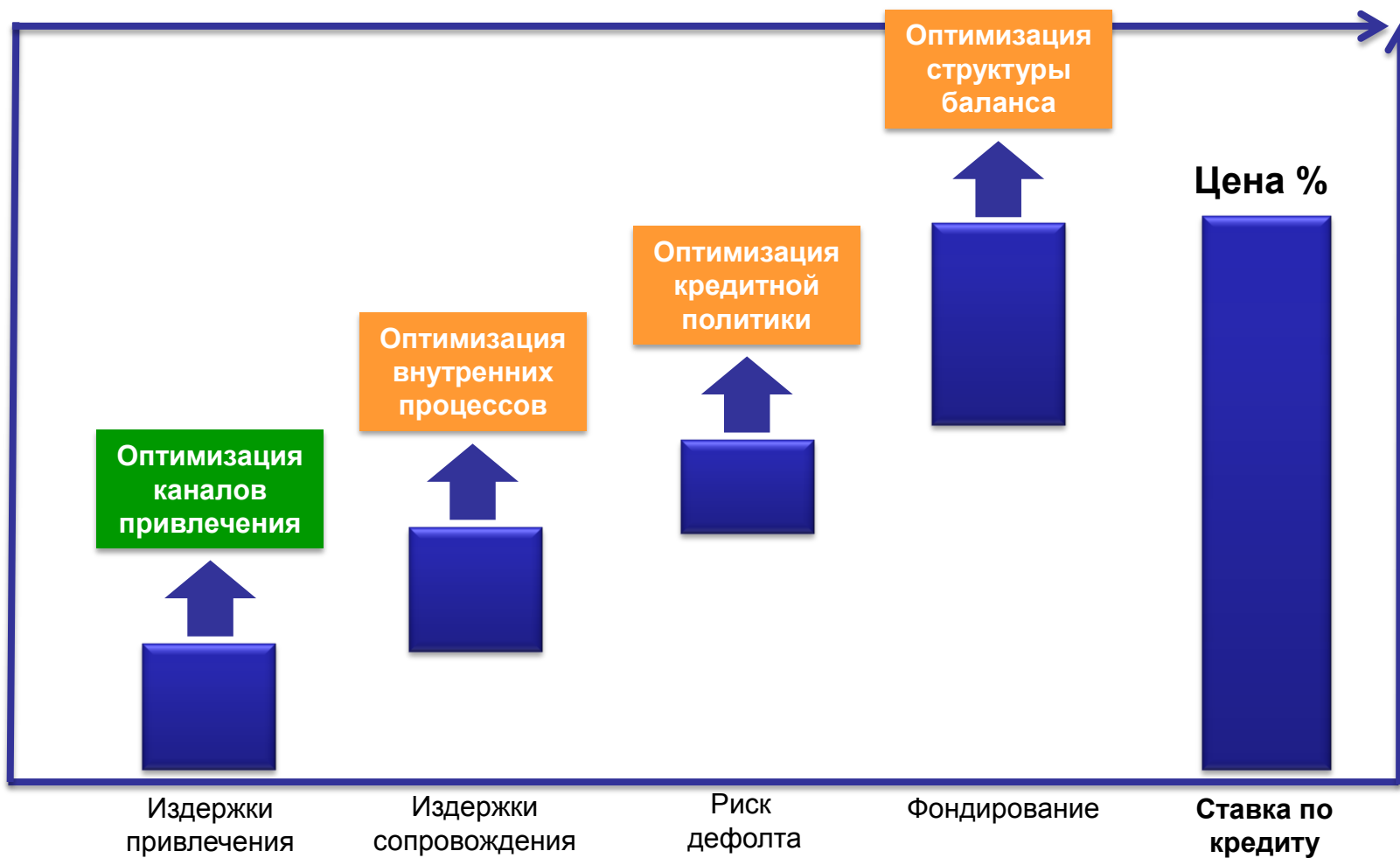
