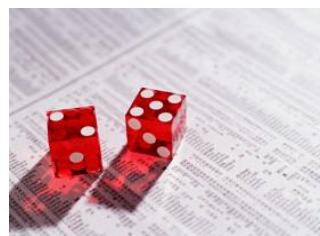


Результаты маркетингового исследования «Клиентский сервис в лизинге - 2012»





Преимущества компании

**Узкая специализация компании –
исполнителя на лизинговом
консалтинге**

**Собственные разработки и
методологии по лизингу**

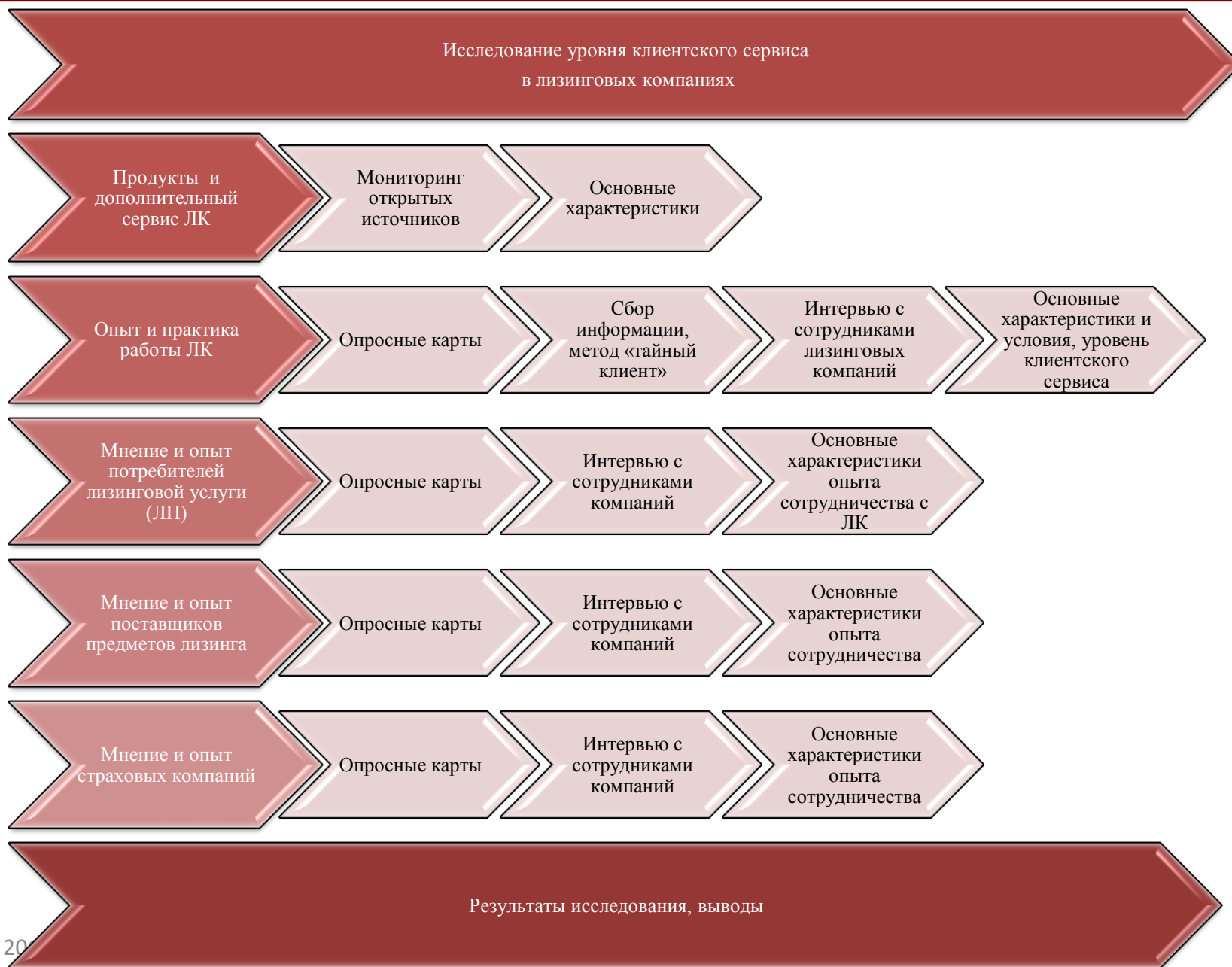
**Информация об основных
потребностях клиентов
лизинговых компаний**

**Практический опыт работы
сотрудников компании-
исполнителя в лизинговых
компаниях от 2 до 13 лет**

Направления деятельности

Для лизинговых компаний	Для компаний других отраслей
Специальные отраслевые проекты и продукты	
- Проекты М&А, купли-продажи лизинговых портфелей (ЛПФ): экспертиза (ЛПФ), поиск пары, сопровождение проекта -Проекты start up; -Проекты по развитию клиентского сервиса и разработке специальных решений и продуктов; -Маркетинговые исследования	-Анализ оптимальных условий лизинговых проектов, подбор финансирующей организации, сопровождение проекта, разработка бизнес планов и ТЭО -Тендеры по лизингу -Возврат долга с использованием процедуры банкротства
Финансовый консалтинг	
-Постановка финансового менеджмента -Оценка эффективности деятельности компании - Методологическое сопровождение	-Постановка системы управленческого учета и бюджетирования - Разработка бизнес-планов и технико-экономических обоснований
Бухгалтерский консалтинг	
-Постановка системы бухгалтерского и налогового учета -Аутсорсинг бухгалтерского учета - Консультационное сопровождение	- Консультационное сопровождение
Юридический консалтинг	
-Юридическое сопровождение, Представительство в судах, услуги адвоката, Договорная работа	
Маркетинговые исследования, обучение, издательская деятельность (Открытые корпоративные семинары и тренинг, Журнал «Территория лизинга», профессиональные книги)	

