

Банк.НОТЕ

№3 (78), март 2015

Кто из
кредитных
экспертов
лучший?

i24: средоточие
электронных
сервисов

Живущие в сетях:
банк и социальные
медиа



i24: средоточие электронных сервисов... 3



Эксперты: для эффективного присутствия в social media банк должен измениться внутренне... 6



Android-приложение от Белгазпромбанка удостоилось серебра... 14

В номере:

Первые в соцсетях5
 Живущие в сетях-2015: банк и социальные медиа8
 Систему риск-менеджмента Белгазпромбанка отметили за рубежом... 10
 Кто из кредитных экспертов лучший? 12
 Как «сложного» клиента сделать простым..... 18
 В центре Полесских Афин..... 20



20 лет с Белгазпромбанком: Владимир Мартьянов 15



Ежегодная маркетинговая премия «Энергия успеха» в номинации «Лучшее корпоративное издание»

Корпоративный журнал
 ОАО «Белгазпромбанк» Банк.NOTE
 №3 (78), март 2015 г.

Редактор — Павел КАНАШ
 Обложка — Анна АРЕФЬЕВА

Адрес редакции — 220121,
 г. Минск, ул. Домбровская, 9,
 каб. 1304.2

Тел/факс (017) 229-16-54,
 e-mail: kanash@bgpb.by



Цветочный рай Кекенхоф 22

i24: средоточие электронных сервисов



24 февраля Белгазпромбанк представил долгожданную премьеру: открылось единое окно всех электронных сервисов i24.by. Вместе с открытием сайта стартовала работа площадки по обмену идеями с целью улучшения работы сервисов банка. Подробнее об этом рассказала заместитель председателя правления Елена АНТОНИ.

Будущее – за ДБО

– Мы себя обоснованно позиционируем как передовой банк. И наше развитие направлено на формирование не просто продуктов, а именно высокотехнологичных продуктов.

Меняются требования жизни, меняются клиенты, а вместе с ними меняемся и мы. Цифровой банкинг набирает обороты, выдвигается вперед. И тотальная дигитализация (перевод информации в цифровую форму) не минует ни одну сферу, в том числе банковскую.

Так, мобильные операторы сегодня находятся на острие технологий и используют все возможности. Какие-то сферы относятся к этому более консервативно, и в их числе финансовая. Но банки не могут игнорировать такие процессы, и уже сегодня активно развивают ДБО (дистанционное банковское обслуживание).

Сегодня время стоит дороже денег. И самыми значимыми ресурсами становятся скорость, удобство и простота. А критерии, которые при взаимодействии с банками были критичными – надежность и финансовая составляющая – остаются значимыми, но уходят на второй план по сравнению с названными выше понятиями.

Как пришли к i24.by

– Банки неизбежно будут меняться. И не только в части развития каналов обслуживания клиентов, в части удобства и легкости предоставления продуктов банка. Сами продукты должны становиться простыми, легкими, удобными, и проникать в каждую сферу банковской деятельности.

Поэтому мы рассматривали концепцию развития нашего ДБО в широком смысле и утвердили ее в прошлом году.

Концепция включает в себя развитие всех наших систем (интернет-банкинг, мобильный банкинг), предоставление клиентам с помощью каналов обслуживания как можно более широкого перечня услуг и развитие новых сервисов.

Стандартный пример: геолокация. В мобильном приложении можно показать свое месторасположение и нужную точку услуг банка – в очень удобной для клиента форме. Без мобильного телефона такого сервиса быть не может. Конечно, мы хотим дать клиенту возможность пользоваться всеми этими сервисами. Но если у него не появится такой потребности, он ими не воспользуется. И наоборот, когда он уже воспользовался определенными сервисами, мы можем показать: еще есть

интернет-банк и так далее... Это линейный, эволюционный путь, и клиенты будут постепенно расширять линейку сервисов, которыми они пользуются. Но это затянутый во времени процесс.

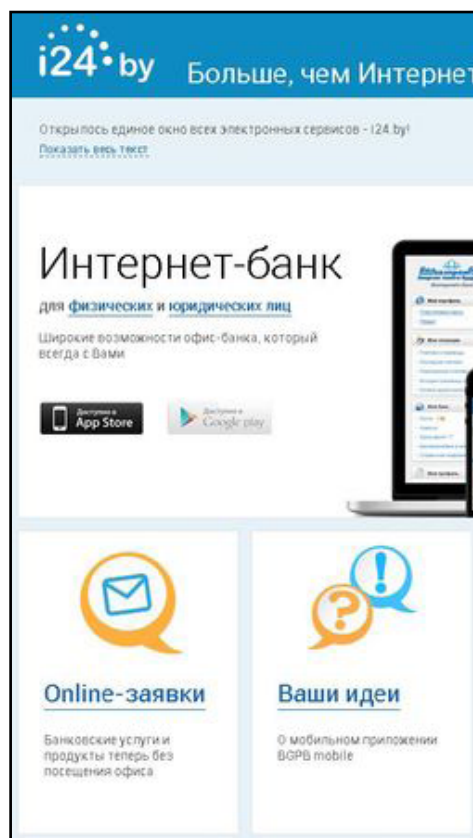
Второй вариант: мы параллельно разрабатываем сервис на другой площадке, но возникает проблема, как клиент будет переходить с одного сервиса на другой. Увеличивается количество логин/паролей, и их все в голове не удержишь. Велика вероятность, что другими сервисами клиент не воспользуется, и даже их не увидит. И не ставя целью «напихать» все в один продукт, мы предоставляем другую возможность: площадку, на которой клиент сможет получать любые дистанционные сервисы Белгазпромбанка.

Для него это будет просто. Как уже рассказывал заместитель начальника управления процессинговых и дистанционных систем Сергей Шевкунов, клиент сможет, зарегистрировавшись в одной системе, переходить в другие без дополнительной авторизации. Мы, как банк, клиента проверили, гарантировали безопасность, а дальше для него все легко и удобно. Мы это назвали «Облако сервисов ДБО», где будут собираться уже существующие сервисы, и клиент сможет не только пользоваться ими, но и видеть динамику нашего развития.

Наибольшее количество сервисов в максимально удобной форме

– Понятно, что «Облако сервисов ДБО» может называться облаком, если в нем больше, чем два сервиса. Сюда мы включаем интернет-банк для физических и юридических лиц, который на сегодня у нас имеет пока различные технологические решения. Но мы минимизировали усилия клиента, чтобы он мог без труда перейти из одной системы в другую. Сейчас мы также тестируем наш персональный финансовый менеджер, который будет развиваться и в дальнейшем интегрироваться с нашим мобильным приложением. Стартует краудсорсинговый проект. Ведь сейчас усиливается влияние пользователей на сам продукт. Все мы посещаем различные сайты, высказываем свои пожелания, обмениваемся мнениями.

«Банк будущего», который мы называем «Викибанком» – это не только возможность обслуживаться дистанционно, но и участие клиентов в создании продуктов. Конечно, это непростая



Скриншот открывшегося 24 февраля сайта i24.by

задача. Банк должен уметь взаимодействовать с клиентами, слушать их, и слышать лучшее из того, что они сказали. Нет ничего страшнее, если мы получим десятки замечательных предложений, но не сможем их реализовать. Тогда можно уверенно считать, что проект провалился. Это большая опасность краудсорсинговых проектов.

Наше мобильное приложение молодое, развивающееся, и уже очень хорошее – с точки зрения функциональности, подачи, дизайна. Я считаю, что оно лучшее, хотя и получило второе место. В нем действительно есть ряд недоработок и элементов, связанных с недостаточным удобством и простотой. Ведь его разрабатываем мы, а мы не являемся стандартными потребителями услуг. У банковских работников все-таки чуть-чуть другое мышление.

Мы проводили юзабилити-тестирование, и постоянно дорабатываем приложение, но можем что-либо упустить. Поэтому мы также предоставили людям возможность обсуждать то, что действительно требует улучшения. Эти идеи необходимо будет обработать и воплотить. Это будет полезно как для нас, так и для наших клиентов: можно сделать продукт, который будет максимально востребован на рынке.

Аналогичным образом, в прошлом году в банке стартовала «Биржа идей». Мы уже подвели первые итоги. Идей много, и часть из них пошла на реализацию. Зачастую люди предлагали идею, но у них не было компетенций и сил, чтобы ее детально проработать. И здесь необходим механизм коллективной оценки и доработывания идей. Одно дело, если десять человек сказали: это ерунда, работать не будет. И совсем другая ситуация, когда они же посчитали идею достойной внимания, и предложили варианты ее доработки.

