



**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДБО КАК
МАРКЕТИНГОВОГО КАНАЛА НА ВСЕ 100%**

Структура

Аудит

- Целевая аудитория продукта
- Бенчмаркинг

Проектирование

01

АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Анализ целевой аудитории

Задача: разработать концепцию ДБО для клиентов HNWI.

Абстрагированная: Разработать приложение - для тех кто привык держать все под контролем, без страха и сомнений.

Методология анализа:

Формирование портрета потребителя на основе анализа открытых источников в направлении ДБО. На основе данных определены проблемные точки и страхи потребителя.

Анализ целевой аудитории

Средний возраст пользователей Private Banking

В ходе анализа целевой аудитории было выявлено 4 основных группы. Но основной клиент Private Banking является пользователи от 30 и старше 50 лет.



Анализ целевой аудитории

Профессиональные навыки пользователей Private Banking

Распределение по профессиональным направлениям 48% от общего числа ложится на наемных менеджеров, 36% на владельцев компаний и 16% люди спорта, шоу и прочие.



Анализ целевой аудитории

Психографика целевых групп аудитории (нелояльные клиенты)

от 40 до 50 лет.

- Знают толк в финансах, стабильность;
- Пассивный пользователи интернетом;
- Расходы: товары длительного пользования, услуги, сбережения и т.д;
- Не всегда используют полный перечень услуг;
- Пользуются личным кабинетом или скачанными приложениями.
- Не всегда положительно воспринимает новые, но после “обучения” принимают;
- Склонны к накоплению.

Анализ целевой аудитории

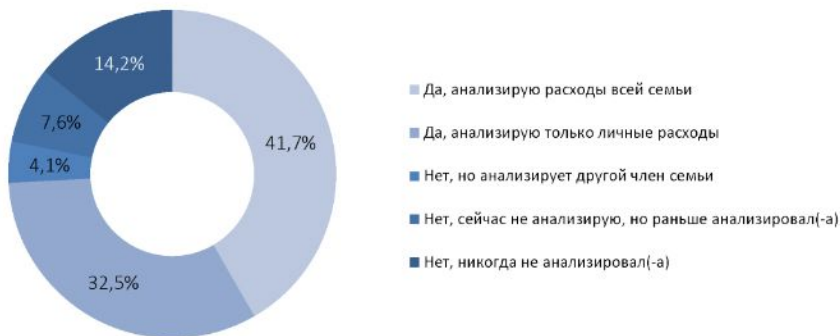
Психографика целевых групп аудитории (нелояльные клиенты)

от 50 и старше

- Ответственные консерваторы;
- “Обходит стороной” интернет;
- Клиенты не принимают нововведения негативно относятся к новым предложениям;
- Нет доверия к удаленным формам обслуживания;
- Нет доверия к удаленным формам обслуживания;
- Низкий уровень владения компьютером;
- Предпочитает большую степень надежности;
- Не в полной мере пользуются услугами банка;
- Могут составить завещание;
- Проблемы со зрением.

Анализ целевой аудитории

Краткий срез показывает, что для людей данных категорий важны финансы. Но финансы подразумевают не только оплаты, но и стиль жизни и окружение (семья). Самый большой процент 41,7 пользователей анализируют личные расходы и расходы всей семьи.



Финансовый портфель

СБЕРЕЖЕНИЯ И ИНВЕСТИЦИИ

КРАТКОСРОЧНЫЕ И ДОЛГОСРОЧНЫЕ ДЕПОЗИТЫ
ПОРТФЕЛИ ОБЛИГАЦИЙ В РУБЛЯХ И ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ
НАКОПИТЕЛЬНОЕ ИНВЕСТИЦИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ
ПРЯМОЙ ДОСТУП НА РЫНКЕ АКЦИЙ
ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ

ТРАНСАКЦИИ

АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ СЕЙФОВОЕ ХРАНИЛИЩЕ
ИНКАССАЦИЯ ДЕНЕЖНОЙ НАЛИЧНОСТИ И ЦЕННОСТЕЙ
ЛЬГОТНЫЕ ВАЛЮТНЫЕ КОНВЕРТАЦИИ
РАСЧЕТНО-КАССОВОЕ VIP-ОБСЛУЖИВАНИЕ

ФИНАНСИРОВАНИЕ

КРЕДИТОВАНИЕ ПОД ЗАЛОГ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ
ИПОТЕКА (ЖИЛАЯ И НЕЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ)

СТРАХОВАНИЕ РИСКОВ

ДЛЯ ВЫЕЗЖАЮЩИХ ЗА РУБЕЖ
ОТ НЕСЧАСТНОГО СЛУЧАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ, ИМУЩЕСТВО
ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ

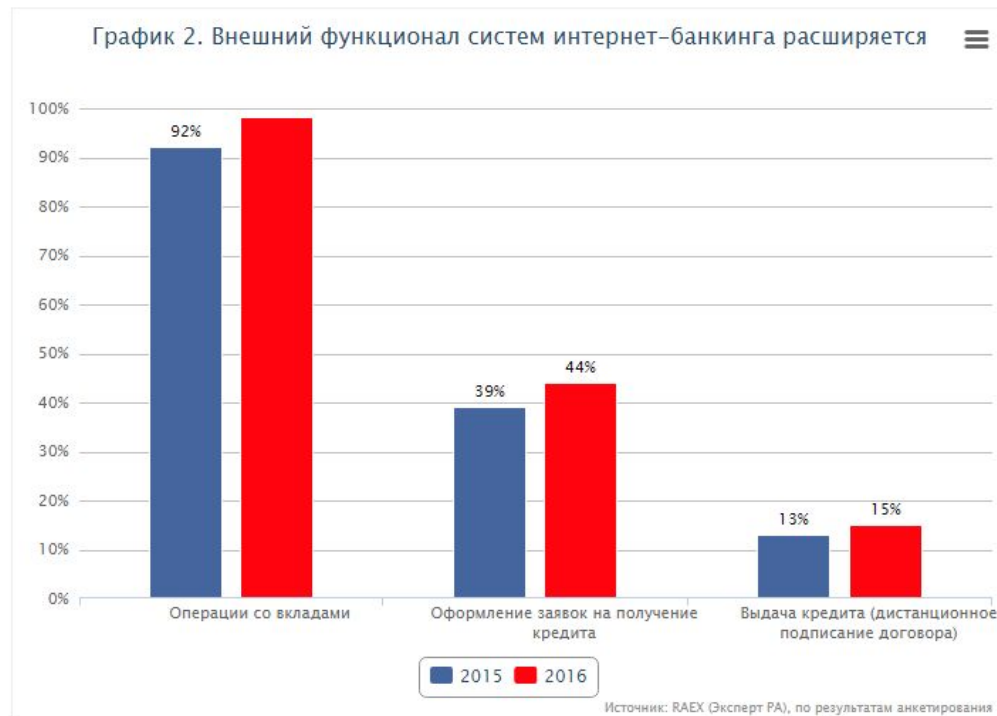
Стиль жизни

ДОСТУП НА ЗАКРЫТЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ
АРЕНДА ЧАСТНЫХ САМОЛЕТОВ, ЯХТ И АВТОМОБИЛЕЙ
СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ПРИ ОБРЕТЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТИ, ТОВАРОВ И УСЛУГ