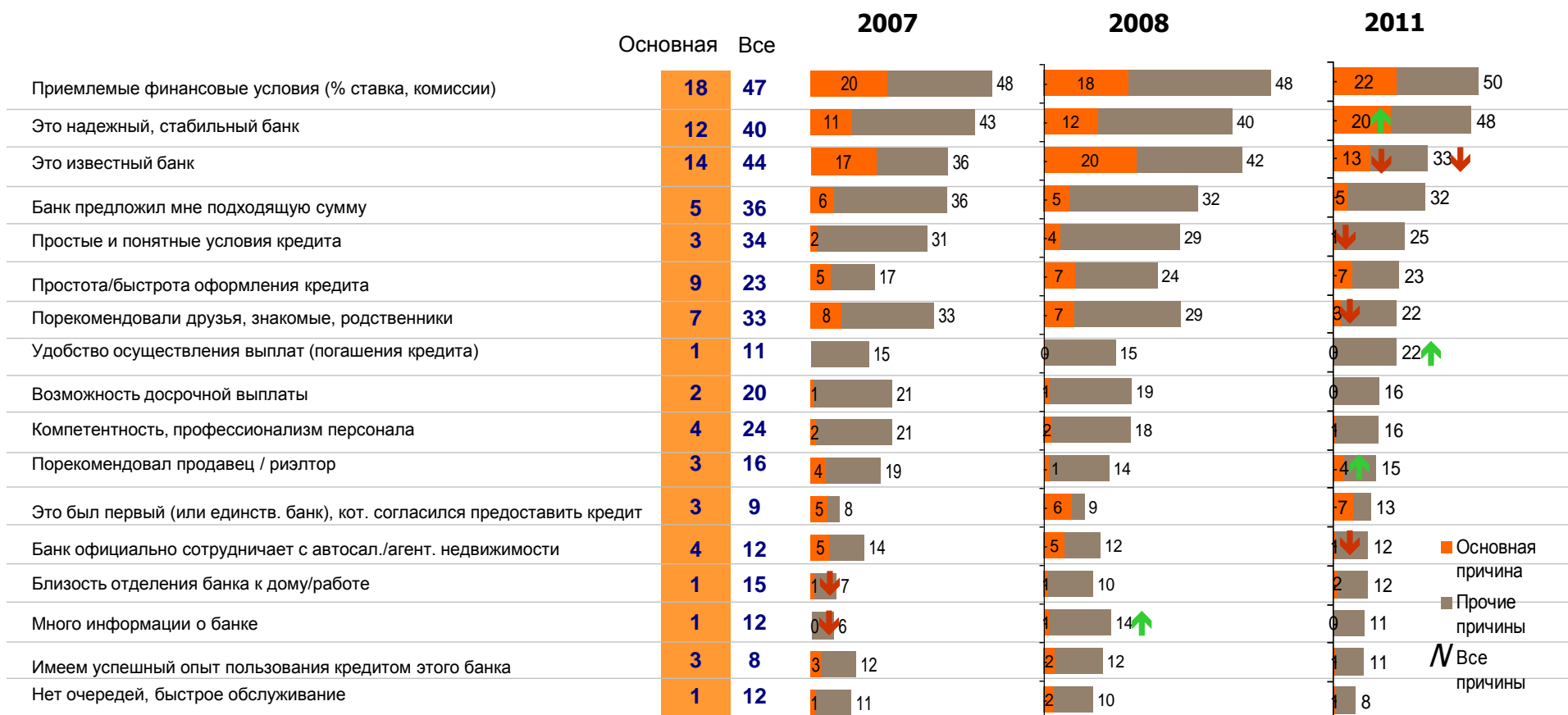