Так же и задача краудсорсингового проекта – научиться выращивать эти идеи, оценивать их значимость для рынка и концентрироваться только на том, что нужно людям. Мы обязаны реализовать лучшие идеи, потому что иначе наше мобильное приложение просто не будет отвечать ожиданиям рынка. Это наша задача, и я уверена, что мы с ней справимся.

Планы по дальнейшему развитию: «стать гибче и ближе к клиенту»

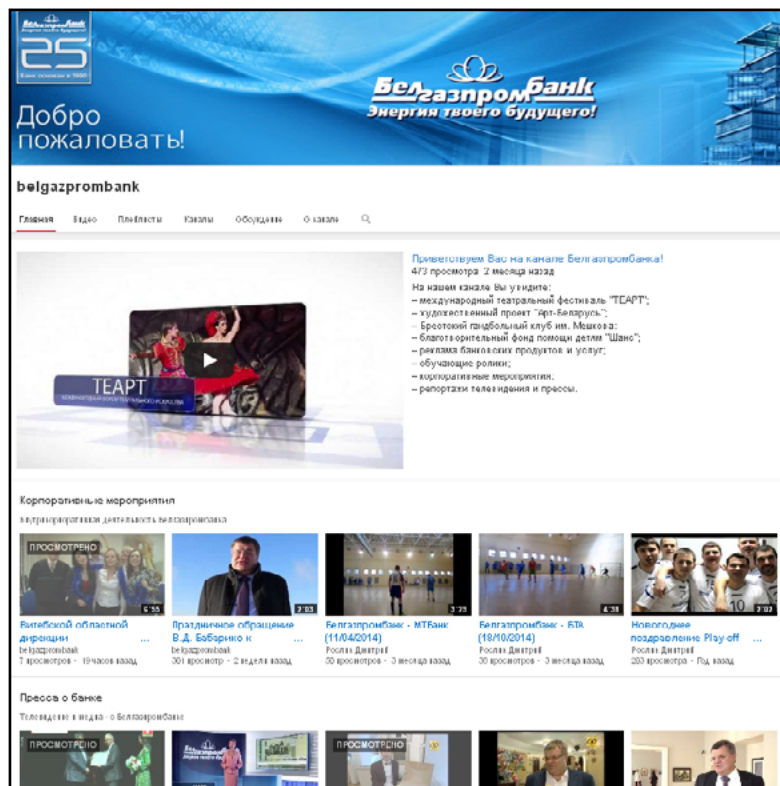
– В планах – открытие краудфандинговой площадки во второй половине апреля. Это новый проект для нашего рынка. Но более подробно об этом говорить преждевременно.

С точки зрения продуктовой линейки мы должны становиться гибче и ближе к клиенту. Это задача не только технологическая, но и организационная. Сегодня есть возможность для клиентов дистанционно, не приходя в банк, размещать заявки на продукты. Когда клиент сам приходит в банк и оставляет заявление, он готов ждать и день, и два, и три. Если же он что-то размещает в онлайн-режиме, он ожидает и такого же быстрого реагирования.

Средства общения клиентов и банка в интернете существуют в виде форумов на сетевых ресурсах (это и «Онлайнер», и «Инфобанк», и другие сайты). Но нужно дать возможность клиентам не только поговорить между собой, но и обратиться напрямую к банку, высказывая советы по использованию тех или иных продуктов. Это тоже полезный сервис, который мы будем внедрять после краудсорсингового проекта.

Наша задача – уже в этом году сформировать качественно новые подходы к продуктам, которые будут реализованы по идеологии «Викибанка», и разработать такие продукты.

Первые в соцсетях



Белгазпромбанк находится в лидерах рейтинга присутствия в социальных сетях среди белорусских банков – согласно Infobank.by.

Популярный финансовый сайт Infobank.by сделал обзор представительств белорусских банков в социальных сетях «Банки в соцсетях: «лайкнуть» или отправить в спам?». Среди лидеров в рейтинге цифрового издания уверенно держится Белгазпромбанк: «Самое большое количество страниц в социальных сетях у Белгазпромбанка, помимо страниц в Фейсбуке, Твиттере, ВКонтакте и Одноклассниках имеется свой канал на сайте youtube.com и блог на сайте livejournal.com». Среди других лидеров рейтинга числятся Альфа-Банк, Беларусбанк, Приорбанк, Трастбанк и Центер Банк.

Однако, говоря про блог Белгазпромбанка на сайте livejournal.com, цифровое издание отмечает: «К сожалению, последняя запись в нем датируется весной 2013 года».

– Безусловно, не все сетевые представительства нашего банка развиваются с равной активностью, как например, страничка в Facebook, и мы благодарны сетевому ресурсу Infobank.by за подсказку, в каком направлении следует сосредоточить свои усилия, – отметил ведущий специалист отдела организации и сопровождения рекламной деятельности Алесь Суходолов.

Активная работа в соцсетях имеет большое значение для формирования положительного имиджа Белгазпромбанка как современного высокотехнологичного финансового учреждения.

Как заявил председатель правления Белгазпромбанка Виктор Бабарико в интервью для корпоративного журнала «Банк.NOTE», «свое будущее мы однозначно связываем с IT и новыми продуктами в этой области».



Банк	Социальные сети				Количество страниц в соц сетях	
Альфа-Банк	Вконтакте		Facebook	Twitter	Instagram Youtube Foursquare	6
Белгазпромбанк	Вконтакте	Одноклассники	Facebook	Twitter	Livejournal Youtube	6
Беларусбанк	Вконтакте	Одноклассники	Facebook	Twitter	Youtube	5
Технобанк	Вконтакте		Facebook	Twitter	Linkedin Youtube	5
Приорбанк	Вконтакте		Facebook	Twitter	Youtube	4
Трастбанк	Вконтакте	Одноклассники	Facebook	Twitter		4
Центер Банк	Вконтакте	Одноклассники	Facebook	Twitter		4

Эксперты: для эффективного присутствия в social media банк должен измениться внутренне

Сегодня белорусский бизнес стоит на пороге массовой «социализации». Что это – дань моде или необходимость? Зачем коммерческим компаниям (и, в частности, банкам) идти в социальные сети? Как привлечь внимание «социализированного» потребителя, который более критичен и скепичен по сравнению с традиционным? «Банк.NOTE» решил узнать точку зрения профессионалов, полагая, что багаж их знаний окажется полезным и для продвижения Белгазпромбанка в соцсетях.

Мы попросили дать комментарий бизнес-тренера, генерального директора компании Abiatec Александра САМОЙЛОВА.



По его мнению, любая внешняя активность банка определена какими-то конкретными целями.

«Например, в социальных сетях это может быть работа над информированием о том, как в принципе функционирует банковская система, о различиях банковских продуктов и т.д., в общем, образовательная роль, – говорит Александр. – Также может присутствовать развлекательная функция (хотя для банка это, возможно, не так актуально), например, рассказы о курьезах, интересных фактах, деньгах, известных миллионарах».

Кроме того, по словам эксперта, социальные сети дают прекрасную возможность оперативно информировать о различных спецпредложениях банка. При этом, как правило, информация в соцсетях не носит явного рекламного характера.

– А в каких именно соцсетях, по вашему, лучше всего иметь страницы такому учреждению, как банк?

– В тех, где обитает ваша целевая аудитория. Возможно, даже в разных сетях стоит проявлять различную активность и просто по-иному расставлять акценты... Имеются открытые аналитические данные об аудиториях сетей, например, Gemius.by. Ими можно пользоваться и исходя из этого планировать работу. Также существует ряд рейтингов присутствия коммерческих компаний в соцсетях, дающих возможность оценить их активность и количество вовлеченных пользователей.

Сравнивая по нашей просьбе веб-сайт банка с его страницами в социальных медиа, Александр особо подчеркнул, что следует всегда помнить: сайт обеспечивает скорее формальную коммуникацию с потребителями, а соцсети – более неформальную.



По мнению генерального директора старейшего в России SMM-агентства GreenPR Дамира ХАЛИЛОВА, чья компания уже много лет специализируется как раз на работе с банками и страховыми компаниями, лучше всего организациям финансового сектора продвигать себя в таких популярных сетях, как Facebook и ВКонтакте (SMM – social media marketing – прим.ред.).

«С точки зрения маркетинга я очень скептически отношусь к «Одноклассникам» и «Моему миру», – говорит Дамир. – Идеальный маркетинг в этих сетях – это баннер. В коммуникативной плоскости там есть ряд ключевых недостатков, и один из них – то, что люди общаются межпрофильно, а это не позволяет полноценно использовать аудиторию для маркетинга. Так что это сети, которые хорошо подходят для спецпроектов, но не очень хорошо – для классической SMM-активности».