Анализ целевой аудитории

Условия рынка

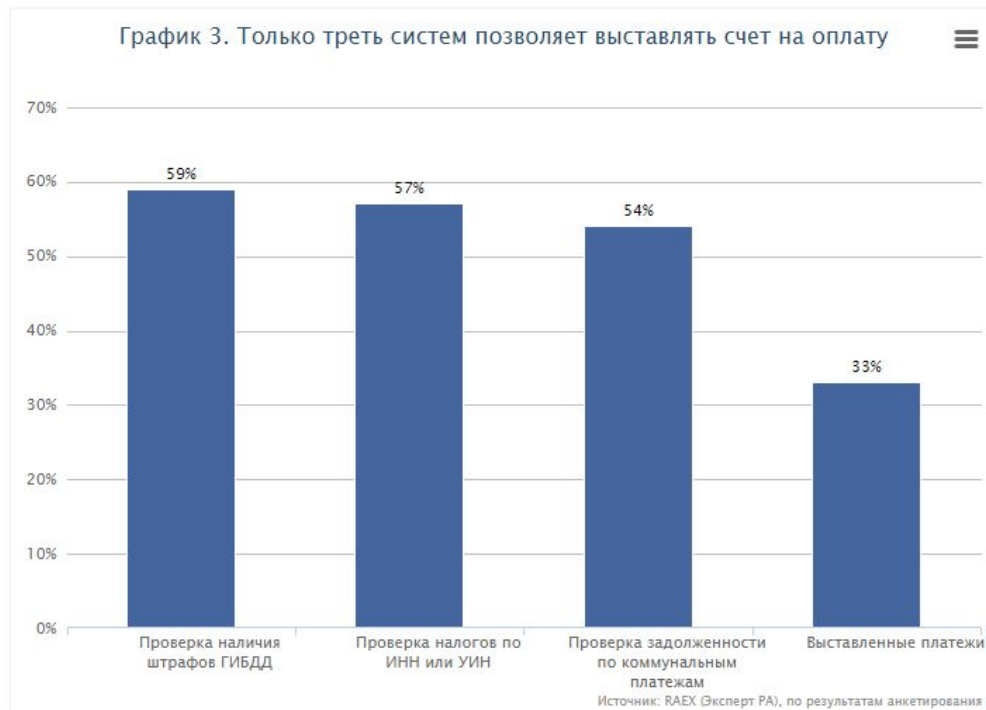
Рынок услуг Privat Banking находится в стадии активного роста, известные банки расширяют свой функционал в системе интернет-банкинга.



Анализ целевой аудитории

Условия рынка

Большие возможности пользовательских функций связаны с интеграцией информационными базами данных органов власти.



Анализ целевой аудитории

Выводы: Отношение групп к ДБО при всем разнообразии рынка

СТРАХ

- Страх/недоверие - «я боюсь потерять свои деньги»;
- Как я буду без персонального менеджера, страх быть не услышанным;
- Непонимание - «зачем мне это нужно и как этим пользоваться?»;
- Неудобство - «тратишь кучу времени и нервов»;
- Новое - не всегда хорошо;
- Нет доверия к удаленным формам обслуживания;
- Люди требующие к себе внимание.

Анализ целевой аудитории

Выводы: Отношение групп к ДБО при всем разнообразии рынка

РЕШЕНИЕ

- Для снижения страха, рекомендовано первых 3 транзакции провести совместно с ПМ;
- Рекомендовано разработать on-line чат ПМ с фото, данными.
- Отработка первых двух пунктов помогает увеличить уверенность в свободе действий.
- Осознание свободы управления своим временем;
- Формирование нейронных связей по вышеизложенным пунктам,автоматически снизит все барьеры неуверенности.
- Клиенты требующие к себе внимание могут реализовать свою ценность посредством ПМ. Лицам кто будет часто обращаться к ПМ, рекомендовано поздравлять с ДР, праздниками, подарки, бонусы.

Анализ целевой аудитории

Вывод 1: Сервис обслуживания

Выявлено, что 67% входят в группу старше 40 лет. Вследствие чего были выявлены пороги ограничений и возражений объединенных групп.

Основные пороги ограничений были связаны с отсутствием нейронных связей и повторяющихся операций клиентами банка. Для снижения барьера и научения работы с мобильным приложением были выдвинуты гипотезы:

- “Обслуживание клиентов совместно с ПМ снизят барьеры тогда, когда клиент отработает банковскую операцию со своего мобильного приложения не менее 3х раз, и получит экспертную консультацию ПМ запомнив его как надежного консультанта.”
- “Обращение к узнаваемой аватарке (ПМ) и персональный номер телефона на который ему ответят в течении 10 секунд в on-line режиме снизит барьеры страха работы с мобильным приложением.”

Анализ целевой аудитории

Вывод 1: Сервис обслуживания

Перед запуском “сервиса обслуживания” ВАЖНО! протестировать разработанный алгоритм на группах людей не менее 50 чел., которые не относятся к целевой аудитории но очень схожи по поведенческим факторам. По завершению тестового мероприятия необходимо подтвердить или опровергнуть гипотезу.”

Из вышеизложенного можно сделать вывод: в случае подтверждения гипотез можем масштабировать данный проект на целевую аудиторию в полном объеме.

Анализ целевой аудитории

Вывод 2: потребности и жизненная активность

Из вышесказанного контекста финансового потребителя, можно сделать вывод, что деньги являются одной из главной целью. Но нужно понимать, что в это понимание может входить и такие ценности как семья, развлечения друзья и т.д. Понимание и анализ финансового состояния не только своего но и семьи является одним из главных параметров.

