL: <https://www.alfabank.by/about/articles/> (дата обращения: 10.11.2024).