Изначально в агентстве, которое возглавляет Халилов, для работы над каждым SMM-проектом собирается большая группа специалистов, ведется мозговой штурм, придумываются решения, подкрепленные аналитикой. Непосредственно над проектом работает проджект-менеджер, определяющий, кто из специалистов ему понадобится в проекте: комьюнити-менеджеры, или люди, специализирующиеся на таргетированной рекламе, или специалисты по работе с лидерами мнений, или все вместе. После этого формируется проектная команда (от двух до семи человек), внутри которой идет работа.

SMM все еще находится в зачаточном состоянии, но соцсети все больше проникают в жизнь каждого человека. «Мы нарабатываем методики, анализируем, как ведет себя аудитория. Однако уже сейчас есть интересные кейсы, успешные примеры того, как активность в социальных сетях приносила прибыль компании», – утверждает эксперт.



Директор по исследованиям и аналитике коммуникационной консалтинговой компании SMM3 Андрей КОМАРОВСКИЙ в интервью portalu Bel.biz заявил, что большинство белорусских компаний продолжают заниматься в сетях тем же, чем они занимались и десять, и двадцать лет назад, т.е. «информационным вещанием».

– На практике дело сводится к тому, что направление social media закрепляют за кем-то из сотрудников PR-службы компании, а само «вещание» ограничивается банальной перепечаткой в социальных сетях новостей с сайта компании. Этим грешат, например, многие отечественные банки. На подобном фоне любая попытка размещать на странице компании уникальные новости, провоцировать общение, вовлекать пользователей в конкурсы уже выглядит инновацией. Но нужно идти гораздо дальше – в сторону интеграции социальных аккаунтов компании и ее внутренних бизнес-процессов. Только тогда работа в сетевых медиа начинает приносить реальную отдачу в виде роста продаж, улучшения работы службы поддержки, новых идей для развития бизнеса и т.п. Подчеркну: в социальных сетях нужно не продвигаться, а работать, делать бизнес.

– В чем же проблема? Белорусский бизнес не дорос до такой интеграции технологически?

– Скорее, не дорос организационно. Нет никаких технологических препятствий, чтобы через страницу компании в том же Facebook организовать сервисную поддержку клиентов, анонсировать новые продукты, предлагать скидки. И такие попытки некоторые белорусские компании уже предпринимают. Но результаты, мягко говоря, не впечатляют. Потому что когда покупателям приходится ждать ответа на свои вопросы по нескольку дней, когда ответы обтекаемы и неконкретны, а

обещания то и дело нарушаются, те, кто симпатизировал бренду, начинают молча игнорировать его фан-страницу.

По мнению эксперта, в идеале специалист, отвечающий за работу компании в соцсети, должен иметь возможность в считанные минуты получить ответ на любой вопрос у сотрудников других служб. При этом руководителю следует поощрять в компании корпоративную культуру сотрудничества и взаимной поддержки. «Должно сложиться понимание: сетевые аккаунты – лицо компании, и от действий каждого зависит, будет ли оно привлекательным, – говорит Андрей. – Это необходимо закрепить в регламентах взаимодействия отделов, а в распорядке дня специалистов предусмотреть резерв времени для взаимных консультаций». Комаровский уверяет: если компания решила всерьез (а не под влиянием моды или по примеру конкурентов) работать в социальных сетях, то она должна пойти на внутреннюю трансформацию. Это подтверждает практика работы в социальных медиа передовых западных компаний, например, Citibank, Dell, Starbucks. Без такой трансформации компания не только не будет способна реагировать на поток пользовательских запросов, но даже не сможет создать этот поток.

– В большинстве белорусских корпоративных аккаунтов в социальных сетях царит кладбищенская тишина. На фан-страницах компаний могут быть зарегистрированы сотни и даже тысячи поклонников. При практически полном отсутствии с их стороны «лайков», комментариев, вопросов, кросс-постов и т.д. А разве может быть иначе, если сотрудник, отвечающий за работу социального аккаунта, представляет, по большому счету, только самого себя?! Как он может предложить подписчикам аккаунта серьезный диалог, если вынужден подолгу согласовывать с начальством любое отклонение от стандартных действий? Если коллеги из других служб игнорируют его запросы и торпедируют любые попытки вовлечь их в социально-медийные проекты?

Компании, которая решила «социализироваться», начать следует с ответа на вопрос: а присутствуют ли ваши клиенты в социальных медиа? Нужен мониторинг и оценка эффективности. Без них можно говорить только о пресловутом «повышении лояльности пользователей к бренду», но никак не о развитии бизнеса с помощью соцсетей.

Живущие в сетях-2015: банк и социальные медиа

Еще три года назад, в мартовском номере «Bank.NOTE» 2012 года, мы подробно рассказывали о том, что банк представлен во всех основных социальных сетях, и с течением времени каждая сеть получила свое предназначение. Вполне закономерно то, что сегодня Белгазпромбанк – один из лидеров рейтинга присутствия в социальных сетях (и, если брать шире, социальных медиа) среди белорусских банков.

Что думают по этому поводу топ-менеджеры банка и руководители подразделений? Мы поинтересовались, какими социальными сетями (медиа) они пользуются, и в каких соцсетях хотели бы видеть Белгазпромбанк. Ответы на эти два вопроса предлагаем вашему вниманию.

Председатель правления Белгазпромбанка Виктор БАБАРИКО:

1. Facebook, Twitter, Живой журнал (ЖЖ), LinkedIn, Tuffle (это не совсем соцсеть, скорее элемент коллективного общения и формирования совместной памяти).
2. Для всей пользовательской сети: присутствую пассивно, т.к., с одной стороны, есть необходимость участвовать в современных сообществах коммуни-



кации, с другой – не уверен, что моя активность кому-то интересна. Отсюда вывод: средство есть, пользоваться умею, использую по запросу со стороны потребителей и интересующихся моей жизнью либо моим мнением.

БГПБ должен присутствовать во всех социальных сетях, где есть его клиентская база. В путь за клиентом! :)

Заместитель председателя правления Сергей ДОБРОЛЕТ:

1. Пользуюсь Facebook и LinkedIn.
2. По статистике 90% пользователей интернета зарегистрированы в социальных сетях. Соответственно, для банка важно присутствовать в них, т.к. это оперативный канал взаимодействия с целевой аудиторией. Наиболее подходящими мне кажутся Facebook, Twitter и LinkedIn.

Заместитель председателя правления Сергей ШАБАН:

– Я зарегистрирован только в LinkedIn, поскольку это сообщество на основе профессиональных навыков. Цель участия – информация о специалистах в интересующей сфере деятельности, «мониторинг» мест работы партнеров и коллег в интересах развития бизнеса банка.

Заместитель председателя правления Кирилл БАДЕЙ:

1. Я не пользуюсь соцсетями – дефицит времени.
2. В каких соцсетях я хотел бы видеть Белгазпромбанк? В идеале – максимальное присутствие, но надо оценивать эффективность каждой конкретной сети. Почему? Это перспективный канал продаж, в том числе с эффектом «сарафанного радио».

Исполнительный директор Ирина КАЛЕЧИЦ:

1. LinkedIn – да, он позволяет поддер-

живать связи с деловыми партнерами во всем мире. Facebook, ВКонтакте, Twitter – по мере необходимости. «Одноклассники» – редко, т.к. жаль времени на постоянное поддержание всех связей. Общаюсь только с теми, с кем мне комфортно и тепло (все они имеют возможность звонить мне и приходить в дом в любое время с любыми вопросами).

2. Полагаю уместным участие банка только в соцсетях, поддерживающих высокий уровень делового общения, доступный деловым партнерам и позволяющим здоровый пиар.

Начальник управления информационной политики Сергей СКЛЯРОВ:

1. Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте – для общения с друзьями. А в LinkedIn – и с партнерами по работе.

2. Белгазпромбанк я хотел бы видеть везде – возможно, даже в «Одноклассниках».

Начальник управления развития Ульяна ЗАХАРОВА:

1. LinkedIn – здесь мои профессиональные контакты и сообщества. Facebook – здесь мои друзья, особенно живущие в других странах.

2. Facebook – целевая аудитория (средний класс здесь представлен наилучшим образом). LinkedIn и Twitter – хороший тон для современной инновационной компании. ВКонтакте – чтобы чувствовать тренды молодежной аудитории. Насчет «Одноклассников» не уверена.