Платформа должна связать в себе финансовые и дополнительные услуги, это может быть обработка платежей и другие приоритетные услуги (слайд №8).

При этом, использование ДБО, не должно занимать большое количество времени на поиск желаемого. Клиент должен выбрать правильное необходимое ему предложение. В нашем случае клиент может пользоваться любым для него важным перечнем услуг, мы же понимаем, что для клиента важна каждая секунда.

Анализ целевой аудитории

Вывод 3: Безопасность и конфиденциальность

Инструкция по защите своего аккаунта несколькими уровнями входами.

1. Вход в ДБО имеет несколько уровней защиты: шифровальный код + отпечаток пальца + голосовая идентификация + биометрические параметры (по выбору клиентов).
2. При входе в дбо выводятся только постоянные ежемесячные расходы, а полный вход в общий капитал имеет два уровня защиты. В данном случае владелец производит звонок П. Менеджеру - открывается полный/частичный счет клиента : (ПМ открывает только после звонка + пароль + голосовая идентификация). Полный доступ закрывается по той же схеме.
3. Постоянные расходы защищены от ежедневного просмотра в целях скрывания полной информации от мошенников. В случае кражи телефона и пройдя защитные уровни, мошенники видит только текущие расходы а полную историю оплат по банковским счетам владелец может увидеть только пройдя уровни защиты запросив у ПМ открыть доступ на предоставление полной информации.

Анализ целевой аудитории

Вывод 3: Безопасность и конфиденциальность

Инструкция по защите своего аккаунта несколькими уровнями входами.

4. Инструкция по защите аккаунта не выдается на руки, а обучение проводится только в защищенном месте под видеонаблюдением. Инструктаж проводит эксперт службы безопасности.
5. После обучения согласно инструкции, эксперт учитывает уровень подготовки работы клиента с ДБО. В случае непонимания, клиент приглашается на повторное обучения до полного понимания в каких случаях и как необходимо действовать.
6. Восстановить ДБО можно только при личном посещении банка, пройдя уровень службы безопасности.
7. Телефонный видеорегистратор при оплаты солидных счетов или крупных сделок.

02

БЕНЧМАРКИНГ

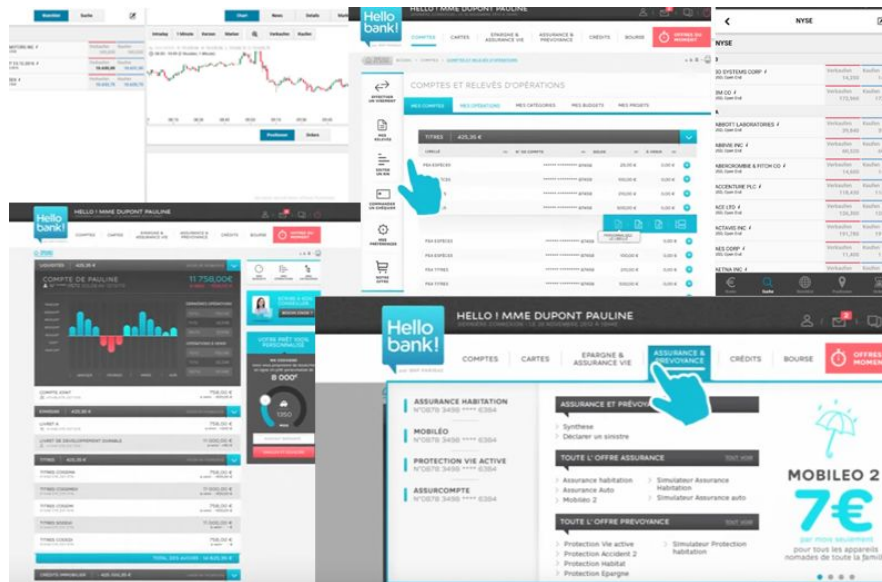
Бенчмаркинг

Финансы у Hello bank:

Приложение разработано для тех, кто инвестирует, работает с ценными бумагами с возможностью анализа деятельности.

В списке учетных записей отображается счета клиентов с текущей маржой. В данном приложении можно провести анализ финансовых показателей подъема и падения прогноза.

Предлагается консалтинг и управление всеми учетными записями.



Бенчмаркинг

Финансовая отчетность:

Предлагается:

Оповещение при превышении пороговых значений затрат определенных клиентом.

Анализ расходов и доходов автоматически формируется в виде диаграмм, подсказок.



Бенчмаркинг

Финансовая отчетность:

Предлагается: **Банк как платформа.**
Все в одном расходы, доходы, прогнозы.

Лицевые счета, планирование бюджета,
денежные расходы, календарь операций,
доходы от инвестиций.

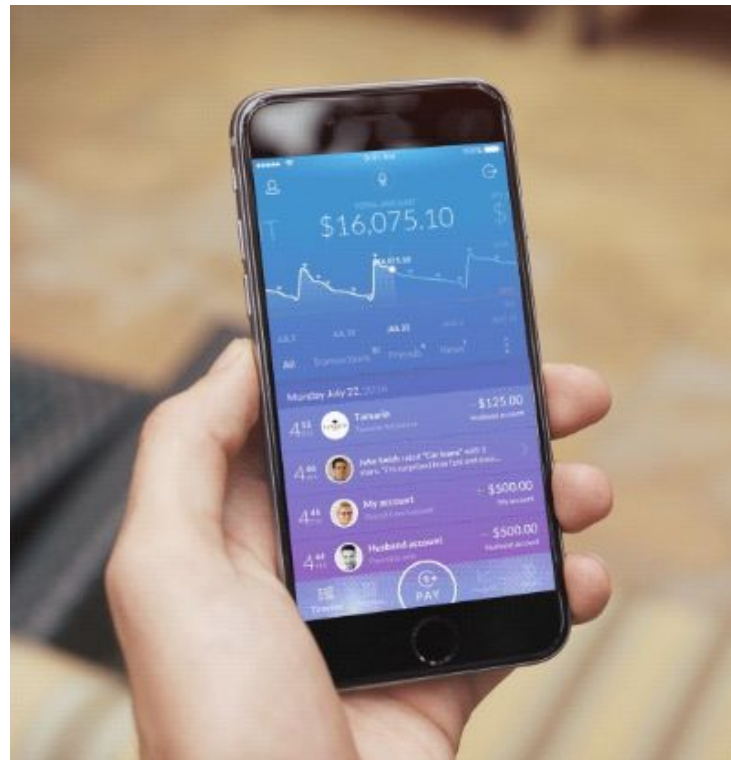


Бенчмаркинг

Финансовая отчетность:

Пользователь управляет несколькими учетными записями и семейным бюджетом. Для него важно видеть статус каждого счета и общий баланс.