Ценовая чувствительность ипотечного рынка как фактор управления объемами продаж и доходностью ипотечного продукта.

ОКТАБРЬ 2012



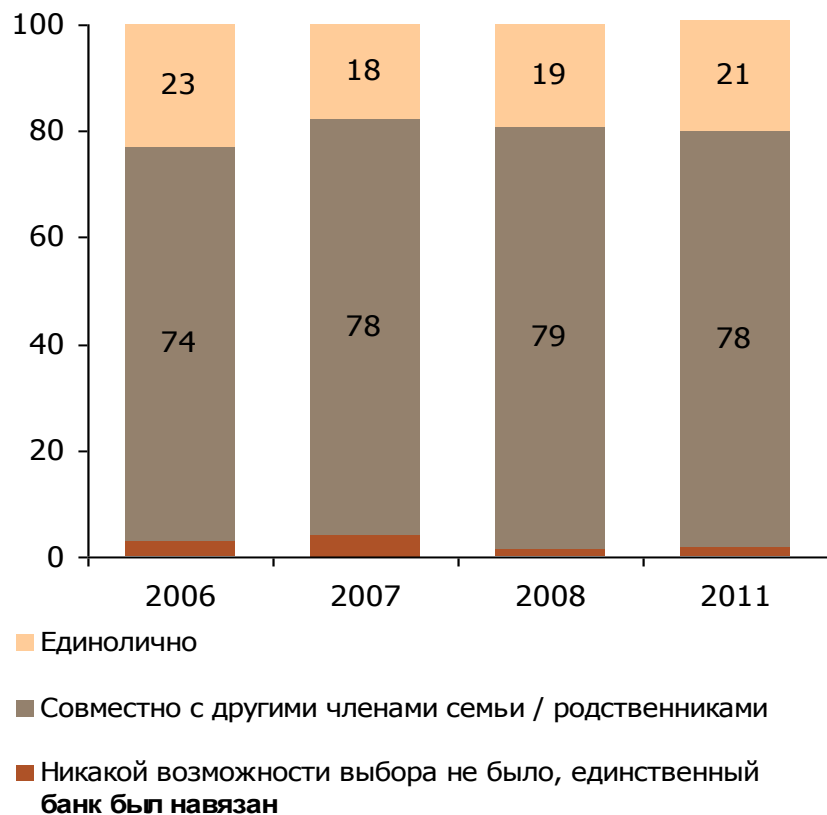


При выборе банка для ипотечного кредита большинство пользователей руководствуется приемлемостью финансовых условий (~20% называют их самой важной причиной) и все чаще ориентируются на такой показатель, как надежность и стабильность кредитного учреждения (значимый рост на 8%, с 12% в 2008 г. до 20% в 2011г.). Наряду с этим растет роль удобства погашения кредита.

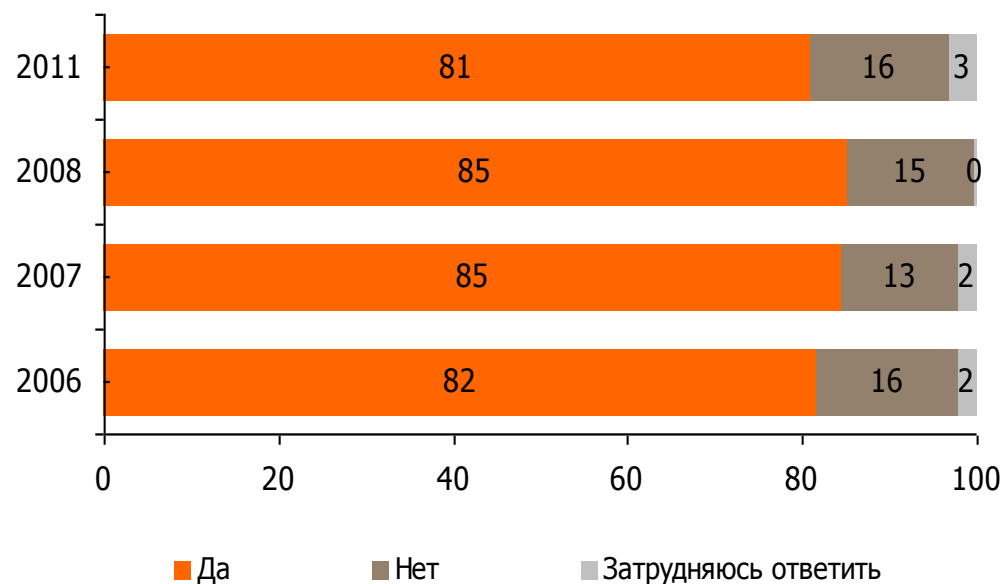
В 32-1: Почему Вы воспользовались кредитом именно в этом банке, а не в каком-то другом? Одна основная причина

