

افزایش سهم از بازار

از طریق افزایش سهم از مشتری

علیرضا ایلخانی - کارشناس اداره بازاریابی و روابط با مشتریان

در شماره قبل در خصوص تغییرات سیستم بانکداری در کشورهای توسعه یافته، علل این تغییرات و روش‌های جدید تقسیم بازار توضیح داده شد؛ آنچه در پی می‌آید تعریف بانکداری شرکتی و خدمات مورد ارائه در این واحدها در بانکهای بین‌المللی و داخلی می‌باشد.

با بررسی مطالب و مباحث مطروحه در خصوص بانکداری شرکتی می‌توان عبارت زیر را به عنوان تعریفی دربرگیرنده کلیه جوانب بانکداری شرکتی ارائه نمود:

بانکداری شرکتی عبارت است از مجموعه خدمات بانکی طراحی شده جهت برآوردن نیازهای ویژه مشتریان شرکتی با توجه به شرایط و مسائل خاص هر کسب و کار. این گونه خدمات بانکی معمولاً حول نقش محوری مدیران حساب مشتریان و با تکیه بر روابط نزدیک بین شرکت‌ها و مدیران حساب شکل گرفته و سعی در برآورده ساختن تمامی نیازهای مالی یک شرکت در اسرع وقت و با بهترین کیفیت ممکن دارد.

با بررسی عبارت فوق به نظر می‌رسد جهت روشن شدن مطلب بایستی در خصوص برخی واژگان به کار رفته در این تعریف توضیح بیشتری ارائه شود:

برآورده سازی تمامی نیازهای یک شرکت: بانک‌ها با ورود به عرصه بانکداری شرکتی، افزایش سهم بازار از طریق افزایش سهم از مشتری را مد نظر دارند. سهم از مشتری را میتوان میزان نیازهای برآورده شده مشتری توسط بانک تعریف نمود. مسلماً یک شرکت نیازمند دریافت خدمات مالی گوناگون و متنوعی می‌باشد که معمولاً این خدمات را از طرق مختلف دریافت می‌کند. هدف نهایی واحد بانکداری شرکتی این است که مشتری همه خدمات مالی مورد نیاز خود را از طریق بانک دریافت کند و به این ترتیب به جای ارائه خدماتی محدود به مشتریانی پرتعداد که باعث افزایش هزینه های ارائه خدمات و مانع از شخصی سازی خدمات قابل ارائه می‌گردد ، خدماتی گسترده و خاص به مشتریانی بسیار ارزنده مد نظر قرار می‌گیرد که ضمن کاهش هزینه های عملیاتی باعث افزایش بلندمدت بهره‌وری بانک و مشتریان نیز خواهد گردید.

مدیران حساب مشتریان: مدیران حساب حلقه واسط مشتری و سیستم بانکی می‌باشند. در واقع تمامی درخواست های مشتری از طریق مدیر حساب بررسی شده و در صورت نیاز جهت تصمیم‌گیری به مقامات بالاتر ارجاع داده می‌شود. از سوی دیگر تمامی خدمات و امکانات بانک از طریق مدیر حساب به مشتری معرفی می‌گردد.

بایستی به این نکته اشاره کرد که مدیران حساب نقش بسیار مهمی در موفقیت یا عدم موفقیت یک سیستم بانکداری شرکتی دارند. این افراد به عنوان کارشناسان و مشاورین خبره بانکی تاثیر به‌سزایی در تسريع و تسهيل انجام فرایندهای سیستم دارند و رابطه تنگاتنگ این مدیران با صاحبان حساب‌های تحت پوشش می‌تواند به افزایش چشمگیر سطح رضایت مشتریان بینجامد.

مدیر حساب بایستی فردی متبحر در امور بانکی و آشنا به تمامی روبه‌ها و آئین‌نامه های سیستم بانکی کشور باشد. علاوه بر این نیاز مبرمی به تخصص مدیر حساب در امر ایجاد ارتباط با شرکتهای بزرگ و آشنایی کامل در حوزه تخصصی فعالیت و نوع محصول

شرکتهای تحت پوشش آن مدیر وجود دارد. به همین دلیل و با توجه به اهمیت وجود مهارت‌های برقراری ارتباط صحیح در نزد مدیران حساب از ایشان تحت عنوان مدیر ارتباط مشتریان (Manager Relationship) نیز نام برده می‌شود.