Предлагается:
интуитивное переключение между своими счетами, а график изменения баланса позволяет оценить движение денежных средств на каждом счете, а также, произведет прогноз на ближайшее будущее. Поможет исследовать платные, неоплаченные и запланированные счета, а также уровень бюджета.



Бенчмаркинг

Безопасность у BNL:

Мобильный Токен позволят при входе в банк генерирует временный пароль генерирующийся из самого приложения.

Операции через интернет банкинг осуществляются через ввода пароля и подписи транзакций основываясь на тип сделки возможно усложнять уровень доступа.

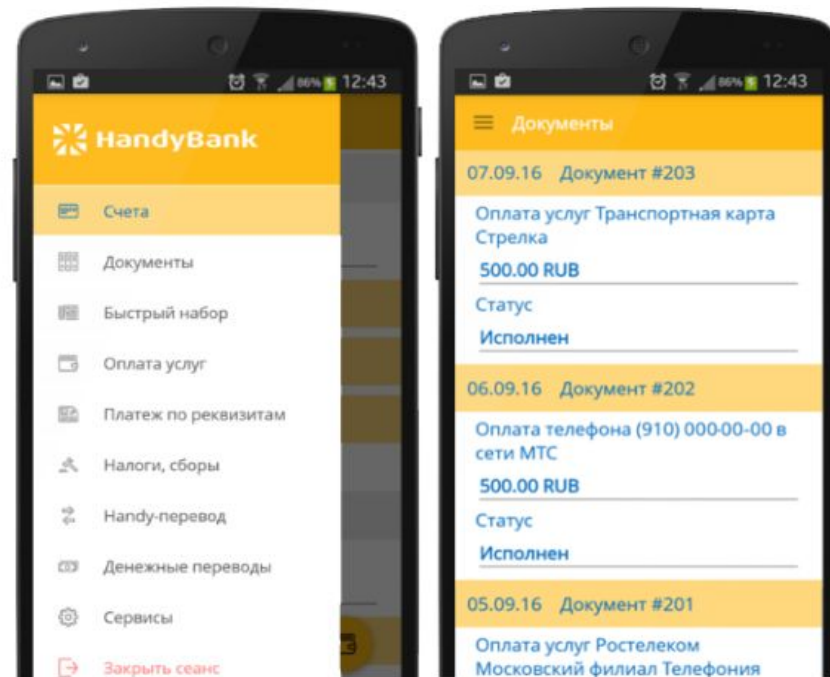
Доступ к камере позволяет связать фотографию к профилю для произведения крупных оплат.



Бенчмаркинг

Безопасность у HandyBank:

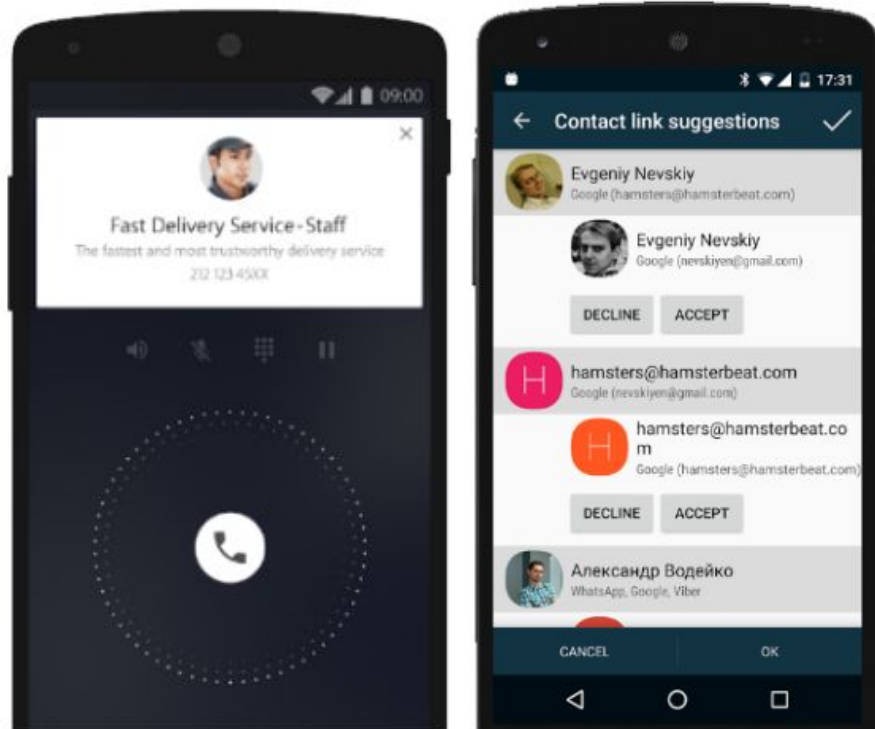
- Простое подписание платежного документа SMS-кодом, или с использованием генератора
- В телефоне не сохраняется никакая конфиденциальная информация;
- Передаваемые и получаемые приложением данные зашифрованы;
- Разработка и эксплуатация мобильного приложения ведется в соответствии с требованиями стандарта безопасности PCI DSS.



Бенчмаркинг

Персональный менеджер:

- Написать, получить консультацию;
- Позвонить: телефон, видео звонок;
- Подписать документы;
- Сохранение истории;