Начальник отдела маркетинга Екатерина ЧУПРИС:

– Если говорить про меня, то деловые контакты дублируются в LinkedIn и Facebook процентов на 60%. Стратегически ВКонтакте – это будущее. Там более молодая аудитория, которая через пару лет станет активным потребителем банковских услуг.

Ну и в целом для поколения миллениалов (людей, рожденных в конце 80-х – начале 90-х годов, в эпоху глобализации, индустриализации и доступности цифровых технологий) digital-источники информации и социальные сети важнее при планировании покупок, нежели реклама в офлайн-медиа.

И на первом месте у миллениалов Facebook – 43%, Инстаграм на втором, но все-таки с учетом специфики банковских продуктов и услуг он не будет интересным.

Мы получили и несколько лаконичных

ответов от помощников заместителей председателя правления. Владимир ДРОЗД признался, что сам соцсетями не пользуется, но хочет, чтоб банк присутствовал везде, где можно. А Виктор САВОНЬ ответил так: «Это может показаться странным, но я социальными сетями не пользуюсь».

Как видим, чаще всего наши респонденты пользуются социальной сетью для поиска и установления деловых контактов LinkedIn и Facebook, признанным в феврале 2015 года самым популярным сайтом.

Социальные медиа – вид массовой коммуникации, осуществляемый посредством интернета. Интернет-форумы, блоги, вики, видеохостинги – все это суть формы соцмедиа. Выделяют семь разновидностей:


















Социальные сети (Facebook, LinkedIn, MySpace);

Блоги и микроблоги (LiveJournal, Blogger, Twitter);

Сайты отзывов (Яндекс.Маркет, Otzyv.ru, Irecommend.ru);

Фото и видеохостинги (Flickr, Vimeo, YouTube);

Сайты знакомств; форумы; геосоциальные сервисы (Foursquare, Advizzer).

1	 Facebook.com	Internet and Telecom > Social Network
2	 Google.com	Internet and Telecom > Search Engine
3	 Youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video
4	 Yahoo.com	News and Media
5	 Live.com	Internet and Telecom > Email
6	 Vk.com	Internet and Telecom > Social Network
7	 Wikipedia.org	Reference > Dictionaries and Encyclopedias
8	 Twitter.com	Internet and Telecom > Social Network
9	 Yandex.ru	Internet and Telecom > Search Engine
10	 Google.co.in	Internet and Telecom > Search Engine
11	 Google.co.uk	Internet and Telecom > Search Engine
12	 Google.com.br	Internet and Telecom > Search Engine
13	 Bing.com	Internet and Telecom > Search Engine
14	 Msn.com	News and Media
15	 Google.fr	Internet and Telecom > Search Engine
16	 Amazon.com	Shopping > General Merchandise
17	 Ok.ru	Internet and Telecom > Social Network
18	 Mail.ru	Internet and Telecom > Email
19	 Xvideos.com	Adult
20	 Google.ru	Internet and Telecom > Search Engine

Исследовательская компания SimilarWeb, занимающаяся анализом сайтов и мобильных приложений, определила рейтинг самых популярных сайтов в мире. Тройку лидеров возглавила социальная сеть Facebook, за ней следуют поисковик Google и видеохостинг YouTube.

В десятку самых популярных сайтов в мире вошли российская социальная сеть ВКонтакте и российская поисковая система Яндекс, заняв шестое и девятое место соответственно.

Также в топ-10 вошли сайт Yahoo, почтовый сервис Live.com от Microsoft, Википедия, Twitter и индийская версия Google.

Систему риск-менеджмента Белгазпромбанка отметили за рубежом

Профессиональные компетенции топ-менеджеров Белгазпромбанка продолжают получать высокие оценки на международном уровне.

Исполнительный директор банка Татьяна АВРАМЕНКО получила награду за вклад в разработку комплексной системы риск-менеджмента от Института сертифицированных финансовых менеджеров.

19 ноября 2014 г. в Лондоне состоялась ежегодная конференция Института сертифицированных финансовых менеджеров (ИСФМ) и торжественное вручение наград за вклад в развитие финансового сектора стран Восточной Европы, Европейского Союза, Великобритании и Азии. Особо были отмечены успехи банковского сектора Беларуси. Ежегодная конференция ИСФМ в Лондоне собирает экспертов и ведущих специалистов, руководителей ведущих компаний и банков.

Татьяна Авраменко и региональный директор Института сертифицированных финансовых менеджеров в Беларуси Ирина Мацокина



На этой площадке подводят итоги работы, обсуждают актуальные вопросы реформы МСФО (международных стандартов финансовой отчетности) с учетом введения требований Basel, отмечают достижения специалистов в банковской и финансовой сферах.

Участниками ежегодной конференции, проходившей в рамках данного мероприятия, стали представители международных и национальных профессиональных организаций, ведущие специалисты в области бухгалтерского учета, налогообложения и финансового контроля, руководители финансовых организаций, учебных заведений, деятели общественных профессиональных организаций из Великобритании, России, Казахстана, Беларуси, Азербайджана, Грузии, Канады, Ирландии и других стран.

Делегация из Беларуси регулярно принимает участие в этом представительном форуме. Ежегодно ИСФМ-Беларусь при участии экспертного совета, деловых ассоциаций Беларуси подводит итоги и выдвигает номинантов от нашей страны. Подробнее об этом мероприятии мы поинтересовались у регионального директора Института сертифицированных финансовых менеджеров (ИСФМ) в Беларуси Ирины МАЦОКИНОЙ.

– Ирина Николаевна, какие задачи у Института сертифицированных финансовых менеджеров в Беларуси и какое признание в мире он получил?

– Это профессиональная квалификационная сеть для финансистов, экономистов, банковского сектора, она представлена в 45 странах мира. Методологический комитет ИСФМ состоит из ведущих профессоров, консультантов, в том числе из Восточной Европы. Он формирует квалификационные программы по финансовому менеджменту и финансовому анализу, МСФО и финансовому учету, управленческому учету, управлению рисками. ИСФМ официально признан различными международными финансовыми организациями и представлен в большинстве экономически развитых стран мира.

В Беларуси 550 руководителей и специалистов ведущих компаний и банков прошли обучение на квалификационных программах ИСФМ, подтвердили свои компетенции международным дипломом DipICFM. Особенно востребованные международные программы ИСФМ для банковского сектора – «IFRS and Financial accounting», «Financial

analysis», «Certified professional internal auditor».

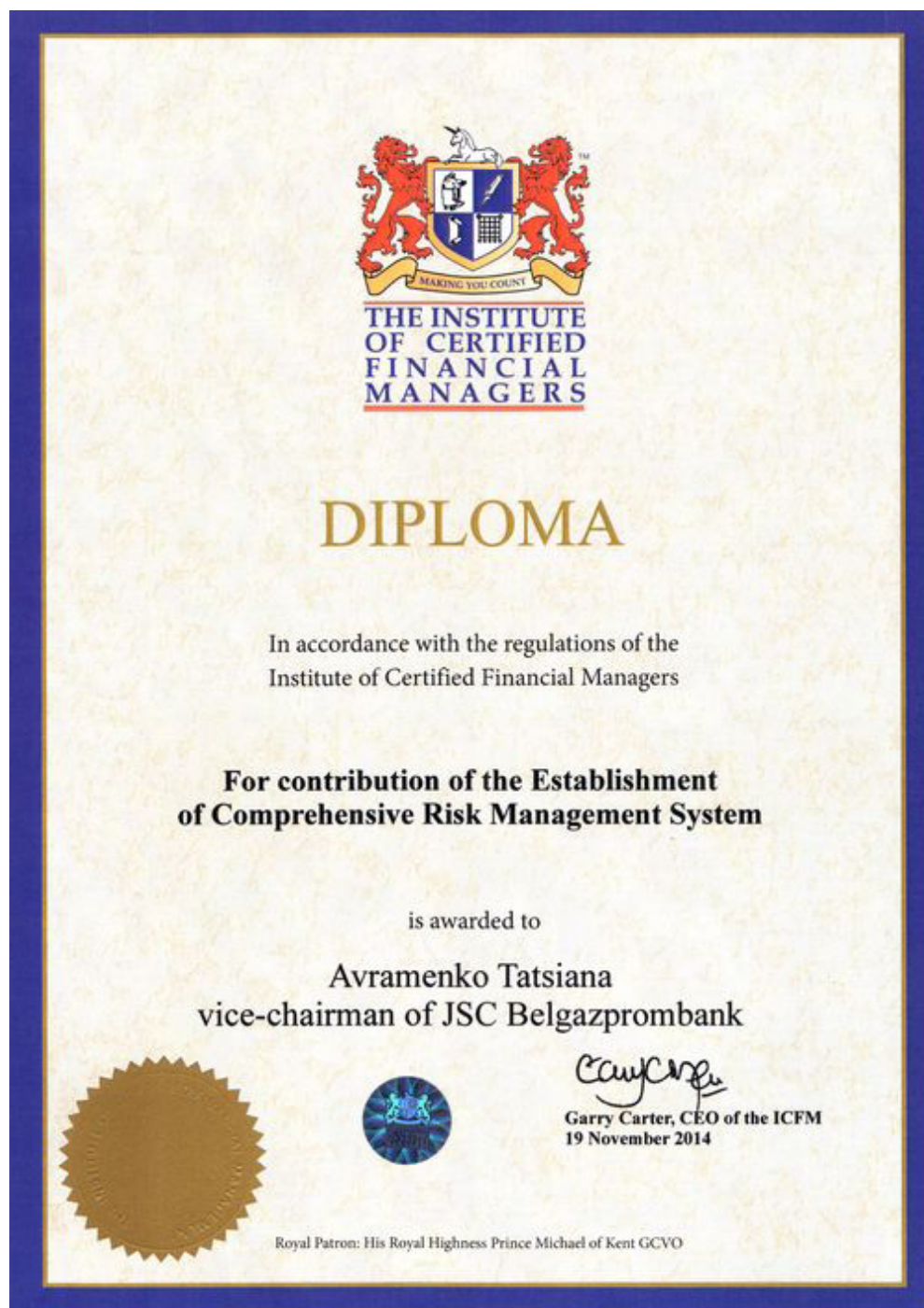
– Какие цели ставит перед собой данное мероприятие?