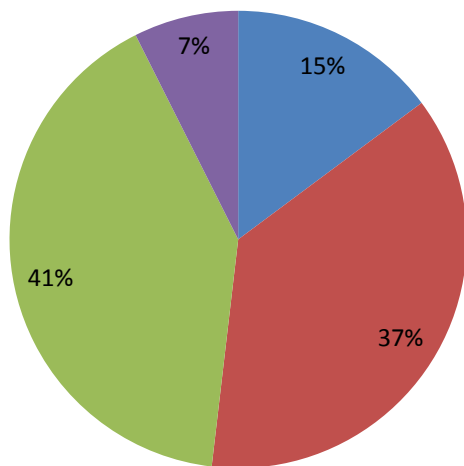
Задачи и методология проекта



Лизинговые компании, участники исследования

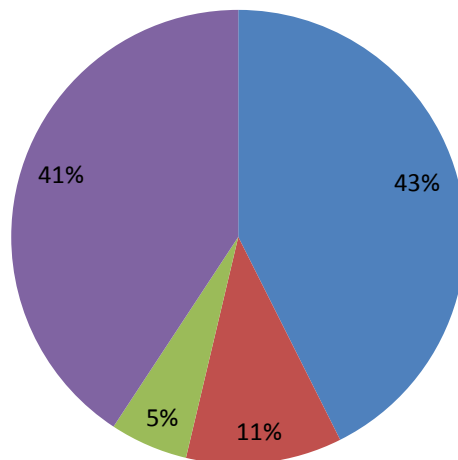
ЛК по размеру бизнеса

■ Крупные ЛК (ТОП 20) ■ Средние ЛК (ТОП 50)
■ Малые ЛК (ТОП 100) ■ Микро ЛК



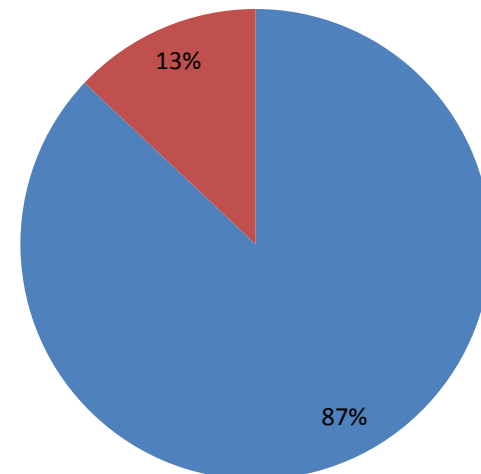
ЛК по структуре собственности

■ Дочерние структуры банков ■ Кэптивные
■ Независимые ■ С государственным участием



ЛК по виду бизнеса

■ Универсальные ЛК ■ Специализированные ЛК



В исследовании рассмотрены 54 лизинговые компании, 22 из них приняли участие в открытом исследовании и ответили на вопросы анкет

Порядок и допущения исследования:

- 1) Метод: сбор информации из внешних источников, анкетирование, интервью, метод «тайный клиент»
- 2) Участники исследования:
 - Лизинговые компании России

Лизинговые компании, участники исследования «тайный покупатель»

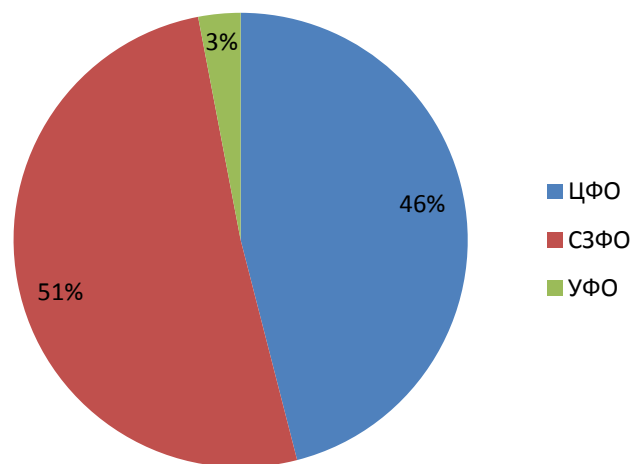
№ п.п.	Наименование лизинговой компании
1	Абсолют Лизинг
2	Альянс Лизинг
3	Альфа - Лизинг
4	Балтийский лизинг
5	Балтинвест
6	Бизнес Кар Лизинг
7	Бизнес Альянс
8	БСЖВ Лизинг
9	ВЕКТОР Лизинг
10	Вольво Лизинг
11	ВСП-Лизинг
12	ВЭБ-Лизинг
13	Госзнак Лизинг
14	Дойче Лизинг Восток
15	Евротраст Лизинг
16	Зест
17	Ивеко
18	Индустриальный лизинг
19	Интерлизинг
20	КАМАЗ-Лизинг
21	КМБ-Лизинг
22	Каркаде Лизинг
23	Кредит Европа Лизинг
24	МКБ Лизинг
25	Национальная лизинговая компания
26	Новгородская лизинговая компания
27	Опцион ТМ

№ п.п.	Наименование лизинговой компании
28	Петербургская лизинговая компания
29	Петролизинг Менеджмент
30	ПРГ-Ресурс
31	РМБ Лизинг
32	РТК Лизинг
33	Русская лизинговая компания
34	СбербанкЛизинг
35	Свое Дело
36	СеверЗапад
37	СевЗапФинанс
38	Сименс Финанс
39	Система Лизинг 24
40	Сибирская лизинговая компания
41	Столичный лизинг
42	СТОУН XXI
43	Технолизинг
44	Техноспецстальлизинг
45	УралБизнесЛизинг
46	ФБ-Лизинг
47	Центр Капитал
48	Эконом лизинг
49	Экспо-Лизинг
50	Элемент Лизинг
51	ЮГРА Лизинг
52	Юникредит Лизинг
53	Фольксваген Групп Финанц
54	ЯрКамЛизинг