03

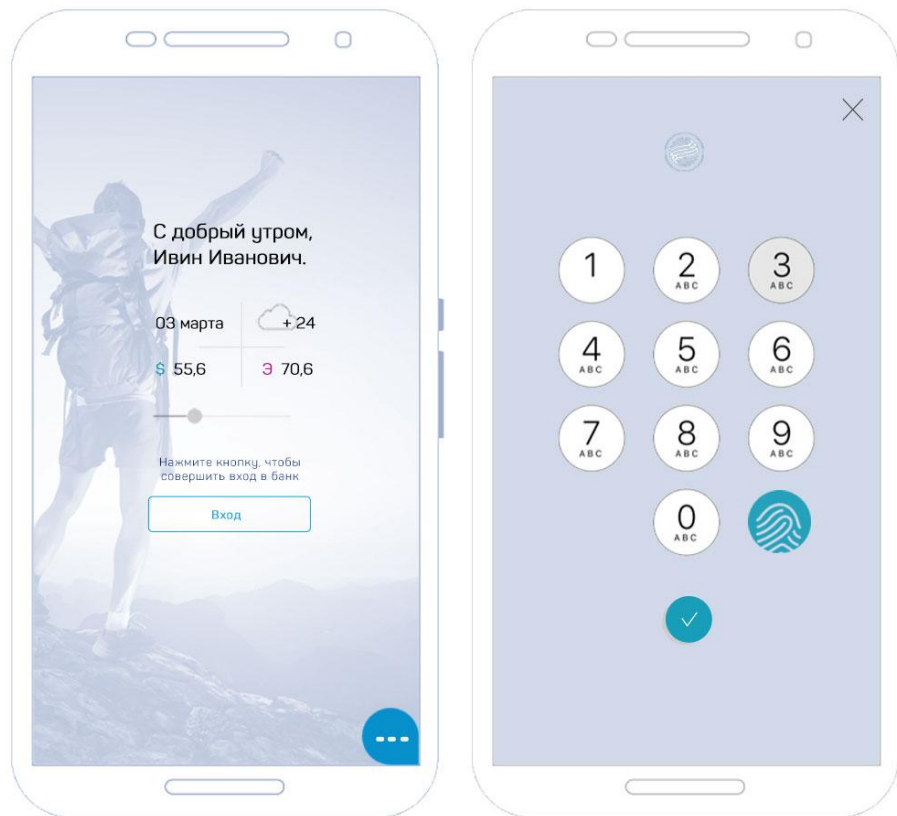
ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Проектирование

Страница входа:

- Открыв приложение клиент видит приветствие.
- В отдельном блоке представлены виджеты с необходимой информацией.
- Кнопка (...) для вызова менеджера для связи и уточнения вопросов.

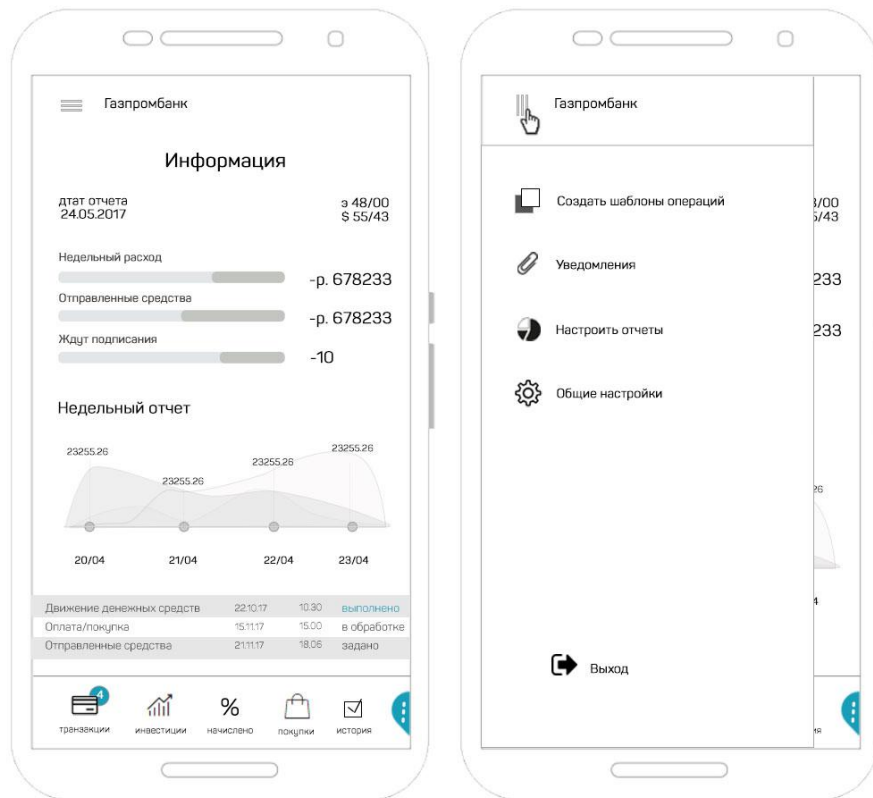
По аудитории клиенты различной возрастной группы, главная задача, сделать меню понятным и хорошо читаемым. Если клиент +40 нужно обратить внимание, что зрение для таких людей имеет большое значение. Шрифт простота и размер будет являться ключевым фактором при использовании данного приложения.



Проектирование

Варианты входа:

- После входа клиент получает самую важную информацию о сбережениях, поступлениях, вложениях
- В развернутом виде за один день.
- В виде графика за текущую неделю.
- В нижней части топбара отображены важные разделы.
- Уведомления отображаются в структуре основного меню.
- В настройках возможно выбрать необходимые показатели для вывода на главный экран.



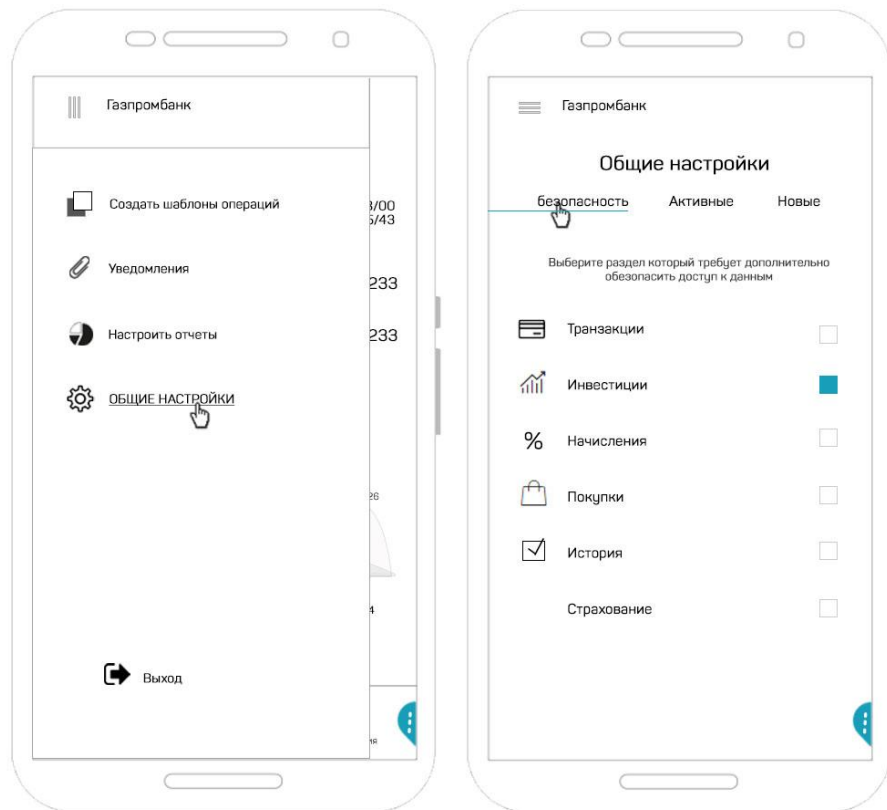
Проектирование

Уровень защиты/настройка:

Техническое меню.