В 32-2: А что еще повлияло на Ваш выбор? Не более 5 основных причин

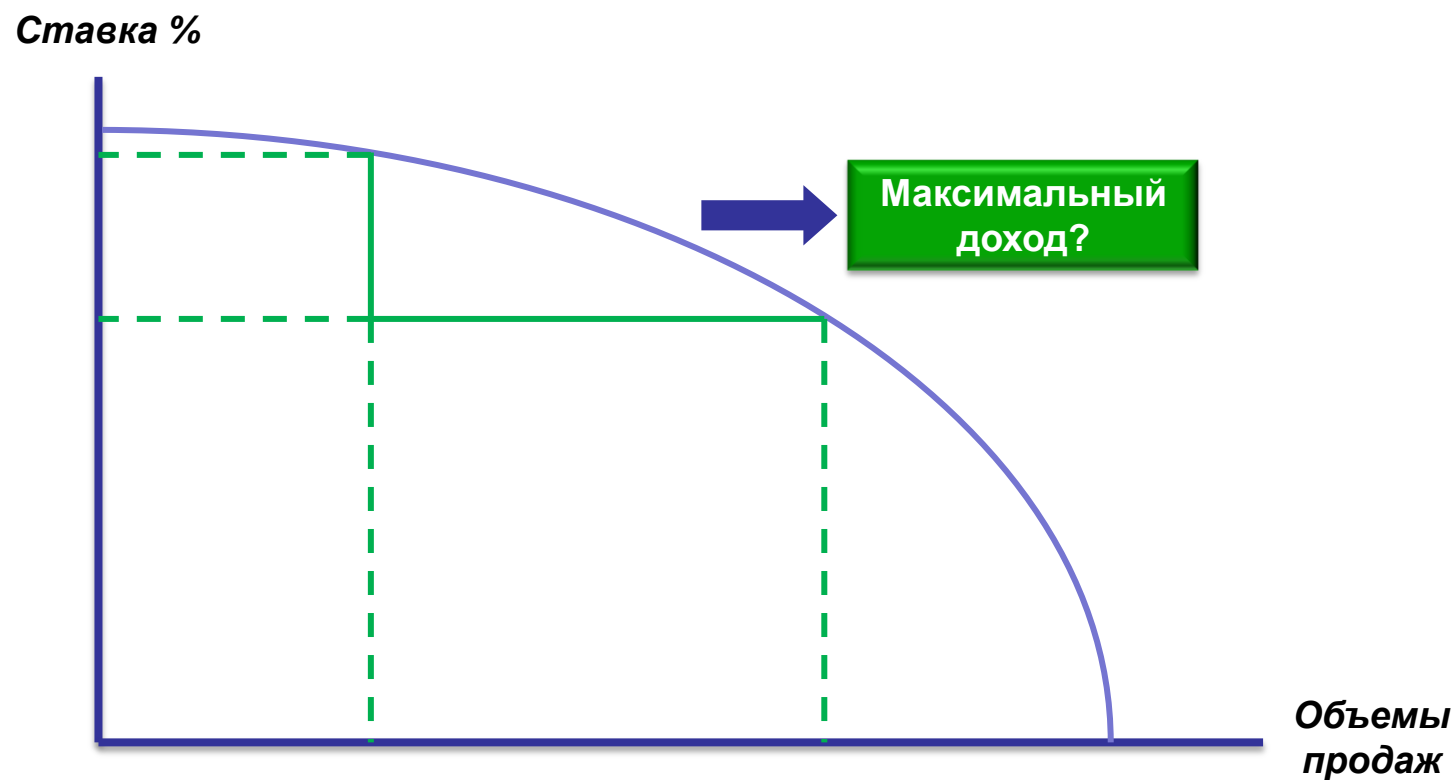
Кто принимал решение о выборе банка и условий ипотечного кредита



Сравнение условий банков перед принятием решения



Как найти компромисс между максимальным доходом и приемлемым объемом продаж?