– Одна из главных задач – развитие новых форм международного делового сотрудничества с финансовым и деловым миром из Великобритании и стран Восточной Европы, обмен опытом в ключевых сферах реформы МСФО, корпоративного управления и контроля, управления рисками. Также это признание профессиональных достижений в области финансово-экономического управления и вручение страновых номинаций ИСФМ «За достижения в реформе МСФО 2014», «За вклад в развитие банковского сектора», «Лучший

работодатель года», «Лучший финансовый менеджер года», «За успешное продвижение профессии финансового менеджера» и других.

На торжественном приеме ИСФМ приняли участие более 300 гостей из разных стран мира. Патрон ИСФМ, Его Королевское Высочество Принц Майкл Кентский, поздравил победителей в различных номинациях.

К сожалению, вследствие занятости Татьяне Авраменко не удалось присутствовать на официальной церемонии вручения и принять диплом из рук представителя королевской семьи. В феврале 2015 года награда была передана Татьяне Васильевне в торжественной обстановке.



Кто из кредитных экспертов лучший?



17 февраля состоялась церемония награждения лучших кредитных экспертов Белгазпромбанка в сфере малого и среднего бизнеса. Конкурс, проходивший с 1 сентября по 31 декабря, стал своеобразным подведением итогов их работы за 2014 год.

Дипломы вручал заместитель председателя правления Сергей ДОБРОЛЕТ:

– Я хочу всех вас поблагодарить за плодотворную работу! Мы из года в год добиваемся хороших результатов. Мы растем, совершенствуемся, преобразо-

вываемся, и это дает отличные результаты.

Кредитный портфель малого бизнеса на сегодня составляет почти 100 миллионов долларов, и благодаря вашим усилиям мы скоро достигнем этой цифры, и, надеюсь, превзойдем ее.

Поэтому желаю удачи в нашем совместном бизнесе!

Конкурс по традиции проводился в четырех номинациях:

«Лучший кредитный эксперт, выдавший наибольшее количество кредитов», «Лучший кредитный эксперт, выдавший максимальную сумму кредитов», «Лучший кредитный эксперт, сопровождающий самый крупный кредитный портфель (по малому бизнесу)» и «Лучшая дирекция по развитию кредитования малого бизнеса».

– Получать награды, конечно же, приятно, – призналась ведущий эконо-

мист группы микрокредитования отдела корпоративного кредитования Гродненской областной дирекции Наталья АВГУСТИНОВИЧ. – Тем более, что происходило это в Минске, в головном офисе банка. Большое спасибо всем, с кем мне пришлось сотрудничать в течение этого времени. Ведь работа кредитного эксперта зависит от согласованных действий всех участников кредитного процесса.

Успешность и результативность деятельности предполагает слаженную работу подразделений головного банка и областной дирекции. Любые проблемы, возникающие в процессе рассмотрения вопроса кредитования, решаются по возможности быстро и профессионально. Рада, что в своей деятельности сотрудничаю с компетентными специалистами и понимающими людьми: начальником управления кредитования малого бизнеса (УКМБ) Константином Кирьяновым и заместителем начальника управления Еленой Белковец.

Первое место в номинации – это еще и комфортные отношения в коллективе, грамотная и своевременная помощь

руководства дирекции и непосредственно руководителя отдела Сергея Лойко, поддержка коллег, взаимопонимание со стороны клиентов.

– Такой цели, как победа в конкурсе, не стояло, – добавила главный экономист удаленного отдела кредитования малого бизнеса Виолетта ШЕСТАК. – Я просто выполняла свою работу. И, конечно же, было приятно узнать, что это дало возможность поучаствовать в конкурсе, да еще и победить.

Однако я не считаю, что это моя личная победа. Это успех отдела, ведь без помощи моего непосредственного руководителя Натальи Леонюк, зам.начальника и начальника УКМБ, возможно, и не получилось бы осилить несколько больших и серьезных проектов, которые и принесли первое место в данной номинации, так как ранее с такими проектами я не сталкивалась. Победа принесла гордость за наш отдел: «Мы сделали это!».) Большое всем спасибо!

Основной причиной проведения конкурса «Лучший кредитный эксперт по операциям с клиентами малого бизнеса» являлось повышение мотивации сотрудников и заинтересованности в исполнении своих обычных должностных обязанностей, и по мнению заместителя начальника управления кредитования малого бизнеса Елены БЕЛКОВЕЦ, конкурс значительно «оживил» сотрудников:

– Хочу отметить, что в нашем банке сформирована сильная команда про-

фессионалов, обслуживающих малый бизнес, все нацелены на достижение единых целей, а проведение конкурса явилось дополнительным стимулом в развитии данного направления.

Проведенным конкурсом, как и его результатами, я осталась довольна. Во-первых, это позволило оценить и сравнить работу различных подразделений нашего банка; во-вторых, подтвердить и закрепить во многом то, что и так было очевидно – кто же лучший из лучших; и в-третьих, это еще один повод, чтобы встретиться с коллегами и лично их поблагодарить за нашу совместную работу.

Значительных изменений по сравнению с ранее проводимыми конкурсами не произошло. Хотелось бы отметить, что в этом году большое количество призовых мест занимают областные дирекции. Это свидетельствует, на мой взгляд, о профессиональном развитии дирекций и стремлении улучшать свои результаты.

И, конечно, отдельно хотелось бы отметить Гомельскую дирекцию, которая заняла наибольшее количество призовых мест в совокупности по всем номинациям.

Также хочу выразить благодарность всем коллегам: и победителям, и просто участникам, за внесение своего личного вклада в развитие малого бизнеса.

Надеюсь, что в дальнейшем проведение конкурса будет проводиться ежегодно на постоянной основе.

СПРАВКА «Банк.NOTE»

«Лучший кредитный эксперт, выдавший наибольшее количество кредитов»:

1 место – ведущий экономист группы микрокредитования отдела корпоративного кредитования Гродненской областной дирекции Наталья АВГУСТИНОВИЧ;

2 место – экономист 1 категории отдела кредитования малого бизнеса Сергей ТОРОТЬКО;

3 место – экономист 1 категории группы микрокредитования отдела корпоративного кредитования Гродненской областной дирекции Анна ГУРБИК.

«Лучший кредитный эксперт, выдавший максимальную сумму кредитов»

1 место – главный экономист удаленного отдела кредитования малого бизнеса Виолетта ШЕСТАК;

2 место – ведущий экономист группы микрокредитования отдела корпоративного кредитования Гомельской областной дирекции Дмитрий САФРОНОВ;

3 место – экономист 1 категории отдела кредитования малого бизнеса Александра НИКИТИНА.

«Лучший кредитный эксперт по мониторингу, сопровождающий самый крупный кредитный портфель (по малому бизнесу)»:

1 место – экономист 1 категории группы мониторинга и анализа кредитных операций отдела корпоративного кредитования Гомельской областной дирекции Елена КУЛЕШОВА;

2 место – экономист 1 категории отдела корпоративного кредитования Могилевской областной дирекции Юрий БАШМАКОВ;

3 место – экономист 1 категории группы микрокредитования отдела корпоративного кредитования Гомельской областной дирекции Татьяна КОСМЫКОВА.