Пользователь может из предложенных вариантов настроить удобные параметры получения информации:

- шаблоны операций,
- отчеты на главном экране,
- общие настройки - безопасность, дополнительные услуги.



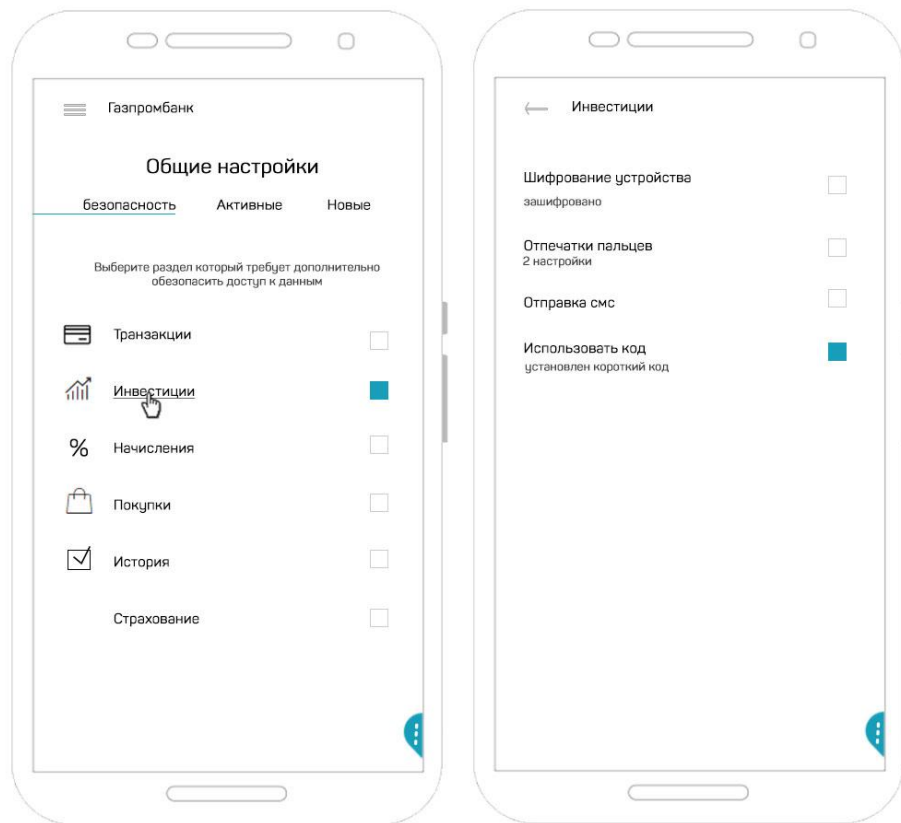
Проектирование

Уровень защиты/настройка:

Меню настраиваться в зависимости от задач клиента.

Основные разделы сайта возможно усилить формами безопасности. Варианты возможно выбрать из панели технического меню - настройки.

Для удобства Персональный менеджер с клиентом может настроить необходимые варианты.



Проектирование

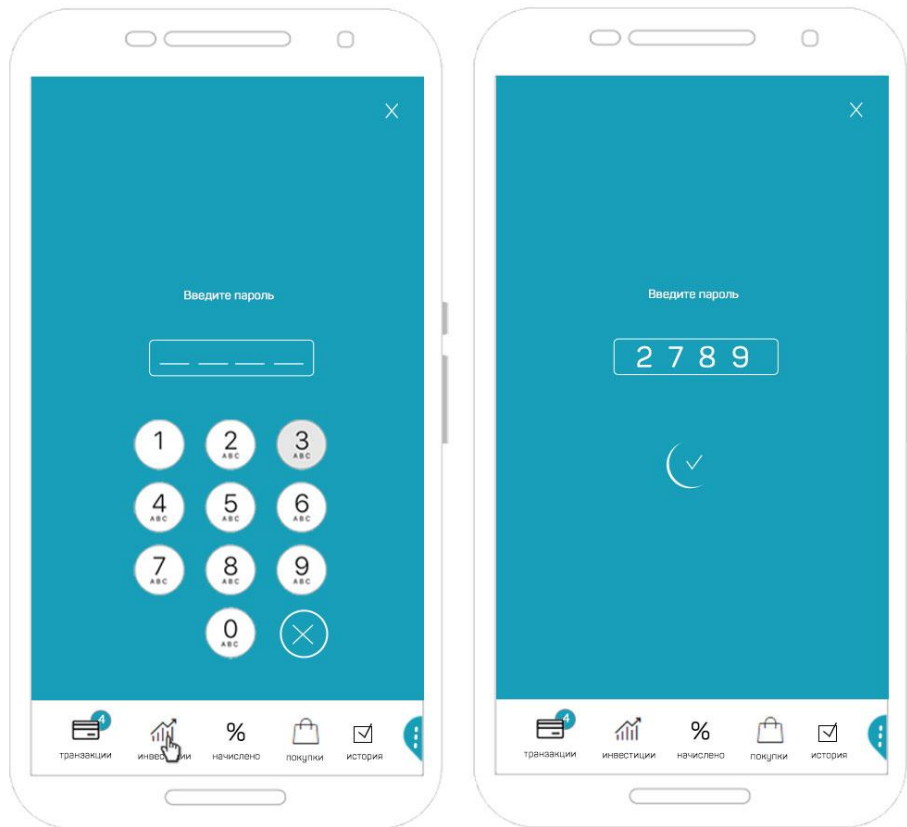
Уровень защиты:

Уровни доступа:

например пункт меню “Сбережения и инвестиции” предполагается усиленный доступ входа.

Возможность варианта введения кодового слова + сканирование отпечатка пальца клиента.

Более простой вариант вхождения, предполагает набор пароля. Операции в таких разделах не превышают лимитную сумму согласованную с клиентом.