Важность сегментированного подхода к цене

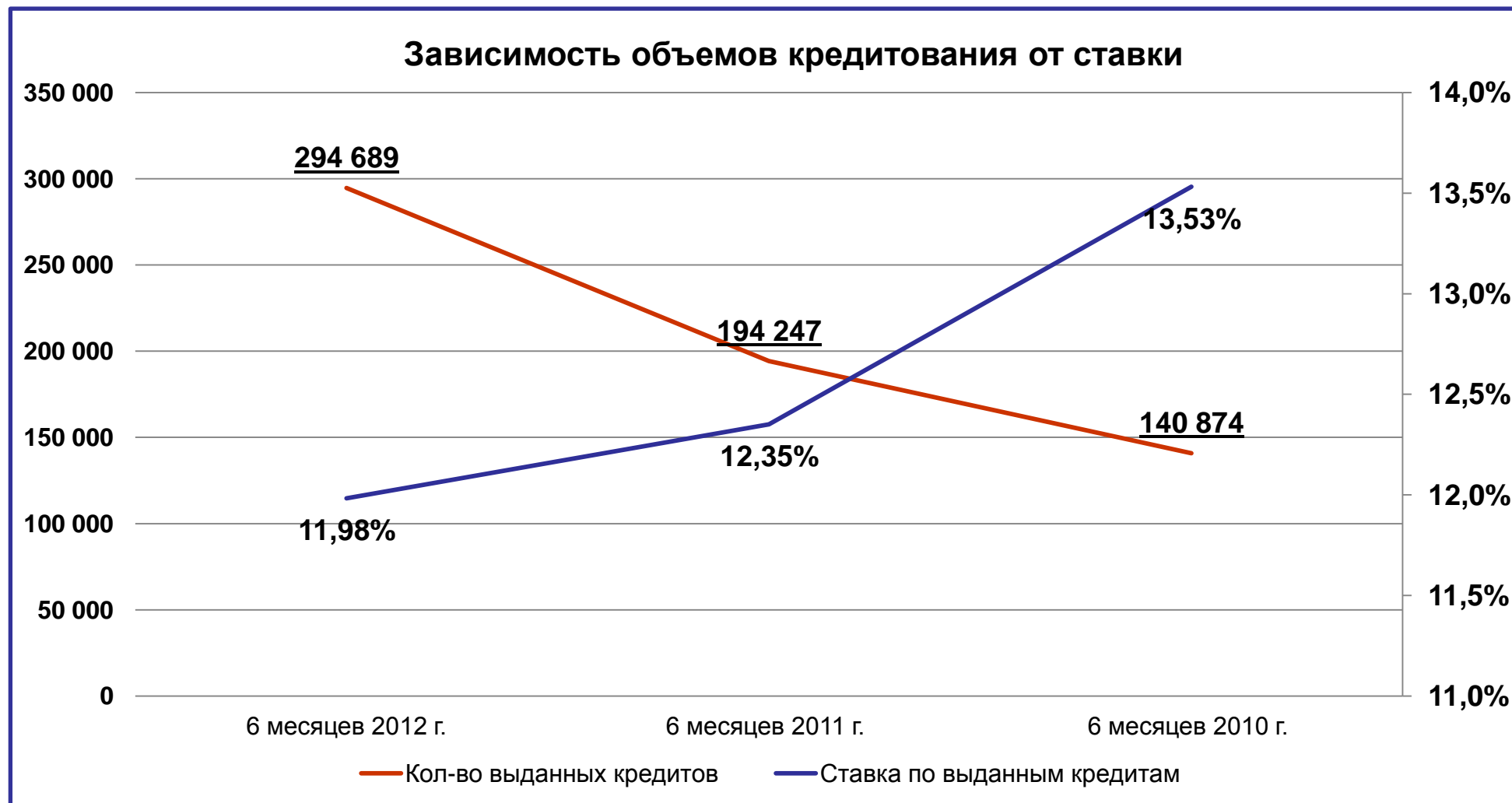
Ставка %



При установке одной цены (ставки) для всех клиентов банк теряет возможность зарабатывать больше на тех, кто готов платить, и теряет объемы продаж на тех, кто не готов.

Канал привлечения	B2C («Улица»)	B2B («Партнеры»)	B@W («з/п клиенты»)	Лояльные клиенты
Инструменты привлечения	Реклама	Партнеры	DSA	CRM
Стоимость кредита	«Базовая ставка»	«Базовая ставка» – 1	«Базовая ставка» – 2	«Базовая ставка» – 3
Маржинальный доход	4	3	2	1
Мотивация	Низкая базовая ставка	Размер дисконта	Размер дисконта / Pre-approve	Pre-approve
Стоимость привлеченного клиента	4	3	2	1
Потенциальный объем рынка	2	4	3	1





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Антон Павлов

**Начальник управления по работе с сегментом
розницы и состоятельных клиентов**