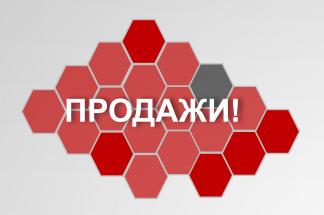
СНАЬЖАЕМ КЛИЕНТАМИ НА КРЕЛИТОВАНИЕ





Как генерировать поток качественных

клиентов?





СПОСОБЫ ГЕНЕРАЦИИ КЛИЕНТСКИХ ПОТОКОВ

Традиционный

Альтернативный

- □Наружная реклама офисов
- Раздача листовок
- Реклама в общественном транспорте
- Реклама в СМИ (периодика, радио, ТВ)
- Сеть мини-офисов по всему городу
- □ Агентская сеть
- SMS-маркетинг
- ☐ Email-маркетинг
- Интернет-маркетинг
- Телефонный маркетинг
- **Банкоматы**
- Лидогенерация

Эффективный

Кредитный брокер

2. Увеличите кредитный портфель





Вы формулируете требования к потенциальным клиентам

Мы договариваемся о комиссионном вознаграждении

Подписываем агентский договор

СХЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

1. Заключение договора



Подготовка, согласование, подписание рамочного (генерального) Агентского соглашения между Банком и ФБАА.

2. Информация о продуктах, акциях и т.д.





ФБАА формирует базу данных о продуктах Банк, условиям по продуктам, проводимым акциям и т.д.

3. Чек-лист по клиенту и сделке





Поиск клиента. Консультация клиента. Первичный андеррайтинг. Подбор кредитной программы. Сбор документов. Переадресация клиента в Банк. Передача пакета документов и чек-листа в Банк.

4. Акт выполненны х работ БАНК



ФБАА

Сверка данных и подготовка Акта выполненных работ.



ПОДХОД К ЦЕНООБРАЗОВАНИЮ

Банк передает брокеру свои кредитные программы по «оптовой» цене, которые брокер, в свою очередь, реализует клиентам по «розничной» цене.

Разница между «оптовой» и «розничной» стоимостью кредита составляет часть комиссии кредитного брокера.

Для упрощения мы предлагаем считать разницу между «оптовой» и «розничной» ценой в зависимости от продукта:

- □ 1.00% по беззалоговым кредитам;
- □ 0.75% по нецелевым кредитам на неотложные нужды;
- □ 0.50% по ипотеке и автокредилам:
- □ 0.75% gosavitivi N.25.

ОЦЕНОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ПРОЕКТ ДОГОВОРА О ОТРУЛНИЧЕСТВЕ



ДАВАЙТЕ РАБОТАТЬ ВМЕСТЕ

Новые клиенты - есть

Новых рисков – нет

Пустых расходов – нет

/нет сделок - нет оплаты/