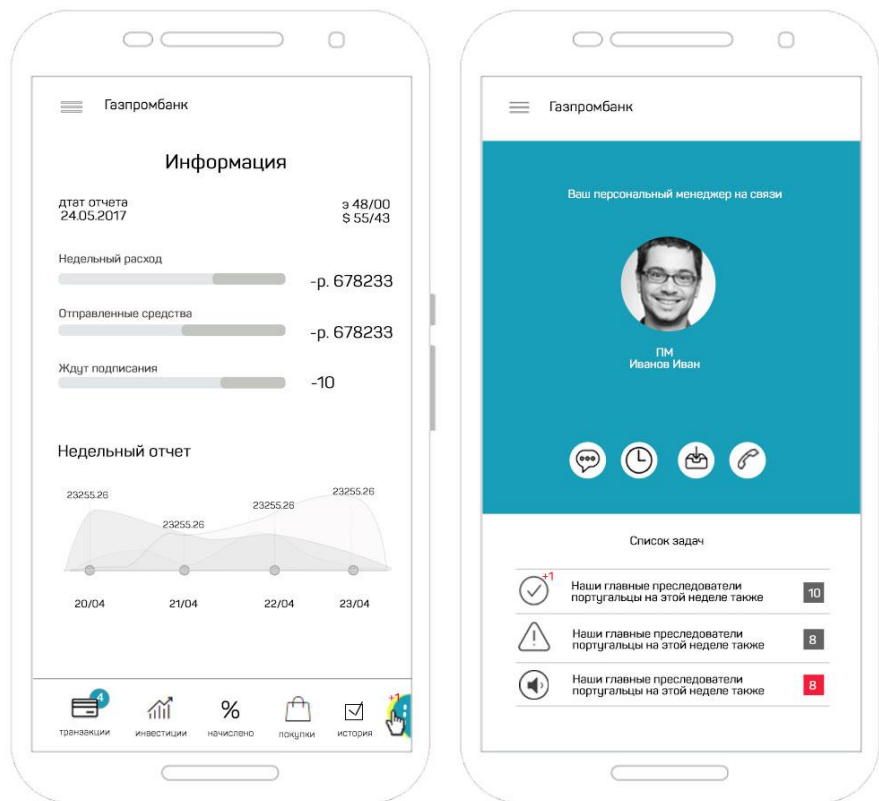
Проектирование

ПМ_ выбор профиля:

Для VIP клиентов предусматривается выбор персонального менеджера, в экстренных случаях доверенное лицо службы безопасности.

Основные функции:

- письменное обращение;
- видеообращение;
- создать заявку на исполнение;
- инструкции;
- Выбор вариантов связи с ПМ;
- Просмотреть текущие задачи, сообщения, выполненные поручения.



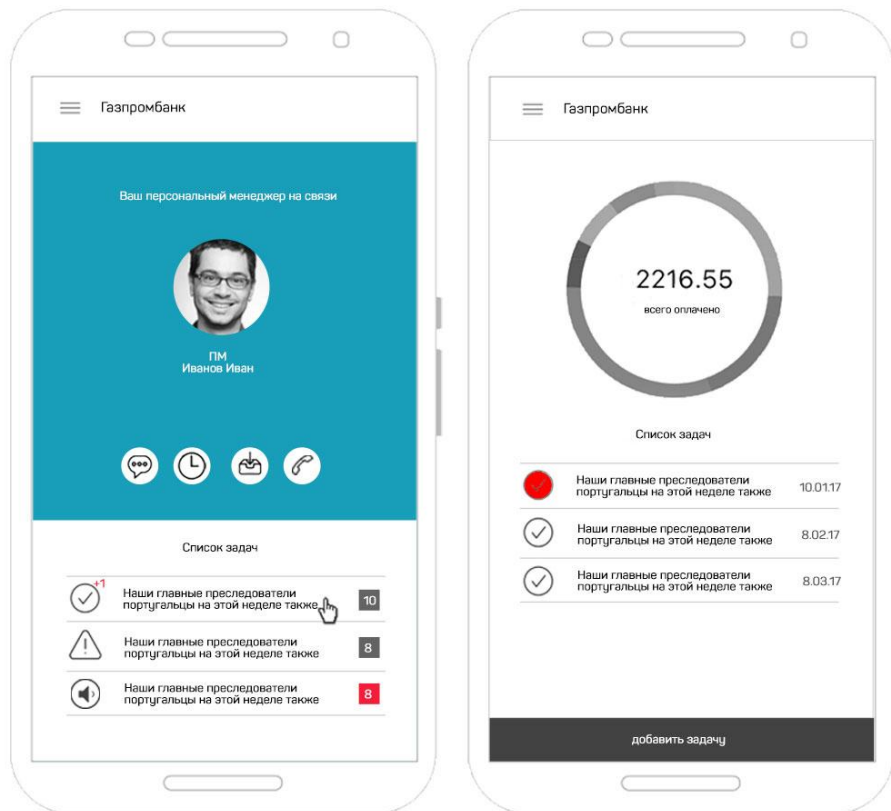
Проектирование

Персональный менеджер:

Выбор профиля:

Выбрав любой пункт из списка клиент попадает на детальную информацию по данному блоку.

- В списке отображаются последние выполненные задачи по категории;
- Количество всего совершенных операций по блоку;
- Отметка - которые находятся в работе.