«Лучшая дирекция по развитию кредитования малого бизнеса»:

1 место – начальник отдела корпоративного кредитования Гомельской областной дирекции Евгений ПОЛТОРАН;

2 место – начальник отдела корпоративного кредитования Брестской областной дирекции Лариса ГРЕЧКО;

3 место – начальник отдела корпоративного кредитования Гродненской областной дирекции Сергей ЛОЙКО.



Слева направо: Анна Гурбик, Константин Кирьянов, Наталья Августинович, Елена Белковец и ведущий экономист группы микрокредитования Гродненской дирекции Павел Мороз (получавший диплом за отсутствовавшего на церемонии Сергея Лойко).

Android-приложение от Белгазпромбанка удостоилось серебра



5 февраля были подведены итоги независимого исследования, проводившегося информационно-аналитическим порталом Infobank.by, и состоялось награждение банков-победителей. Белгазпромбанк был отмечен серебряной медалью в номинации «Мобильное приложение Андроид-2014».

В течение года портал анализировал деятельность белорусских банков, чтобы получить объективную информацию о качестве обслуживания клиентов, банковских продуктах и сервисах. Тестирование 10-ти банковских мобильных приложений проводилось порталом на основе наиболее популярной в Беларуси операционной системы для мобильных устройств Android по следующим категориям: работоспособность, функциональность, удобство для пользователя («юзабилити») и дизайн.

Мобильное приложение Белгазпромбанка – это простой и безопасный способ совершать платежи, получать актуальную информацию по картам, искать ближайшие банкоматы, инфокиоски и отделения Белгазпромбанка, банков-партнеров и белпочты, определять лучший обменный курс по отделениям Белгазпромбанка и быть всегда на связи.

Приложение Белгазпромбанка доступно для двух наиболее популярных платформ: Android и iOS.

– Национальный банк активно выступает по поводу развития каналов дистанционного банковского обслуживания,

– сказала ведущая Екатерина Смирнова, предваряя награждение. – Действительно, это очень важное направление. Этот канал растет, причем неимоверно быстро. Мы это видим и по своим пользователям. Наверняка это видят и банки. Поэтому у нас появилась номинация «Мобильное приложение Андроид». Почему начали именно с Андроида? Потому что в Беларуси это наиболее распространенная операционная система. Насколько бы не был моден iOS, у Андроида 70% рынка. Поэтому мы и начали с него.

Приз для Белгазпромбанка получал начальник управления процессинговых и дистанционных систем Леонид КОНДРАТОВИЧ (на фото):

– Я надеюсь, что в дальнейшем наши идеи и креатив нашего разработчика, компании «НаучСофт», позволят нам занять место чуть-чуть выше, – отметил он.

Заместитель начальника управления Сергей ШЕВКУНОВ так прокомментировал получение «серебра»:

– Немного расстроен: второе место – это не тот результат, к которому мы идем. Хотя, наверное, это хороший старт, раз мы сразу в топе – значит, идеология верна, и надо продолжать идти вперед. Это первый оценочный этап, которые показал, где мы сейчас с версией приложения, которая увидела свет в прошлом году. Вообще, отличное приложение – это не разовая работа, которую сделал и забыл. Отличное приложение – это постоянный кропотливый процесс постоянного мониторинга, улучшений, и внедрения новых возможностей, где кроме внедрения «фишек» ключевым моментом является скорость и качество реакции на факты, на новые предложения, на новые вызовы.

Факты налицо: есть результаты профессионального юзабилити-тестирования, есть конкретные пожелания наших пользователей, есть полезные моменты исследования Инфобанка. Все эти факты уже обработаны, и подготовлено большое комплексное обновление, которое призвано усилить наши позиции по уже внедренному функционалу – в нем выполнены значительные улучшения с точки зрения удобства использования сервисов.

В ближайшие дни будут завершены работы в части тестирования качества и работоспособности этой версии на различных устройствах, и произведена официальная публикация.

20 лет с Белгазпромбанком: Владимир Мартьянов

Мы продолжаем приуроченный к грядущему 25-летию Белгазпромбанка рассказ о его старейших работниках, и сегодня наш герой – Владимир МАРТЪЯНОВ, много лет возглавлявший службу инкассации и перевозки ценностей.

Владимир Сергеевич уже подробно рассказывал нам о специфике инкассаторской работы, а позже мы освещали его 60-летний юбилей и получение почетного знака «За службу ў інкасацыі» от Нацбанка.

– В «Олимп», предшественник Белгазпромбанка, я пришел работать в ноябре 1994 года из Национального банка Республики Беларусь. Банк «Олимп» нуждался в создании собственной службы инкассации и перевозки ценностей. Сюда приглашали долго, почти полгода. В итоге я дал согласие на переход и занялся созданием этой службы в банке.



– Какой у вас был опыт до этого?

– Я начинал работать инкассатором в Юбилейном отделении Госбанка СССР в 1981 году. Через два года стал начальником отдела, потом опять работал инкассатором, дежурным, ездил в командировки со спецвагоном по Белоруссии и по Советскому Союзу. Затем образо-

валось всесоюзное Хозрасчетное объединение инкассации при Госбанке СССР – в республиках, соответственно, тоже: в БССР было Белорусское республиканское управление инкассации. Меня туда пригласили, учитывая, что я уже многое знал и умел. Я был начальником отдела организации инкассации и перевозки ценностей. Когда в 1991 году развалился Союз, Хозрасчетное объединение просуществовало недолго. Тех, кто остался, распределили, и я оказался в Национальном банке. Там я работал в управлении эмиссионных кассовых операций – заместителем начальника управления, и курировал инкассацию. И оттуда меня пригласили в «Олимп». Сначала было 5 человек (со мной): 2 водителя и 2 инкассатора. Теперь уже 29! Если честно, помещений и площадей нам никогда не хватало.

Владимир Мартьянов: «Это первый Новый год уже в новом здании, с 1996 на 1997 год (когда переехали с улицы Ольшевского на Притыцкого). Его тогда проводили в фойе, потому что места больше не было».





1983 год, Юбилейное отделение
Госбанка СССР

Условия были стесненные. Первую неделю я вообще работал стоя, стула не было. Но со временем все потихоньку создавалось. Набирали людей, приобретали технику. Сейчас все автомобили новые, все бронированные. А раньше ездили на простых, небронированных «Шкодах»: «Форманах» и «Фелициях».

Одно время мы инкассировали субъекты хозяйствования, магазины. Затем Нацбанк оставил эту привилегию только для шестерки системообразующих банков. Сейчас мы обслуживаем только наши подразделения (ПРК, РКЦ, ЦБУ) и банкоматы, которых стало много!

– Каковы, на ваш взгляд, отличительные черты инкассатора?

– Я уже говорил об этом и раньше: инкассатор должен быть честным. И с кем бы я ни работал, никто не пытался что-то украсть, за исключением одного случая в «Юбилейке»... Свои деньги для инкассатора – это те, которые лежат у него в кошельке, а не те, которые он возит. А их может быть много. Представьте себе: спецвагон везет 10 тонн денег! Иногда и больше. В нем были помещения для проводника, для военизированной охраны и для бригады инкассаторов. А посередине вагона находится хранилище, возле которого с охраной стоит постовой из полка Министерства финансов СССР. Они выделяли караул: пять человек на поездку. Деньги лежали до потолка. Я высокий, и укладывал верхние мешки. Монетки назывались «разменом», их возили отдельно. И драгметаллы возили.



1980-е годы, фото на фоне инкассаторского спецвагона



Владимир Мартьянов: «Инкассатор должен быть прежде всего честным! Свои деньги для инкассатора – это те, которые лежат у него в кошельке, а не те, которые он возит».

– Значит, инкассатор должен быть и физически выносливым.

– Конечно. Вообще, мешки с монетами весили относительно немного, 5 килограмм, это были небольшие холщовые мешочки. Но их было очень много. А

обычный мешок с деньгами весит 20-25 килограмм. Приезжаем в Москву, из центрального хранилища Госбанка СССР подгоняют «КамАЗ», и мы с вагоном втроем разгружаем в него все 10 тонн. А время ограничено. Едем в цен-



Справа на фото – тогдашний начальник управления кассового обслуживания инкассации и перевозки ценностей Николай Чечуха



Виктор Бачило и Владимир Мартьянов

нештатной ситуации... Слава богу, в Белгазпромбанке практически никаких ЧП не было.

– Кого из коллег хотели бы отметить особо?

