



Банк
Жилищного
Финансирования

«Ипотечные» продажи 2013: тенденции и открытия»

Жигунов Игорь

Первый заместитель

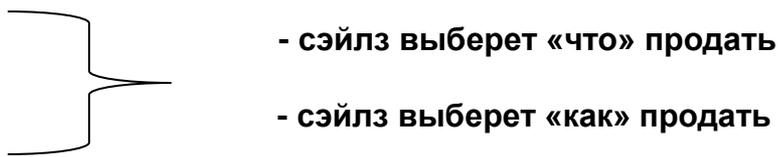
Председателя Правления

Москва, 29 июня 2013г.

Что интересно «ипотечному бизнесу» «рыночного» Банка:

- Объем выдачи (план / доля рынка)
- Структура портфеля («продуктовый микс» / рефинансируемость)
- Эффективная «продающая» прибыльная сеть
- Каналы продаж и их распределение
- Рефинансирование (объемы / премии / сервис)
- Операционная прибыль / Чистая прибыль / Операционные расходы

Что важно «учесть»:

- любой продукт «имеющий бюджет»
 - инструментарий / «вектор продаж» сэйлзу
 - каналы продаж и коммуникации
 - актуальный продукт с учетом «возможностей Банка» (реальный сегмент рынка / соотношение желаний и возможностей)
 - IT решения
 - перспективные технологии
- 
- сэйлз выберет «что» продать
- сэйлз выберет «как» продать



«тенденции»

- замедление в ряде регионов темпов роста заявок и сделок (зима-весна 2013г, а также 1 кв. 2012г. к 1 кв. 2013г.)
- увеличение в регионах доли «нефедеральных» программ (программы банков) (в связи с изменениями ряда условий)
- повышение активности спроса на ипотечные программы «загород» (по сравнению с 2010-2012гг)
- рост заявок на «залоговые» программы (строительство за городом, развитие бизнеса)
- рост доли продаж «социальных программ» (субсидии, мат.капитал, военная ипотека)
- акцент потребителя на качество жилья: минимизация «ипотечных интересов» к квартирам в домах «первых массовых серий»
- «предодобрения» / сокращение сроков принятия решений

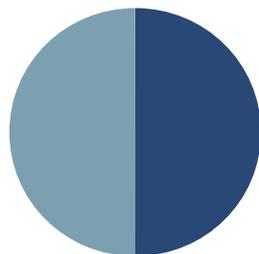
«открытия»

- программы кредитования покупки коммерческой недвижимости «стрит-ритэйл»
- развитие программ лояльности B2B продаж
- интернет и «он-лайн» технологии / «выход в районы»
- ломбардные программы
- интерес к «ипотечным депозитам»



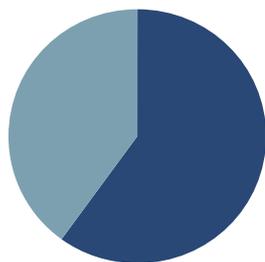
«клиенты на покупку и «со справками»

2012г



■ прямые
■ партнерские

1-4" 2013г

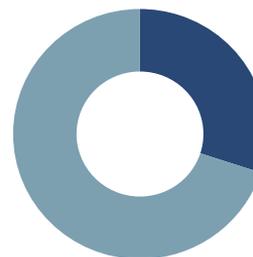


■ прямые
■ партнерские

увеличение доли прямых продаж
«стандартных» программ

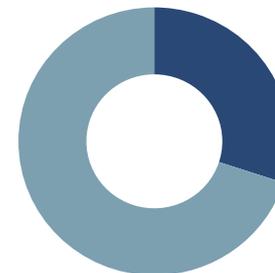
«клиенты «под залог» и без лишних справок»

2012г



■ прямые
■ партнерские

1-4" 2013г



■ прямые
■ партнерские

сохранение преобладающей доли
партнерских продаж «залоговых» и
экспресс программ

* по экспертным оценкам в среднем по рынку