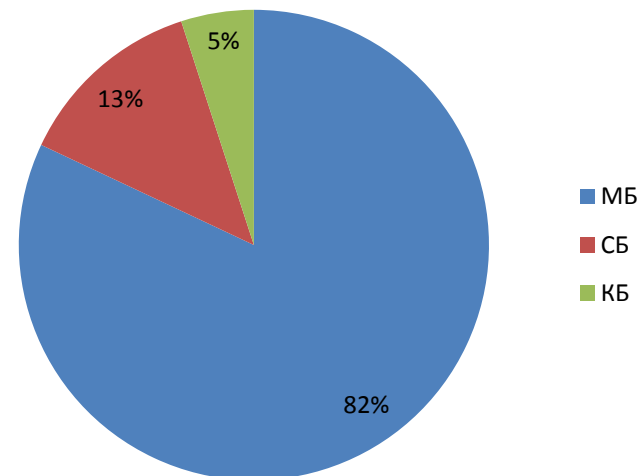
Выбор участников исследования произведен на основании данных рейтингового агентство «Эксперт РА» по итогам 2012 года и собственной информационной базы

Лизингополучатели, участники исследования

Распределение ЛП по ФО



Распределение по размеру бизнеса



В исследовании приняли участие 69 компании, различных отраслей экономики

Порядок и допущения исследования:

- 1) Метод опроса: анкетирование, интервью
- 2) Участники исследования:
 - компании, уже использующие в своей деятельности лизинг



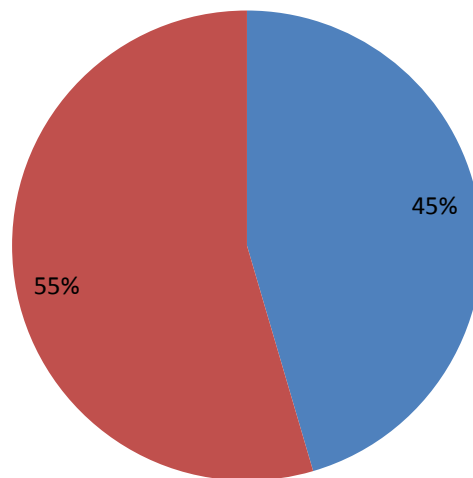
Страховые компании, участники исследования

В исследовании приняли участие 6 страховых компаний:

- 1) Метод опроса: анкетирование, интервью
- 2) Участники исследования:
 - Страховые компании, имеющие опыт сотрудничества с лизинговыми компаниями и осуществляющие страхование предметов лизинга;
 - Страховые компании, не связанные (не аффилированные) с лизинговыми компаниями

Поставщики, участники исследования

■ Автодилеры ■ Поставщики оборудования



В исследовании приняли участие 11 компаний, поставщиков различных видов имущества

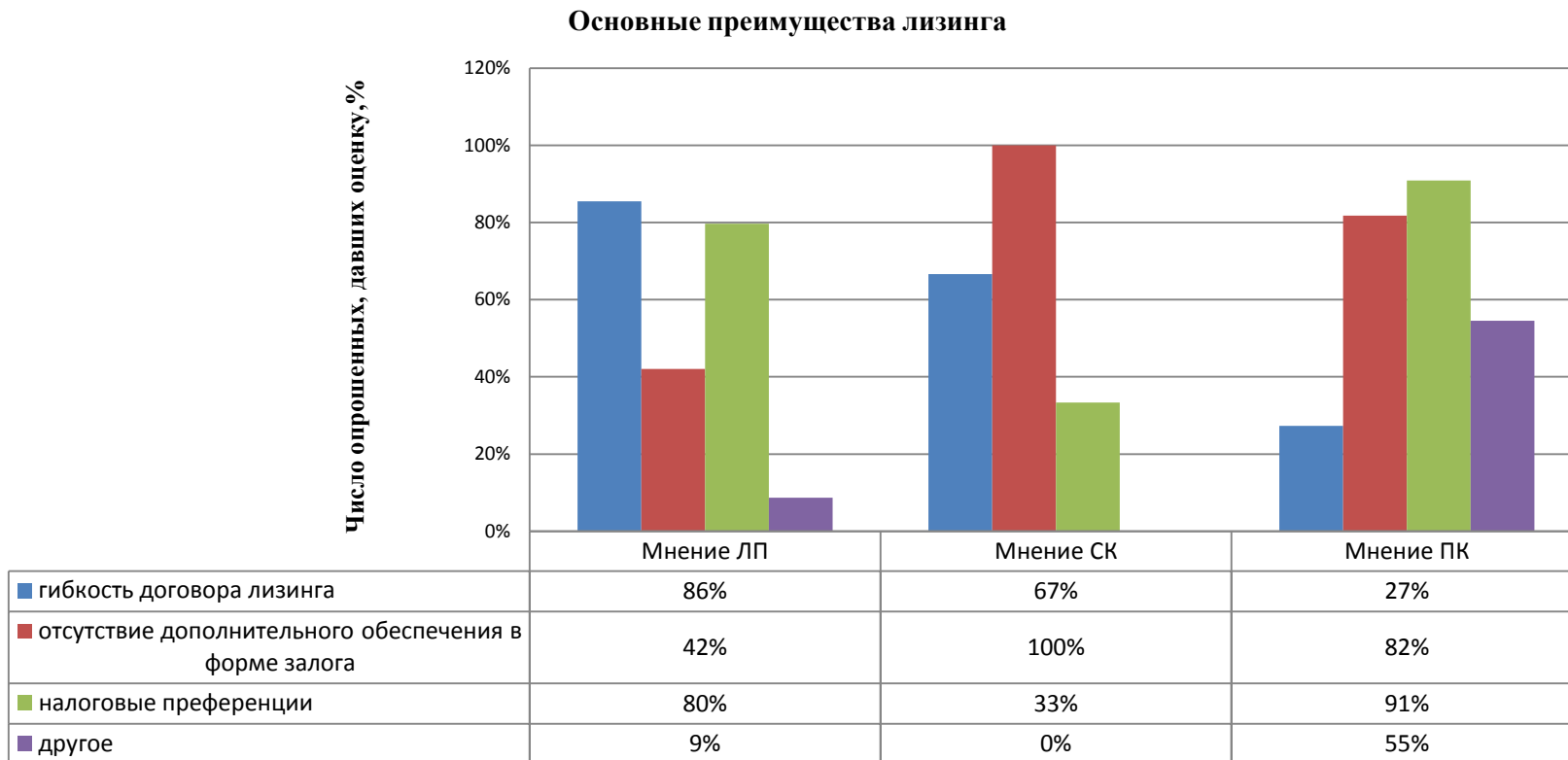
Порядок и допущения исследования:

- 1) Метод опроса: анкетирование, интервью
- 2) Участники исследования:
 - компании, имеющие опыт работы с лизинговыми компаниями

Результаты исследования

Ключевыми преимуществами лизинга по мнению потребителей являются – экономия на налогах и гибкость договора лизинга, отсутствие залога

Среди дополнительных преимуществ поставщики и клиенты отметили возможность получения корп. скидки

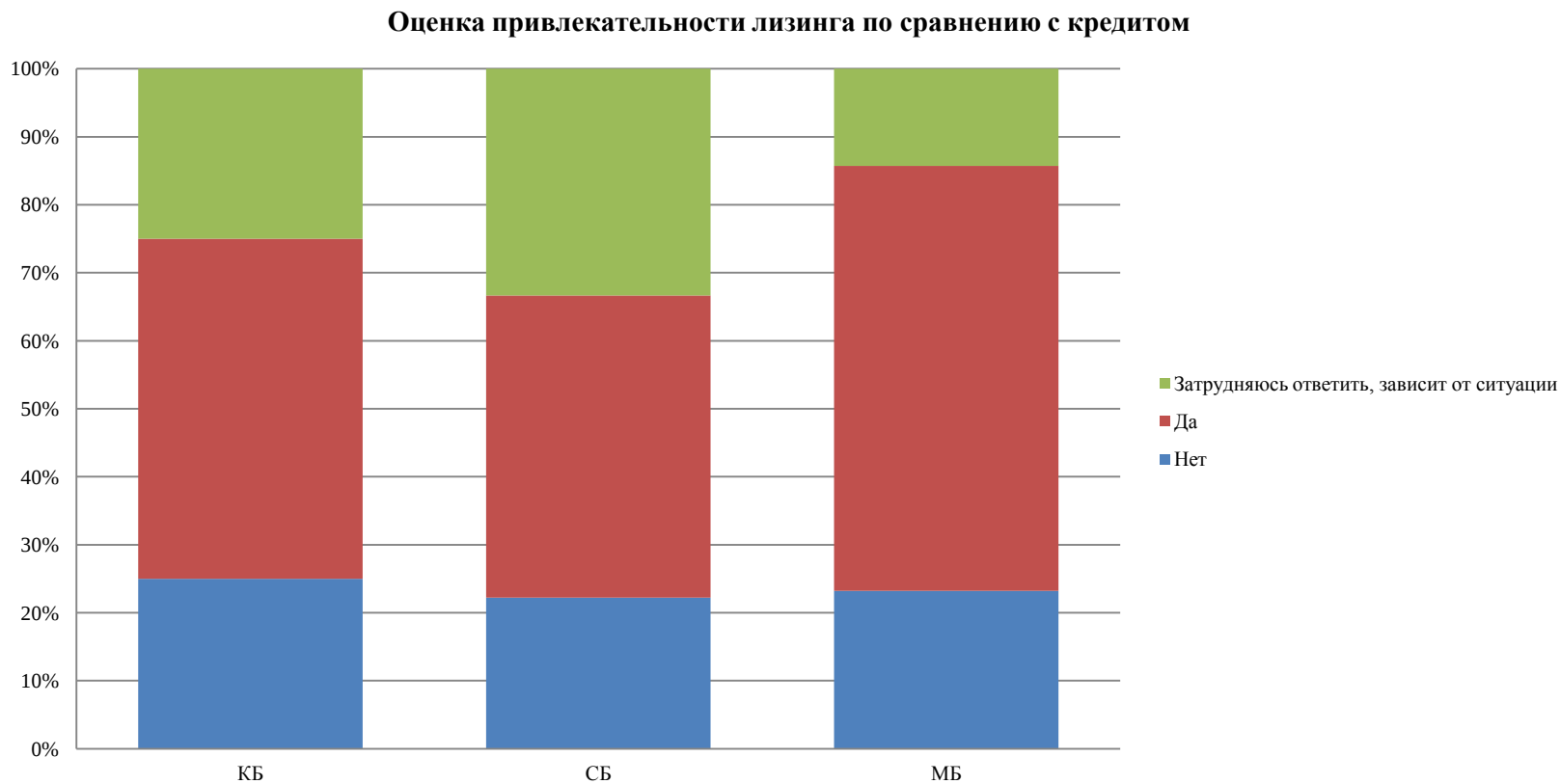


% указаны от числа опрошенных, т.е. количество компаний, посчитавших данный показатель существенным

Расшифровка показателей:

ЛП – лизингополучатели, СК – страховые компании, ПК – поставщики имущества

**Оценка привлекательности лизинга потребителями различается в зависимости от размеров компании.
Наибольшим интересом лизинг пользуется у малого бизнеса.**



% указаны от числа опрошенных, т.е. количество компаний, посчитавших данный показатель существенным