– Со мной работает товарищ, которого я знал еще по Юбилейному отделению Госбанка: Виталий Сверчинский. 10 февраля исполнилось 20 лет его работы здесь! Работал Виктор Бачило, вы знаете, что он умер на работе... Вот их двоих я пригласил, чтобы они обучали тех, кого мы позже принимали на работу. Это было очень ценно. Эти два сотрудника серьезно помогли мне, чтобы обучить вновь приходящих сюда – тех, кто ничего не знал, не был инкассатором. Так что Виталий Николаевич и Виктор Васильевич вместе со мной заложили основы инкассации Белгазпромбанка.

– Участвуете ли в корпоративном отдыхе (Новый год, туристические слеты)?

– Принимал участие в новогодних вечерах, впечатления позитивные! Наше управление самостоятельно организует корпоративные мероприятия: минитурслеты и экскурсии. Вот, недавно выезжали. Хорошо, что профком всегда помогает.

– Какие у вас хобби?

– Я люблю футбол. Лет 15 играл в баскетбол. Увлекаюсь историей, читаю книги по этой теме. Особенно все, что касается Второй мировой войны. Я в свое время пытался поступить на исторический факультет, затем поступил в иняз. Три года, сразу после института, работал учителем английского языка – в той же школе, где и учился. А потом, как связался с инкассацией в 1981 году, это стало призванием на всю жизнь.



На переднем плане – нынешний начальник службы инкассации и перевозки ценностей Алексей Кондратович

ральное хранилище, там выгружаем (это уже второй перегруз идет), а потом завозим внутрь для финальной разгрузки. То есть три раза надо быстро «перемолотить» втроем десять тонн.

Всякое бывало. Был случай, когда вместе с нами в Москве сдавали деньги украинцы. Они посчитали: не хватает мешка с пятирублевыми купюрами, всего 175 тысяч. Мы вместе с ними пересчитывали несколько раз – все равно не сходится по документам. Как

оказалось, им во Львовском областном отделении неправильно выписали сопроводительные документы. То есть этого мешка просто не должно было быть там. А люди переживали.

– Вы сейчас выступаете в роли наставника молодого поколения инкассаторов. Делитесь ли какими-то ценными советами?

– Конечно, стараюсь передавать свой опыт молодым. Что было раньше, что изменилось теперь, как себя вести в

Как «сложного» клиента сделать простым

30-31 января в Гомеле состоялся корпоративный тренинг для сотрудников местной дирекции Белгазпромбанка «Профессиональные умения менеджера по работе с розничными клиентами». Под руководством корпоративного тренера, главного специалиста Управления по работе с персоналом **Валентины ЦЫГАНОВОЙ** участники тренинга – сотрудники банка, осуществляющие консультирование клиентов в ЦБУ и отделах розничного бизнеса, – осваивали инструменты, которые смогут использовать не только в своей работе, но и в повседневной жизни.



– Впервые данная программа была проведена в сентябре 2014 года для сотрудников розницы города Минска, – рассказывает Валентина Цыганова. – И вот уже на протяжении полугода примерно раз в месяц тренинг проводится в Минске и областных центрах.

В тренинге используются различные формы обучения, много упражнений и игровых заданий. Корреспондент «Банк.NOTE» своими глазами наблюдал, как сотрудники Гомельской областной дирекции с удовольствием включались в процесс обучения и обсуждения актуальных вопросов.

– Учебный модуль был разработан при поддержке коллег из Управления продаж розничных продуктов Вероники Янковой и Ирины Сидоровой, – говорит Валентина, – и я хочу поблагодарить их за эту помощь и содействие в организации тренинга. Вообще, идея его создания родилась в процессе анализа уже проведенного обучения и оценки реальных потребностей сотрудников, работающих с розничными клиентами. Как известно, сотрудники розницы – это «лицо» Белгазпромбанка. Обучению данной категории работников всегда уделялось много внимания, и большинство сотрудников действительно

прошли как минимум 2-3 тренинга по продажам. Однажды в конце первого дня тренинга одна из участниц сказала: «Чем вы нас хотели удивить, мы все это уже знаем». Тем приятнее было принимать в конце второго дня искренние слова благодарности и теплые отзывы от участников.

Мы постарались сделать чуть больше, чем просто навыковый тренинг. Программа разработана таким образом, чтобы запустить у обучающихся естественные механизмы саморефлексии, на фоне «формального» содержания показать возможности человеческого сознания и дать попробовать простые инструменты управления своими эмоциями. Содержательная часть тренинга направлена на формирование целостного восприятия процесса консультирования клиентов, где особое внимание уделяется этапу выявления потребностей, а по сути, построению разговора с клиентом таким образом, чтобы мягко подвести его к принятию оптимального решения и снятию потенциальных возражений.

Валентина рекомендовала не давать прямых советов клиенту – решения он должен принимать исключительно сам после консультирования со специ-

алистом. А тот, в свою очередь, должен владеть в совершенстве технологиями консультирования, уметь виртуозно работать с возражениями. Задачи и действия сотрудника на каждом этапе консультирования бизнес-тренер «разложила по полочкам»: от установления контакта и выявления потребностей до финального оформления документов.

Отдельное внимание в ходе тренинга было уделено особенностям взаимодействия с клиентом, выражающим претензии. Ведь профессионально обслужить «сложного» клиента – это своего рода искусство.

Участники тренинга могли оценить свой уровень стресса, познакомились с приемами повышения стрессоустойчивости и методами снятия психоэмоционального напряжения, развили навыки самоконтроля и попробовали применить на практике принципы бесконфликтного общения.

– На тренинге я обычно предлагаю сотрудникам банка воспринимать «сложных» клиентов как вызов их профессионализму, как возможность отточить свои навыки, т.е. с любопытством и интересом, – говорит Валентина.

– А «сложные» группы учеников, которых тяжело расшевелить, вам часто попадают? И что вы с ними обычно в таком случае делаете?

– В тренинге «сложный» участник – это скорее человек, который просто добивается дополнительного внимания и хочет быть услышанным и принятым. Отсидеться и ничего не делать на тренинге не получится, на то он и тренинг. Последнее время в самом начале занятия я привожу в качестве примера следующую картинку:



Так вот, чтобы получить состояние «Это так просто!», нужно сделать первый шаг и выйти из зоны комфорта. А это уже, согласитесь, совсем непросто.

– Один из наших сотрудников, ранее участвовавший в других моих тренингах, на вопрос «Что хотите получить от занятия?» ответил: «Просто пообщать-



ся с Вами». Не критериально, но зато очень приятно, – смеется бизнес-тренер.

А вот некоторые отзывы участников о тренинге «Профессиональные умения менеджера по работе с различными клиентами».

Ведущий экономист ЦБУ №701 (г.Минск) Елена КОРНИЕНКО:

– Курс в полной мере оправдывает свое содержание, предложенные методики и практика работы со сложным клиентом будут полезны и востребованы как в работе, так и в повседневной жизни. Спасибо! На практике регулярно использую инструменты, полученные на тренинге, а именно: активное слушание; «подстройку» при общении – поза, тембр голоса, скорость речи (в пределах разумного); технику «СВ» (т.е. перевода Свойств продукта в Выгоду, которую получит клиент) при продаже платежных карт, депозитов, кредитов; способы смягчения возражений.

Стало проще работать с клиентами, предъявляющими претензии. Несколько сложных ситуаций были урегулированы благодаря последовательности использования изученных методик. Теперь я могу развернуть ситуацию в другую, позитивную сторону, или как минимум снять напряжение клиента.

Экономист 1 категории ЦБУ №701 (г.Минск) Екатерина ИЛЬЯСЮК:

– Тренинг дал уникальную возможность в узком кругу систематизировать имеющиеся знания в области работы с клиентами, получить большое количество новой информации касательно техник эффективного выявления потребно-

стей клиента, вариантов презентаций продуктов ОАО «Белгазпромбанк», правил работы с возражениями. Причем тема возражений была рассмотрена с разных сторон: не только как ответ на сомнения клиента, но и с точки зрения эмоциональных реакций сотрудников на те или иные ситуации, с которыми мы сталкиваемся каждый день. Знания и навыки, полученные во время тренинга, используются ежедневно и достаточно эффективно. Интересно посещать такого рода занятия, где каждый получает индивидуальный подход.

Экономист 1 категории ЦБУ №304 (г.Мозырь) Олеся ЧЕРНЯКОВА:

– Мероприятие получилось весьма интересным. Думаю, что полученная информация будет активно применяться в повседневной практике. Работа в группах с коллегами помогает посмотреть на себя со стороны и совершенствовать свои навыки на практике.

