

Как разговаривать «молчунов»

Уже очень много говорилось о недостатке информации, сопровождающем ход пенсионной реформы. По данным «Фонда Общественного Мнения», в начале октября 70% граждан знали о пенсионной реформе, но лишь 15% были информированы о том, что именно предполагается изменить, а 29% были знакомы с новой системой начисления пенсии лишь в общих чертах. По другим данным, цифра «знающих» людей варьируется от 1-7%. Также много говорилось и о причинах подобного незнания – слабой информационной поддержке со стороны государства, поздним началом рекламных компаний частных УК и их нежеланием тратить большие средства на рекламу по причине почти нулевой эффективности рекламных затрат. В итоге, как мы видим, большинство граждан-участников пенсионной реформы остались молчунами. Соответственно возникает вопрос – как привлечь их в частные компании? Рассмотрим проблемы привлечения будущих пенсионеров и их решение, основываясь на уже имеющимся опыте.

Так как это была реклама совершенно новой «услуги», то соответственно первым этапом стало разъяснение сути предложения УК гражданам, то есть сути пенсионной реформы. Как ни банально это может показаться – но заинтересовать будущих пенсионеров – вот, пожалуй, самая сложная задача. По нашим наблюдениям, большинство людей, интересующихся реформой, были люди, которых эта реформа не коснулась - пенсионного или предпенсионного возраста. Это люди, вплотную столкнувшиеся с проблемой низких пенсий. Люди, для которых и проводилась эта реформа, не проявляли к ней особого интереса, так как не понимали своё место в ней и их пенсия казалась уж слишком далёким будущим. Конечно, можно говорить о сложном российском менталитете, о привычке жить сегодняшним днём и просто социальной индифферентности. Но на наш взгляд, это не основные составляющие проблемы.

Во многом это связано с тем, что мероприятие подобного масштаба требует комплексного подхода. Гора вопросов, совершенно несистематизированных, свалилась на голову граждан. Куда надо идти и кому писать заявления, какие существуют критерии оценки работы частных компаний, сколько денег необходимо отдать в управление и на каких условиях, каком будет размер моей будущей пенсии и, пожалуй, самый основной вопрос – кому я могу задать все эти вопросы?

Конечно, на сайте каждой управляющей компании лежат подобные «вопросники» с ответами, да и существуют другие информационные порталы, но до них ещё нужно добраться, то есть *заинтересоваться*. А «письмо счастья» пришедшее будущему пенсионеру, вряд ли справится с этой задачей. Рассылка писем велась почти без информационной поддержки и сам текст письма не отвечал на возникающие вопросы, но самое главное - он носил *информативный характер* и создавалось ощущение, что гражданина просто поставили о чём-то в известность и какие действия ожидаются с его стороны не до конца ясно. Листок с размером накопительной части и инструкция с довольно сложными для среднестатистического гражданина терминами, такими как «персонифицированный», «накопительная часть», «страховая часть», «инвестиционный портфель» и прочее явно лишь ещё больше запутали граждан.

Если же говорить о рекламе пенсионной реформы, то одной из ошибок следует признать то, что информирование велось с расчётом на деловые круги, а не на простых граждан. Когда мы говорим «компания известна на рынке», то скорее подразумеваем «известна в узком кругу», так как большинство населения далеки от фондового рынка. Например, если сопоставить вложение в паевые инвестиционные фонды граждан Америки и России, то это будет соотношение примерно где-то 21000 к 1. Также стоит отметить, что в зарубежных странах порядка 80% населения участвует в деятельности фондового рынка и соответственно эта часть граждан знакома как с его терминологией, так и с его законами. В России, как мы понимаем, эта цифра на порядок меньше. Даже вложение в банки в нашей стране носит весьма консервативный характер – монополист на этом рынке государственный «Сбербанк».

И совсем не удивительно, что когда гражданам в рекламе или брошюре предлагалось перейти из государственной компании в *частную* – это не вызывало энтузиазма, особенно если дело касается такой

вещи как пенсия. И как уже отмечено выше, сами «письма счастья» не добавили ясности – так как, прочитав инструкцию, вопрос «зачем мне передавать деньги частникам?» не исчезал.

Так на что же стоит обратить внимание потенциального клиента? Эти вопросы очевидны для людей долго работающих в области пенсионного обеспечения, но как показала практика – большинство людей интересовались именно ими:

1. не ВСЮ пенсию, а лишь накопительную ЧАСТЬ предлагается передать управляющей компании
2. собственником Ваших денег остаётся ПФР и никаких собственных прав УК на Ваши деньги не имеет
3. Гарантии: во-первых ограничен круг инструментов для вложений, а во-вторых УК страхует свою ответственность перед Пенсионным Фондом России, в-третьих за управляющими компаниям существуют строгий контроль со стороны государства.
4. Большинство людей не знают о том, что уже несколько лет некоторые граждане получают негосударственную пенсию через НПФ, раскрытие подобной информации также может помочь укрепить доверие к пенсионной реформе.

На наш взгляд реклама в СМИ не справится с поставленной задачей, так как подобные вопросы требуют личного разъяснения. Даже самая крупная реклама, размещённая на развороте не привлекает внимания – слова «пенсионная» создают впечатление, что молодых это не касается, а объяснить достаточно сложную схему реформы не так просто даже в газетной статье, не говоря уже о листовке. Самым эффективным методом являются бесплатные консультации и распространения справочной информации (листовки, книжки, сувениры). Консультационные пункты целесообразнее всего, на наш взгляд, размещать при банках, в том числе и при тех, кто уполномочен заверять подписи граждан в заявлениях на выбор управляющей компании. Маркетинговый ход заключается в том, что во-первых люди стоящие, например, в очередь на оплату коммунальных услуг будут иметь некоторое время для беседы с консультантом и приходя в финансовое учреждение человек настроен на деловой разговор. Такие консультации вполне могли быть организованы государством в многочисленных филиалах «Сбербанка» с раздачей справочных материалов.

Возможно, подобные консультации будут организованы в будущем, так как государство рано или поздно само будет заинтересовано в их создании и передачи части пенсионных накоплений граждан управляющим компаниям. В первый год 98% накоплений у граждан, оставшиеся под управлением государственной структуры, это ещё не так критично, но с ростом отчислений и увеличения этой суммы, вполне возможно, что рынок ГКО-ОФЗ, станет рынком одного инвестора со всеми вытекающими отсюда последствиями. Выпуск новых бумаг так же вряд ли решит проблему вложения средств, а значит, государство само должно заинтересоваться в передачи части средств управляющим.

Говоря о перспективах 2004 года, мы не можем не отметить принятый законопроект о внесении изменений в ход пенсионной реформы. Согласно ему, накопительная часть будет не у мужчин 1953 года и женщин 1957 года рождения, как предполагалось ранее, а у всех граждан моложе 1967 года рождения. Как показала практика, именно эта возрастная группа людей проявляла наибольший интерес к пенсионной реформе, а значит, возникает возможность снижения интереса к ней. Таким образом, задача по информированию населения усложняется. На наш взгляд, государство должно относиться к управляющим компаниям, как к партнёрам по пенсионной реформе, так как только в этом случае мы достигнем тех целей, ради которых она проводилась.