

4 актуальных способа заработать на финансовой грамотности для банков

Евгения Блискавка, руководитель Национального центра финансовой грамотности (НЦФГ), автор проекта «Финансовое здоровье», рассказывает о наборе прикладных способов использования финансовой грамотности в банке с выгодой для банка.

Финансовый стресс очень мешает россиянам (и европейцам, кстати, тоже) жить, любить и работать

По данным исследования НАФИ 82% экономически активного населения очень часто или часто сталкиваются с финансовыми проблемами. Наличие финансовых проблем негативно сказывается и на других сферах жизни. Больше всего от них страдают: настроение - 56%, семейные отношения и отношения с родственниками - 19%, состояние здоровья - 17% и т.п. Кроме этого, снижается мотивацию к труду - 22%, трудоспособность и производительность - 17%, внимание и концентрация при выполнении задач - 16%.

При этом стоит отметить, что по данным исследования сильный или продолжительный финансовый стресс - причина мигреней, депрессии и других проблем со здоровьем (44% респондентов с финансовым стрессом страдали мигренью; 23% страдали тяжелой депрессией; 6% сообщили о сердечных приступах (что вдвое больше, чем у людей с низким уровнем стресса); 27% имели язву или проблемы с ЖКТ (по сравнению с 8% людей с низким уровнем «финансового стресса»); 51% имели мышечное напряжение, включая боль в пояснице (по сравнению с 31% людей с низким уровнем стресса).

Тестирование «финансового здоровья» 1 000 работающих россиян, проведенное Национальным центром финансовой грамотности в 2021 году, показало, что в среднем текущий уровень их финансового здоровья составляет 45 баллов из 100 необходимых. Печально, но в группе с показателем финансового здоровья свыше 75 баллов, что свидетельствует о хорошем финансовом самочувствии (где есть согласие с бюджетом, хоть немного но регулярно формируются накопления на будущие финансовые цели, баланс активов и пассивов разумен, финансовые риски нивелированы, что в целом формирует большой потенциал устойчивости и антихрупкости для семьи, при этом обеспечивая необходимый комфорт в настоящем), оказалось только лишь 5% от общего количества респондентов. У остальных все совсем не так радужно.

Интересно, что по данным исследования финансового здоровья европейцев, проведенного сразу после пандемии, было выявлено, что недопонимание во взаимоотношениях с деньгами также имеет выраженные последствия: большинство жителей Европы отметили негативное влияние финансового стресса на такие важные аспекты жизни, как эмоциональное состояние (64%), социальная жизнь (58%), физическое состояние (59%), сон (57%), повседневные дела (57%), отношения (53%), продуктивность на работе (51%).

При этом банковская розница скупает

И это не удивительно, клиенту в большинстве случаев не до банков, так как он придавлен финансовым стрессом (кстати, в Европе как раз не так! - примерно треть жителей восполняет пробелы в финансовой грамотности благодаря образовательным программам своего банка). Все банки стали очень похожи – продукты, скрипты, менеджеры. Доверие к финансовым институтам неуклонно падает (в 2020 году, по данным НАФИ, лояльность россиян к банкам снизилась до исторического минимума) Стоимость продажи услуг неуклонно растет. Сотрудники и агенты работают все хуже, а содержать сеть становится дороже. Цена привлечения и удержания клиента растет год от года, равно как и расходы на обучение и мотивацию персонала, а также на новый формат привлекательных офисов, чтобы заманить в них клиентов. Текущие попытки помочь приподнять финансовую грамотность клиентов чаще всего несут только затраты, так как в большинстве случаев в программе мероприятий нет системы, нет доверия к экспертам, используются устаревшие форматы, а каналы доступа к аудиториям не работают.

Почему бы не подружить выраженную потребность экономически активных россиян в финансовых знаниях и потребность банков повышать эффективность розничного бизнеса в части повышения комиссионных сборов за счет правильного применения финансовой грамотности?

Ниже я попробую разобрать возможность использования четырех основных способов применения финансовой грамотности, которые представляются актуальными с учетом нашего, уже 16 летнего, опыта реализации различных проектов на базе Национального центра финансовой грамотности.

1. Формат продажи, где «клиент продает сам себе» - может быть реальностью. Такое возможно когда человек понимает, что ему действительно необходимо для счастливой жизни (улучшение жилищных или транспортных условий, обучение и помощь детям, да хотя бы просто комфортный уход с работы). Если его намерения переводят на язык простых повседневных небольших действий, позволяя «примерить» различные варианты доступных финансовых услуг. И, конечно, знакомят с рисками и упущенной выгодой от бездействия, то, как правило, такой клиент быстро определяется со списком необходимых покупок на ближайшую перспективу. Вся эта волшебная технология, которая к тому же направлена на практическое повышение финансовой осознанности клиента, называется персональным финансовым планированием и уже более 100 лет используется независимыми финансовыми консультантами и сотрудниками финансовых институтов по всему миру. Стандарт ее применения чаще всего определяется как ISO 22222. На сегодняшний день некоторые российские банки уже начинают нарабатывать локальный опыт внедрения такой методики. Интересно, что применять эту технологию можно совершенно по-разному. Неизменными остаются высокие результаты с точки зрения стимулирования покупательской активности: можно организовать индивидуальные консультации для клиентов, что, как правило, работает для сегмента mass affluent и premier, а можно работать с клиентами розницы, предоставив им доступ к этой технологии через обучение или игру.