Экономист 1 категории Гродненской областной дирекции Максим ХОМИЧ:

– Большая часть информации мне была известна, она находилась в закромах моего мозга. Благодаря обучению я многое вспомнил и узнал нового! Особенно впечатлило снятие стресса, точнее, его способы... спасибо!

Экономист 2 категории ЦБУ №702 (г.Минск) Артем СМЕРНОВ:

– Тренинг дал уверенность в разговоре с проблемными клиентами, осознание силы, поддержки банка. Приемы, которые были рассмотрены в процессе тренинга, помогают вести разговор с клиентами в нужном направлении, снижающем уровень агрессии.

В центре Полесских Афин



Новый центр банковских услуг Белгазпромбанка открылся в исторической части Слонима. Теперь сотрудничество с банком станет для клиентов удобнее благодаря выгодному расположению ЦБУ.

Раньше ЦБУ №403 Белгазпромбанка располагался на арендованных площадях Слонимского управления магистральных газопроводов ОАО «Газпром трансгаз Беларусь». Строительство нового здания началось в конце мая 2014 года. А 28 июля, когда был залит фундамент и начато возведение первого этажа, был заложен памятный знак.

Вот что сказал начальник ЦБУ №403 Игорь РОГОЗИК, отвечая на вопрос «Банк.НОТЕ» о том, были ли какие-то трудности в процессе строительства:

– Они связаны скорее не с самой постройкой, а с согласованием строительства. Ведь в пяти метрах отсюда – Городская ратуша, ныне библиотека (и теперь исторически значимое здание Слонима). У нее не было охранной зоны. И на пятачке в центре города, кроме нас, находятся еще три здания. Этот вопрос решался долго.

Слоним является одним из крупнейших районных центров Гродненщины. Его также называют «Полесскими Афинами» из-за большого количества достопримечательностей. А в десяти километрах от города находится древнейший в Беларуси готический храм Св. Архангела Михаила в деревне Сынковичи (на фото ниже).





На открытии ЦБУ присутствовали заместитель председателя правления Белгазпромбанка Владимир ДЯКОВИЧ (на фото выше), мэр Слонима Олег ТАРГОНСКИЙ и его заместители (по строительству и по экономике), директор Гродненской областной дирекции Белгазпромбанка Валериан ПОПКО, его заместитель Чеслав ВАЩИЛО, все

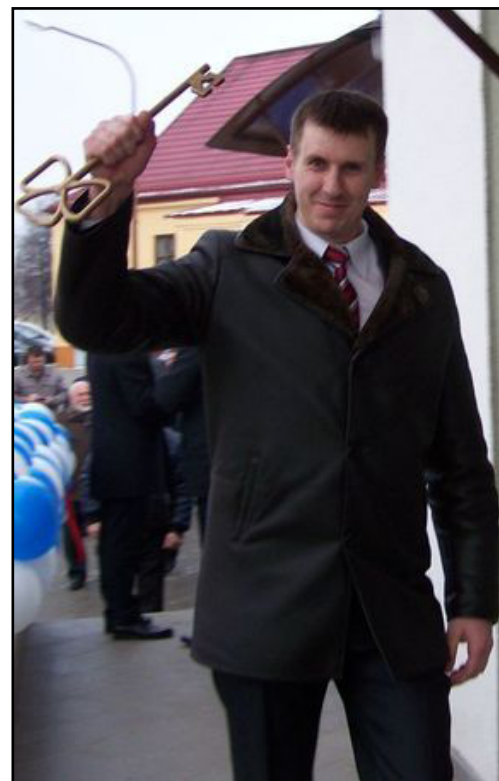


Красную ленточку на открытии слонимского ЦБУ перерезают заместитель председателя правления Белгазпромбанка Владимир Дякович и мэр Слонима Олег Таргонский

начальники ЦБУ гродненского региона. С открытием сотрудников слонимского ЦБУ приехали поздравить клиенты.

– Сегодня по дороге к центру города, проезжая мимо Драматического театра, я обратил внимание, насколько с ним перекликается архитектурный облик нашего ЦБУ. Такое подобие нам очень импонирует, – сказал на церемонии открытия Владимир Дякович. – Культурная

история Слонима начинается с XVIII столетия: ярким представителем белорусского театрального барокко был театр Михаила Казимира Огинского («Новая опера»). Не случайно банк поддерживает многие проекты в области культуры, в том числе форум театрального искусства «Теарт». И такая схожесть более цельно раскрывает образ банка не только как финансового учреждения, но и отражает его социальную ответственность.



Цветочный рай Кекенхоф



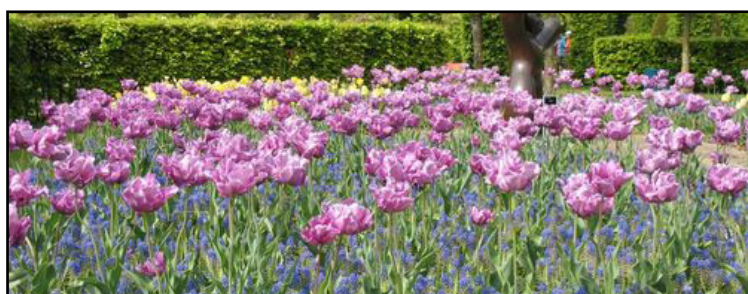
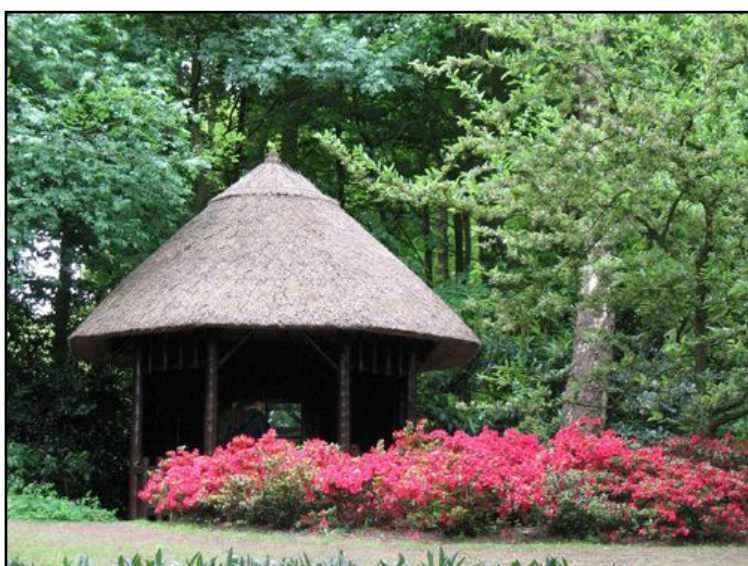
Цветы – это одно из самых волшебных творений природы. Каждый раз (и особенно в преддверии 8 Марта) не перестаешь поражаться яркости красок, разнообразию, точности и грациозности форм, пьянящим и неповторимым ароматам. Уникальным творением, представителем всего весеннего цветения мира по праву считается голландский парк цветов Кекенхоф.

Заместитель начальника отдела информационных технологий Брестской областной дирекции Ольга ПЕТРУКОВИЧ побывала в парке дважды, и, по ее признанию, каждая поездка дарит необыкновенное наслаждение, радость жизни и, конечно, огромное количество фотографий:

– Очень люблю весну за прекрасное пробуждение природы, за каждый раз новое знакомство с цветочным миром. Будь то только почка, готовая разродиться прекрасным бело-розовым цветком будущего яблока, или такой нежный хрупкий подснежник, благоухающие сирень и жасмин, царские свечи каштана и, конечно, король весенних цветов тюльпан.

Самым лучшим местом встречи с этим царственным цветком является парк весенних цветов Keukenhof в Нидерландах. Еще его называют самым фотографируемым парком мира. Представьте себе миллионы одновременно цветущих тюльпанов, гиацинтов и нарциссов в парке с вековыми деревьями, прудами с лебедями, фонтанами и каналами, всевозможными малыми архитектурными формами современных художников и дизайнеров. Причем каждый год все это великолепие воссоздается по-новому, в зависимости от ежегодно определяемой для сада тематики. А оранжереи! Это вообще отдельная песня. Орхидеи, лилии, тюльпаны, нарциссы, хризантемы, сирень, розы...





Когда покидаешь цветочный бал Кекенхофа, окружающий мир (пусть на короткое время, но все-таки) кажется черно-белым...

Если вам хочется подарить сказку себе и своим близким, посетите этот замечательный парк. Поверьте, что жизнь приобретает совсем другой вкус, цвет и запах!