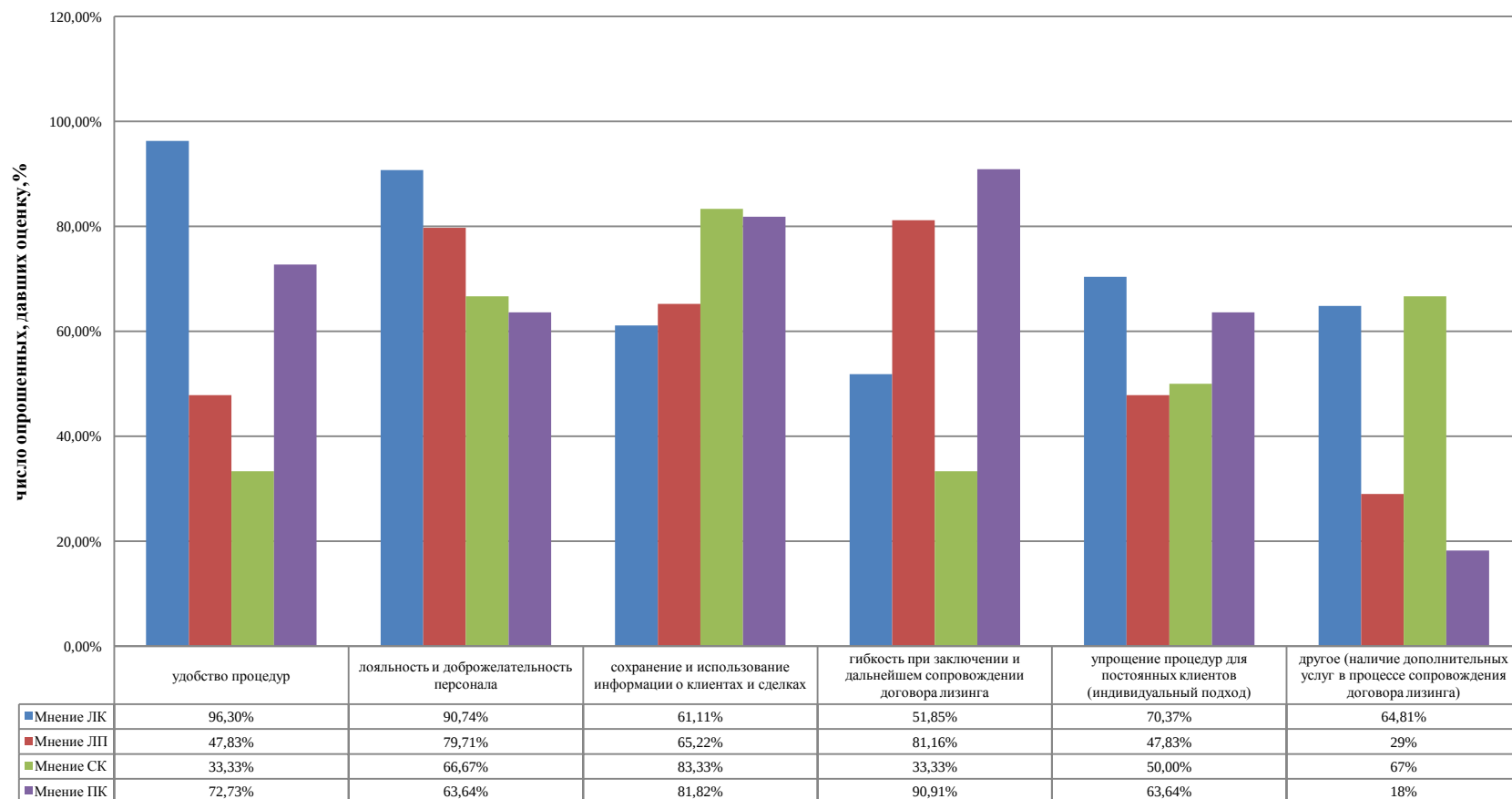
Расшифровка показателей:

КБ – крупный бизнес, СБ – средний бизнес, МБ – малый бизнес

Основными ценностями лизинговых услуг для клиента являются - предоставление финансирования и гибкость при заключении и сопровождении договора лизинга.

Дополнительные возможности и сервис потребителями отмечены как желательный, но не основной показатель, все большее внимание доп. сервису уделяют финансовые компании

Оценка влияния на формирование лояльности

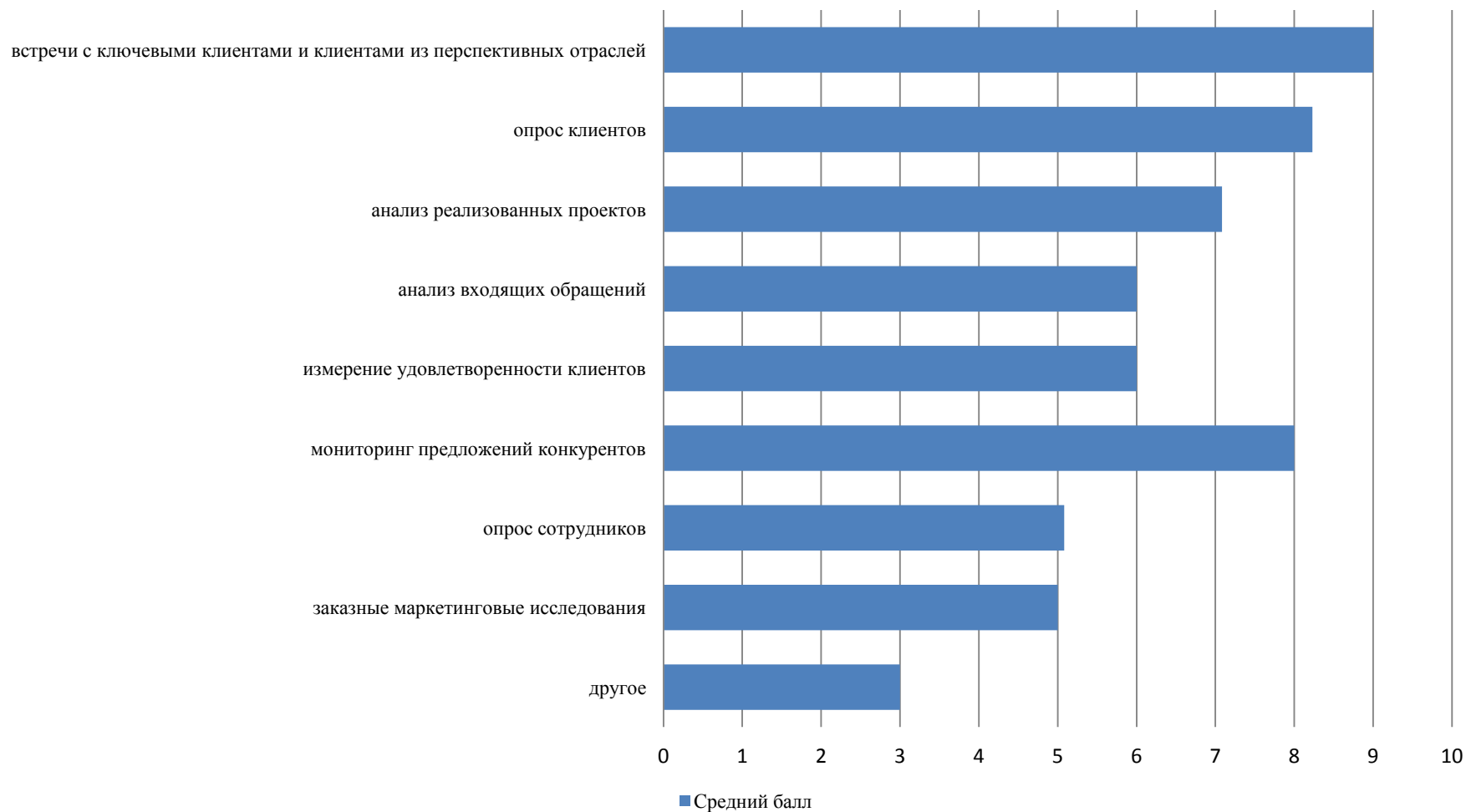


Расшифровка показателей:

ЛК – лизинговые компании, ЛП – лизингополучатели, СК – страховые компании, ПК – поставщики имущества

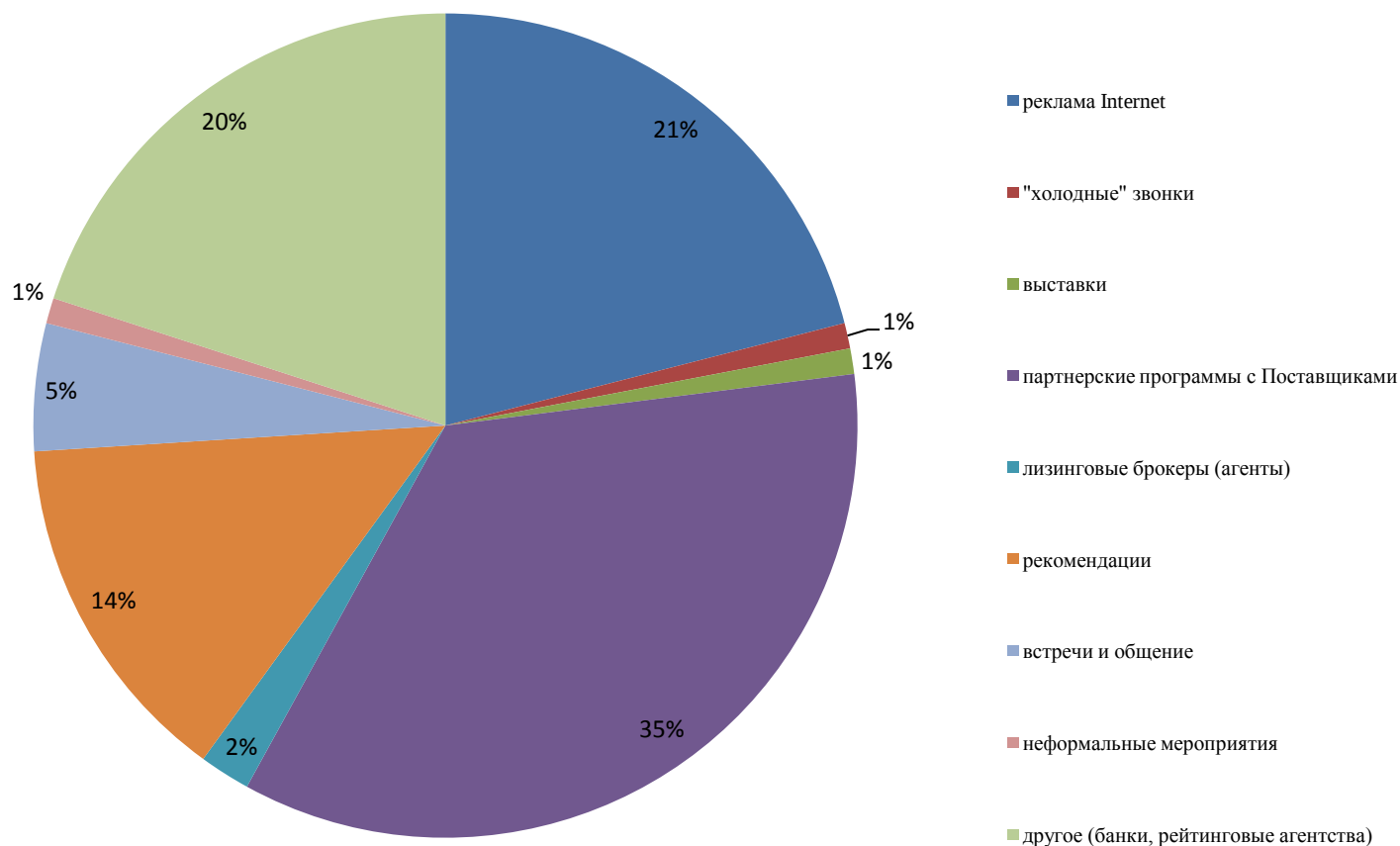
% указаны от числа опрошенных, т.е. количество компаний, посчитавших данный показатель существенным