2. Корпоративные клиенты (крупные и средние работодатели) будут благодарны, если вы сможете им повысить эффективность их сотрудников (ваших потенциальных клиентов). Почти 70% крупных и средних работодателей, по данным опроса SuperJob 2020, крайне благожелательно относятся к идее помочь своим сотрудникам разобраться с финансовым стрессом и повысить их продуктивность. Это же подтверждает опыт Национального центра финансовой грамотности, который в 2020-2021 реализовал программу повышения финансовой грамотности на рабочих местах, в которой приняли участие более 1700 работодателей (среди которых «Сибур», «Автодор», «Евраз»,

«Татнефть», «Ленэнерго», АО «Корпорация тактического ракетного вооружения», «Лента», «М.Видео», «Эльдорадо», «Северсталь», «Алроса» и многие другие) из 69 регионов. Вот лишь некоторые из результатов, полученных сотрудниками и компаниями:

- 9 из 10 участников оценили программу как полезную, простую и понятную;
- по данным анкет работодателей, показатель NPS составляет 9,83;
- 79% участников отметили, что их отношение к работодателю после проведения мероприятий улучшилось;
- 77% слушателей заявили, что уровень их финансового стресса стал меньше или значительно меньше.

Компаний, желающих стать для сотрудников точкой опоры в повышении финансовой грамотности, оказалось значительно больше, чем мест в программе и теперь многие работодатели уже сами продолжают практику расширения мер по заботе о финансовом здоровье сотрудников.

При организации таких программ важно учитывать, чтобы они были максимально полезны компании и ее сотрудникам. При их планировании важно учитывать, что большинство работодателей предпочитает онлайн формат. Материал должен быть удобен для восприятия и построен на практике. В качестве ведущих мероприятий необходимо выбирать настоящих профессионалов, а не мальчиков-девочек с «говорящей» презентацией и без личного практического опыта решения финансовых вопросов. Очень важно замерять результаты и делиться ими с компанией. Для сотрудников важен доступ к обратной связи, чтобы каждый мог задать свои вопросы, как на мероприятии, так и хотя бы в течение недели после него. Не менее важна организация продуманной программы информирования и вовлечения сотрудников в обучение. Еще на этапе проектирования программы нужно помнить, что действительно помочь сотрудникам снизить влияние финансового стресса на жизнь, а самим компаниям получить позитивные изменения в производительности сотрудников, как правило, могут совершенно не те темы, которые будут указаны в результатах опроса в качестве наиболее интересных большинству сотрудников. Важно использовать объективные инструменты оценки. К примеру, мы в своей работе опираемся на результаты диагностики финансового здоровья сотрудников, благодаря которой за несколько минут становятся понятны истинные источники финансового стресса.

3. Продажи комиссионных продуктов возможны «по любви». Одни из самых «вкусных» комиссий банки получают на продаже горячо нелюбимых и часто навязанных потребителям страховок. При этом в банке сейчас можно купить все что угодно - от консервов до последней модели iPhone, можно даже найти консультации диетолога. Но, может ли человек в своем банке (ну а где же еще их искать?!) найти продукты, которые помогут потребителю укрепить свое финансовое здоровье? О вреде финансового стресса мы уже говорили выше и о его пагубном влиянии на жизнь самого человека и его семьи, бизнеса и, как следствие, общества в целом. При этом, как вы наверняка знаете, по индексу финансовой грамотности население России имеет показатель только в 12,2 балла из 21 возможного, согласно международному исследованию ОЭСР . В свете всего этого, казалось бы, логичным иметь возможность найти в линейке предложений банка что-нибудь полезное для укрепления финансового здоровья россиян. Можно ли найти в вашем банке курсы для повышения финансовой грамотности клиентов или их детей? Может быть личные финансовые планы? Персональную консультацию для решения актуальных

финансовых проблем – источников стресса: наладить отношение с бюджетом, справиться с долгами, создать программу движения к целям и т.п. Мы пробовали найти и общий ответ – нет, нельзя.

4. Специальные мероприятия по повышению финансовой осознанности, могут быть не только важной частью КСО и ESG, но и способны приносить существенные финансовые результаты. Однако есть одно «но» - нужно использовать их правильно. Если проводить открытые просветительские мероприятия для максимально широкой аудитории, то результат, к сожалению, будет обратный широте замыслов. Как не промахнуться? Не бежать за всеми, а как следует подумать над следующими моментами:

- для какой именно аудитории вы собираетесь поработать;
- какие вопросы вы хотите помочь им решить;
- какие форматы для этого подойдут лучше всего с учетом доступных вам возможностей;
- каким образом вы будете измерять результаты.

Если дать ответы на эти вопросы, то станет уже значительно легче разобраться в доступном на рынке многообразии инструментов. Отмечу лишь некоторые из них, наиболее популярные в последнее время: специальные, направленные на решение каких-то конкретных финансовых задач события (марафоны, квесты, игры, внутрикорпоративные фестивали и конференции), программы финансового воспитания для детей и их родителей (в таких мероприятиях взрослых гораздо легче собрать и замотивировать переносить знания на практику через совместные эксперименты с детьми), группы наставничества для работы с конкретными финансовыми задачами, подарки для клиентов с пользой для финансового здоровья (книги, курсы тренировок, абонементы на консультации).

Правильно спроектированные мероприятия дают значимые экономические результаты, так, например, по данным исследования, проведенного на базе лаборатории под руководством Дэна Ариэли, реализация «специальных Дней сбережений» в одной компании, привела к тому, что 20% всех сотрудников совершили вклад в свои сбережения хотя бы один раз во время данного цикла мероприятий и, в общей сложности, сотрудники сэкономили более 18 600 долларов. Минимальный вклад в сбережения составил 50 долларов, в то время как средний был заметно выше - почти 90 долларов.

Источник: [4 актуальных способа заработать на финансовой грамотности для банков \(nbj.ru\)](http://nbj.ru)

07.10.2021