

КЛИЕНТСКАЯ БАЗА БАНКА

Специализация банков, специфика формирования ими своих активов и пассивов зависят от особенностей деятельности клиентуры. Как правило, банки ориентируются на клиентов определенной отрасли экономики. Этим определяются основные компетенции и конкурентные преимущества банков во взаимоотношениях с клиентами избранной отрасли.

Быстрорастущие банки, использующие в своей деятельности новейшие достижения науки и техники, в качестве отдельных структурных подразделений имеют службу управления маркетингом, в которой составляющей частью является отдел по работе с клиентами. Однако такие примеры единичны.

В современной экономической литературе по банковскому делу недостаточно четко дано определение понятия «клиентская база банка», хотя в современном банковском бизнесе Беларуси широкое распространение получили такие термины, как клиент и, соответственно, клиентская база банка. Поэтому необходимо проанализировать имеющиеся в научной литературе подходы к определению понятий клиент, клиентская база банка и сравнить их с представлениями, используемыми в практической деятельности.

Следует называть клиентом того, кто пользуется услугами (продуктами) банка, удовлетворяя потребности именно в банковских услугах и продуктах. Соответственно можно полагать, что совокупность всех клиентов банка включает не только тех, кто пользуется, а и тех, кто хоть раз воспользовался услугами коммерческого банка. Встает вопрос отнесения потенциальных потребителей услуг к клиентской базе. Нацеливаясь на получение маркетинговой информации от клиентской базы банка, можно потенциальных потребителей отнести к ней, т.к. в процессе общения с ними удастся выяснить много информации, касающейся, например, конкурентов. Эта информация для банков крайне важна, хотя не в такой степени достоверна, как получаемая от клиентов банка, которые ему доверяют, а, следовательно, более открыты. На рынке банковских продуктов и услуг эти самые потенциальные потребители могут являться и источником маркетинговой дезинформации. Хотя на практике зачастую проводится мониторинг потенциальных потребителей, на основе которого формируются представления о рынке.

Потенциальных потребителей не стоит включать в состав клиентской базы банка. Согласно предлагаемому определению клиента банка добавление таких прилагательных, как «реальный» или «потенциальный», бессмысленно. Поэтому клиентура банка является в точности клиентской базой банка, т.е. совокупностью клиентов банка. В качестве проблемы обозначим наличие совпадающих по содержанию, но разных по форме понятий, хотя их и можно разграничить: клиентура банка – совокупность клиентов банка, а клиентская база банка – опосредованное рынком всестороннее состояние клиентов банка, обеспечивающая необходимость потребления его продуктов и услуг.

Коммерческий банк является социальным институтом, согласующим посредством своей деятельности интересы отдельно взятого хозяйствующего субъекта или физического лица (клиента банка) с интересами группы хозяйствующих субъектов или физических лиц (клиентуры банка).