Оценка ЛК инструментов определения потребностей клиентов



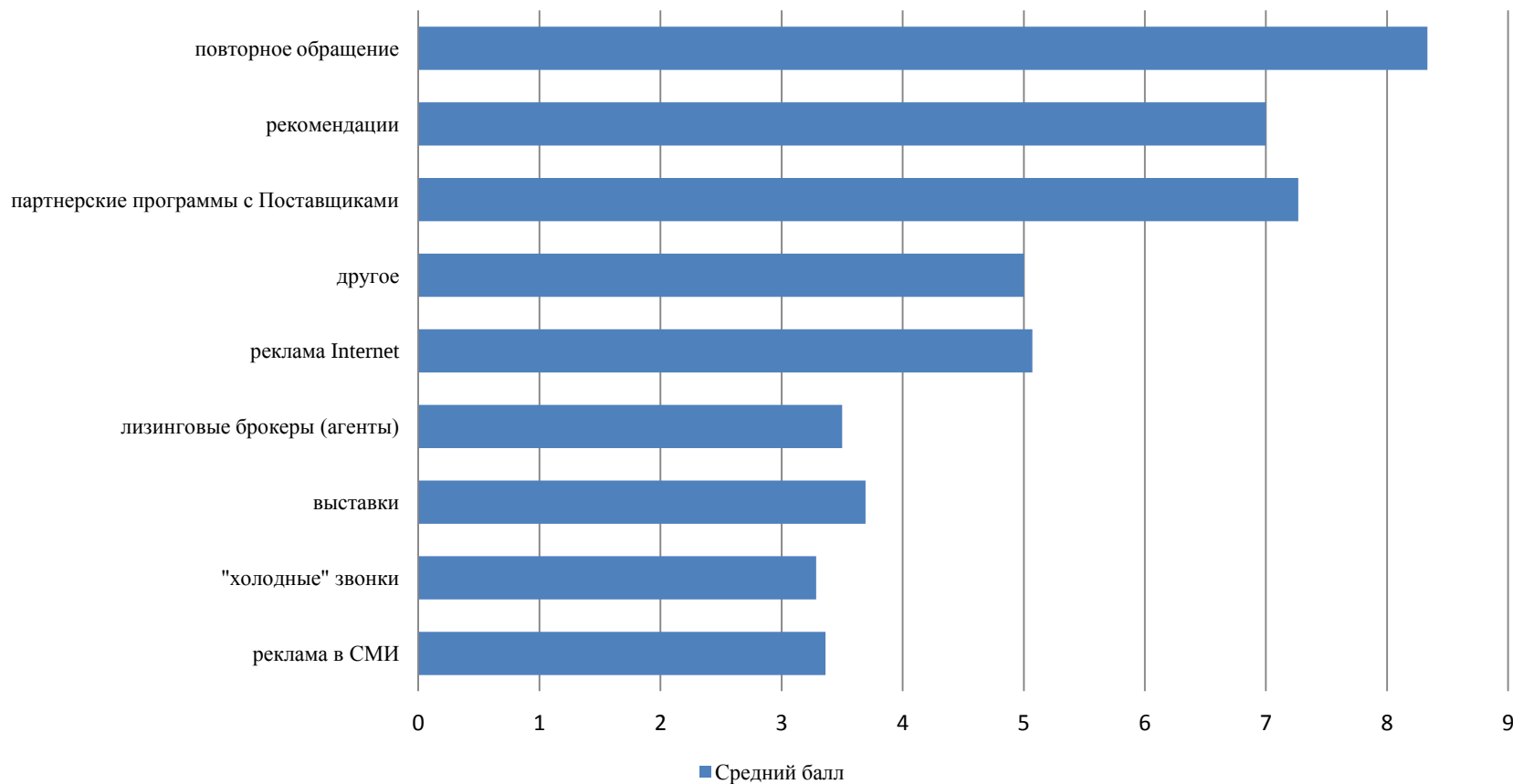
Основными источниками информации для клиентов о лизинговых компаниях и лизинге являются партнерские программы с поставщиками, банки, Internet и рекомендации

Каким образом клиенты узнают о предложениях (услугах) лизинговых компаний?



Попрежнему ключевую роль играют партнерские программы и рекомендации. Возрастает роль internet-а, завышена оценка эффективности холодных звонков, выставок и т.п.