شناسایی نیازهای مشتریان، توسعه روابط با مشتریان، قیمت گذاری خدمات بانکی، هماهنگ سازی مشتریان با مشاوران و متخصصان و مدیریت اعتباری و مدیریت ریسک اعتبارات مشتریان را می‌توان به عنوان وظایف مدیران حساب ها عنوان نمود.

ارائه بخشی از وظایف فوق توسط روسای شعب امکانپذیر است. در واقع از جمله اهداف مهم بانکداری شرکتی افزایش سرعت ارائه خدمات به این بخش از مشتریان از طریق کاهش مکاتبات و ارجاعات در سیستم اداری بانک می‌باشد؛ به این ترتیب می‌توان امیدوار بود که مسئولین شعب با فراغ بال بیشتری به مدیریت شعبه و پایش کیفیت خدمات ارائه شده بپردازند و مشتریان نیز با دریافت خدمات سریعتر از رضایتمندی بیشتری برخوردار گردند.

مجموعه خدمات: خدمات رایج در حوزه بانکداری شرکتی را عموماً می‌توان به ۸ دسته تقسیم نمود البته بایستی به این نکته توجه نمود که تمامی این خدمات از وزن یکسانی برخوردار نیستند.

خدمات بانکی به شرح زیر در واحدهای بانکداری شرکتی بانک‌های بین‌المللی ارائه می‌گردد:

- ۱ - خدمات پرداخت شرکتی شامل سیستم الکترونیکی انتقال وجوه، کارت‌های پرداخت نقدی و اعتباری، مدیریت نقدینگی
- ۲ - خدمات تسهیلات شرکتی شامل ارائه تسهیلات به کارمندان، تسهیلات کوتاه مدت، تسهیلات میان مدت و بلندمدت و تسهیلات تخفیفی
- ۳ - مدیریت ریسک مالی شامل مدیریت ریسک ارزی و مدیریت ریسک کالا
- ۴ - مدیریت بازار شامل مشاوره جهت حضور موثر در بازار و تحلیل و مدیریت بازار
- ۵ - مدیریت ریسک شرکتی شامل مدیریت ریسک بیمه شرکت، مدیریت ریسک بیمه های شخصی و مدیریت انتقال دارائی‌ها
- ۶ - مدیریت مالی شرکت شامل مشاوره در اوراق بهادار شرکت، مدیریت ادغام و تصرف شرکتی، عرضه سهام شرکت‌ها در بورس، تامین مالی پروژه های شرکت
- ۷ - خدمات بین‌المللی شامل ارائه خدمات بانکی ویژه به مشتریان شرکتی از طریق بانک‌های خارجی طرف قرارداد، خدمات پرداخت‌های برون مرزی

ارائه این بازه وسیع و متنوع از خدمات تنها توسط یک فرد امکان پذیر نمی‌باشد. در بانک‌های بزرگ دنیا جهت ارائه این خدمات از گروه‌های تخصصی مشاوره در هریک از حوزه های فوق استفاده می‌شود، بدین ترتیب که مدیر با شناختی کلی از تمامی خدمات مورد اشاره و تشخیص نیازهای مشتری، متخصصین هر حوزه را به فعالیت جهت تامین نیازهای مشتری وا می‌دارد و با هماهنگ‌سازی مشتریان با این متخصصین سعی در برآوردن نیازهای خاص آنان می‌نماید.

از آنجایی که هدف از راه اندازی واحد بانکداری شرکتی جذب مشتریان بسیار ارزنده و ارائه خدمات ویژه به ایشان است، خدمات بانکداری شرکتی به شکل مجموعه ای از خدمات انعطاف پذیر طراحی می‌شود و به صورتی اختصاصی بنا به خصوصیات و نیازهای هر شرکت و با توجه به امکانات بانک شخصی سازی می‌گردد. بدیهی است بایستی رویکرد بانک در این زمینه ایجاد حداکثر کارایی و سهولت کار جهت مشتریان باشد. جهت دستیابی به این مهم، بانک بایستی همواره در توسعه و بهبود رویه های نرم و سخت سازمانی خود جهت دستیابی به بالاترین سطح رضایتمندی مشتری کوشا باشد.