**Оценка эффективности инструментов, используемых для привлечения клиентов
лизинговыми компаниями**

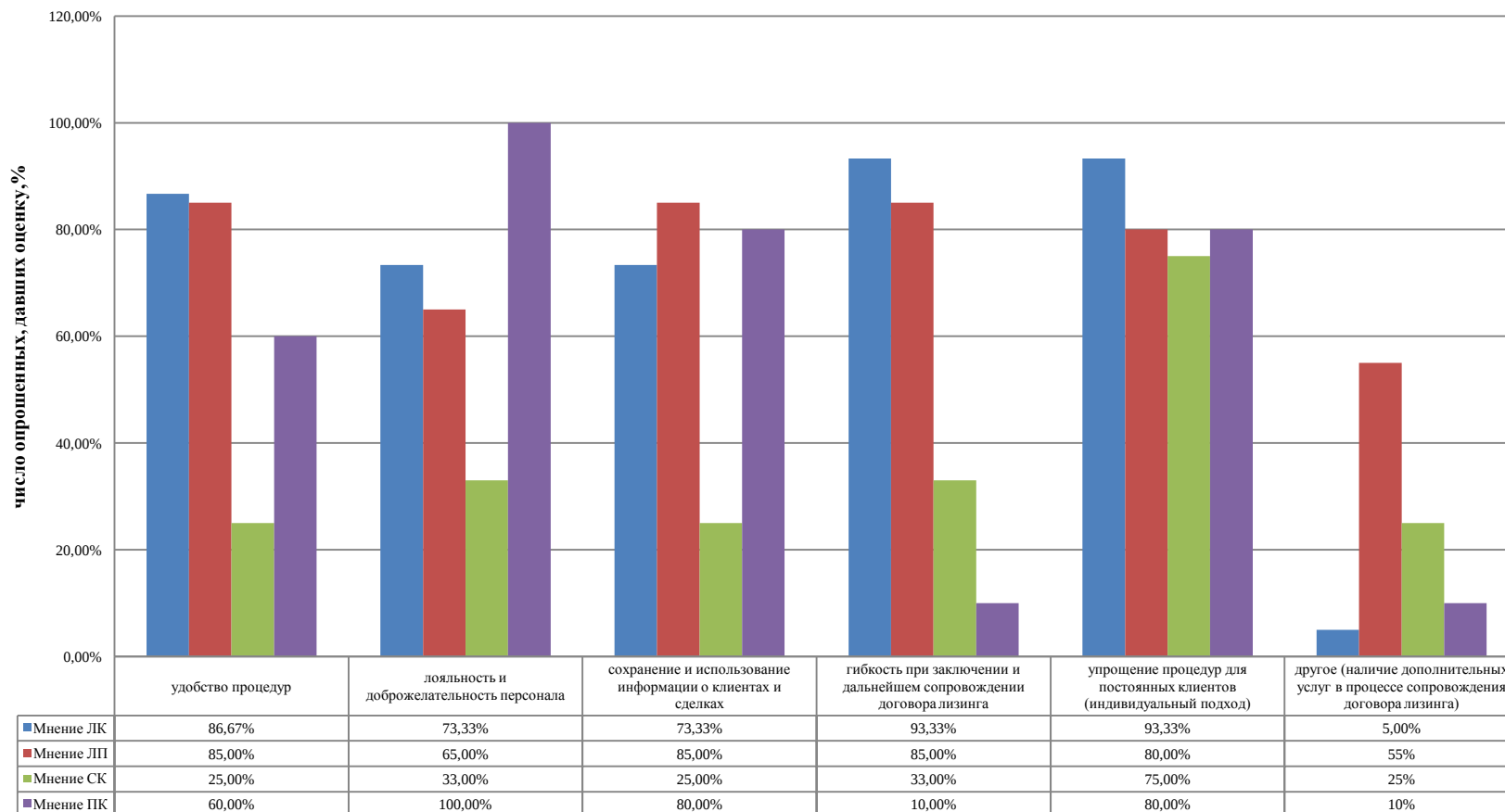


Сохранение клиентов в числе своих постоянных партнеров, увеличение числа повторных обращений – основная задача большинства ЛК.

Удобство процедур – основной элемент для как для ЛП, так и для ЛД.

Ключевую роль для ЛП играют – упрощение процедур и гибкий (индивидуальный) подход

Оценка влияния на формирование лояльности



% указаны от числа опрошенных, т.е. количество компаний, посчитавших данный показатель существенным

Среднеотраслевые показатели структуры "продуктовых" портфелей лизинговых компаний (заявленные условия)

Показатели	Виды программ, количество			Качественные характеристики			Условия страхования
Сегмент рынка	Корпоративные продукты	Розничные продукты	Вендорские программы	Вид ЛП	Балансодержатель	Валюта	Страхователь
Легковой автотранспорт	1	3	10	ЮЛ+ИП	ЛД/ЛП	RUR	ЛД/ЛП
Коммерческий автотранспорт	1	1	3	ЮЛ+ИП			
Грузовой автотранспорт	1	2	3	ЮЛ+ИП			
Специальная техника	1	1	1	ЮЛ+ИП			
Оборудование	1	0	0	ЮЛ			
Недвижимость	1	0	0				
Железнодорожный транспорт	1	0	0				
Воздушные суда	1	0	0				
Морские и речные суда	1	0	0				

На рынке также представлены:

- специальные программы для физических лиц
- возможность заключения Договора лизинга в у.е., но фактически 90% сделок сегодня заключается в рублях
- возможность предоставления кредитов (развитие финансовых супермаркетов)

ЛК устанавливают ограничение на выбор балансодержателя, и заключают договоры лизинга, например, только при учете на балансе ЛД. Зависит от политики компании

ЛК ограничивают выбор страховых компаний. Число «аккредитованных» страховых компаний колеблется от 1 и до 20 и более.

**Клиентоориентированность ЛК в целом по рынку на достаточно высоком уровне
Возрастает клиентоориентированность и внимание клиентскому сервису у региональных
лизинговых компаний**

Показатель	Крупные ЛК	Средние ЛК	Малые ЛК	Микро ЛК
Удобство сайта	5	4	3	2
Наличие дополнительной информации на сайте	4	3	3	3
Первичное обращение, уровень информирования	4	5	4	3
Время выставления коммерческого предложения	5	4	3	3
Голосовая речь манера, доброжелательность	4	5	4	4
Готовность к борьбе за клиента	4	5	5	4
Сопровождение, заинтересованность	4	5	4	5
Срок принятия решения	5	4	3	2
Субъективное впечатление	4	5	4	3
Средний показатель	4	4	4	3

Оценка произведена по 5 бальной шкале, где - 1 минимальный показатель, 5 – максимальный

Сохраняется тенденция 2011 года.

Лизинговые компании все больше внимания уделяют показателю клиентского сервиса компании, как ключевого критерия, обеспечивающего рост числа повторных обращений клиентов

Показатель	Крупные ЛК	Средние ЛК	Малые ЛК	Микро ЛК
Возможности сайта как инструмента клиентского сервиса	5	4	3	2
Время выставления коммерческого предложения	5	4	3	3
Дополнительный сервис по программам	5	5	4	2
Наличие специальных условий для повторных клиентов	4	5	5	4
Дополнительный сервис после заключения договора лизинга	4	3	2	2
Квалификация персонала	5	5	4	4
Доброжелательность персонала	4	5	5	4
Средний показатель	5	4	4	3

Оценка произведена по 5 бальной шкале, где 1 - минимальный показатель, 5 – максимальный

Тенденции рынка:

1) Высокий уровень клиентоориентированности

2) Рост внимания к клиентскому сервису

4) Разработка специальных инновационных продуктов клиентского сервиса

5) Внедрение новых инновационных инструментов привлечения клиентов и сопровождения клиентов на стадии заключения договора лизинга и работы с поставщиками

6) Разработка и внедрение новых ИТ – решений , повышающих скорость и уровень сервисного обслуживания клиентов

7) Предложение иных форм финансирования проектов (займы, аренда)

8) Развитие партнерских связей с поставщиками оборудования и разработка новых программы

Основные блоки исследования

- Оценка привлекательности рынка потребителями лизинговых услуг (лизингополучателями)
- Оценка критериев ценности лизинговой услуги для потребителя (лизингополучателя)
- Оценка эффективности инструментов, используемых лизинговыми компаниями для привлечения клиентов
- Оценка эффективности инструментов определения потребностей клиентов лизинговых компаний
- Источники информации, которые используются потребителями при выборе лизинговой компании по оценке лизинговых компаний и потребителей
- Анализ инструментов, формирующих лояльность клиентов к лизинговой компании
- Показатели структуры «лизинговых продуктов» и портфелей лизинговых компаний
- Оценка уровня клиентоориентированности лизинговых компаний
- Оценка уровня клиентского сервиса в лизинговых компаниях России
- Анализ пакетов документов, структуры требований лизинговых компаний к клиентам, типовые формы договоров

УСПЕХОВ И УДАЧИ В БИЗНЕСЕ!

197110, Российская Федерация,
Санкт-Петербург, Петровская коса,
дом 1, корпус 1, ком. 5/3.

www.kleasing.ru
телефон: (812) 498-67-25
e-mail: info@kleasing.ru