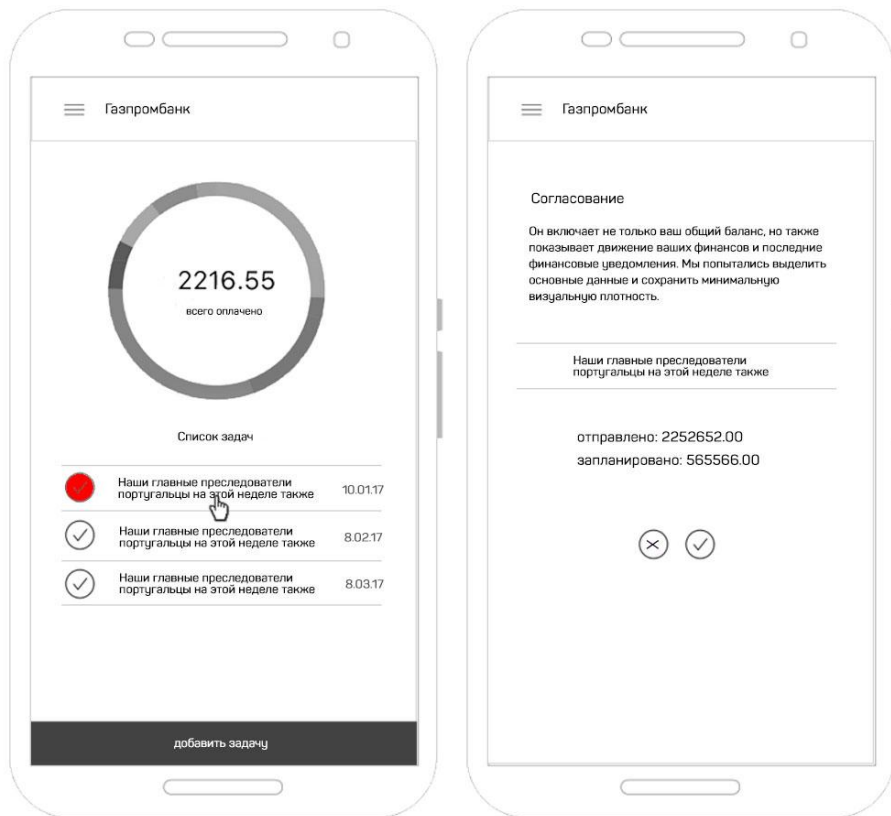


Проектирование

Персональный менеджер:

Список задач:

- Задача открывается в новом окне, для более подробного изучения.
- Задачу можно согласовать, прочитать или закрыть.

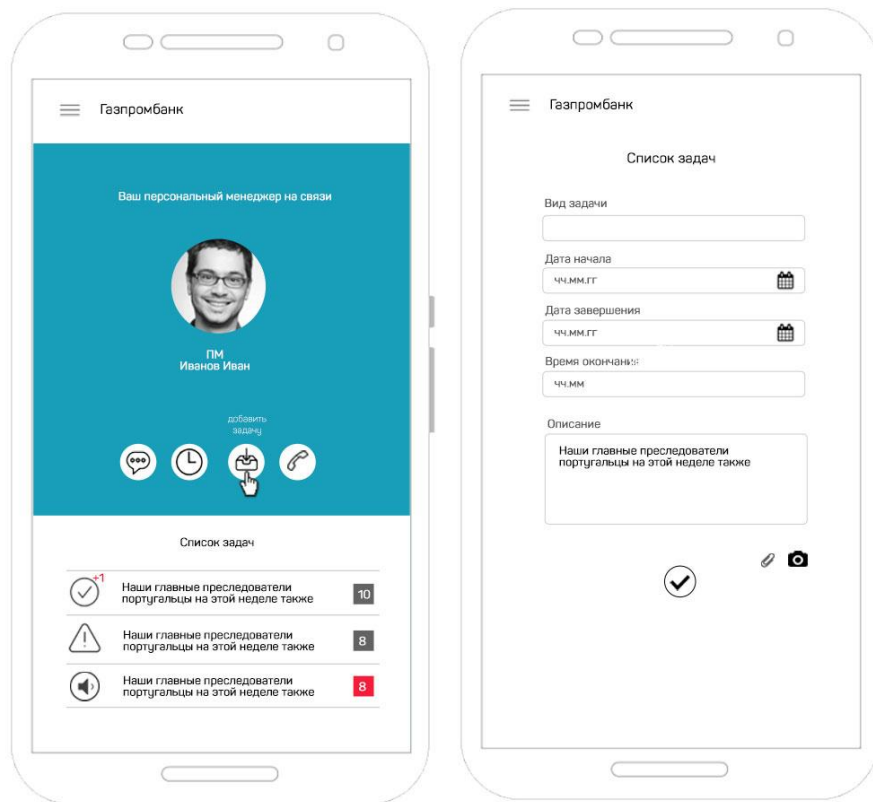


Проектирование

Персональный менеджер:

Создаем новую задачу:

- Заполняются обязательные поля, описание задачи.
- При необходимости, пользователь может прикрепить файл, фото.
- После отправки задачи, высвечивается уведомление.

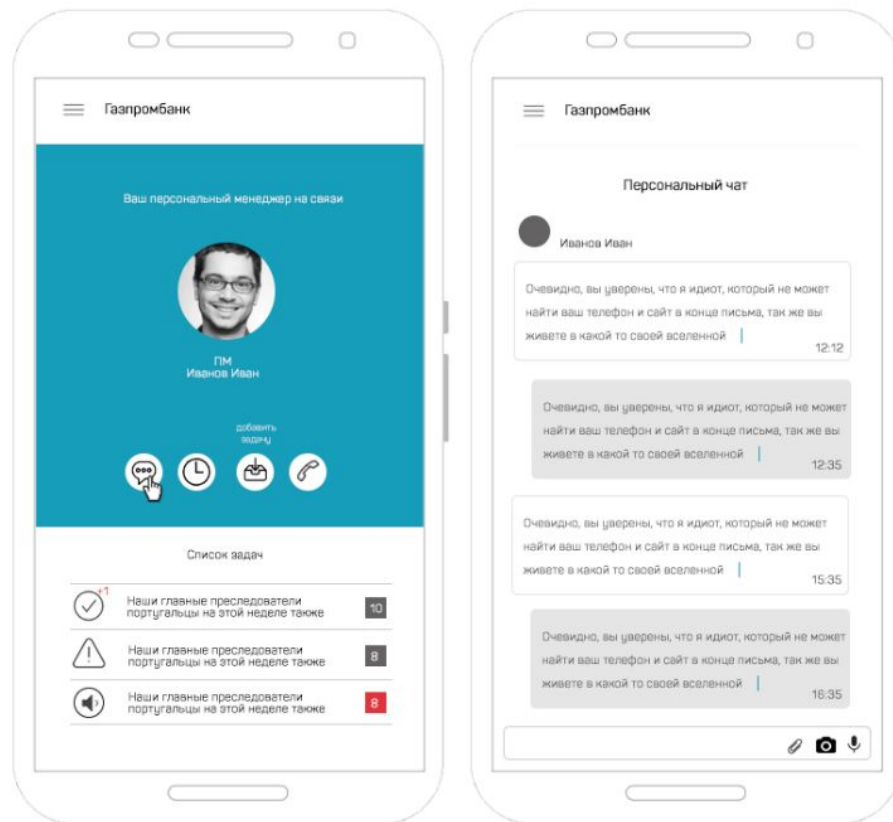


Проектирование

Персональный менеджер:

Чат:

Для удобства написания клиент переходит на отдельный чистый лист. Возможно отметить пись "важным"

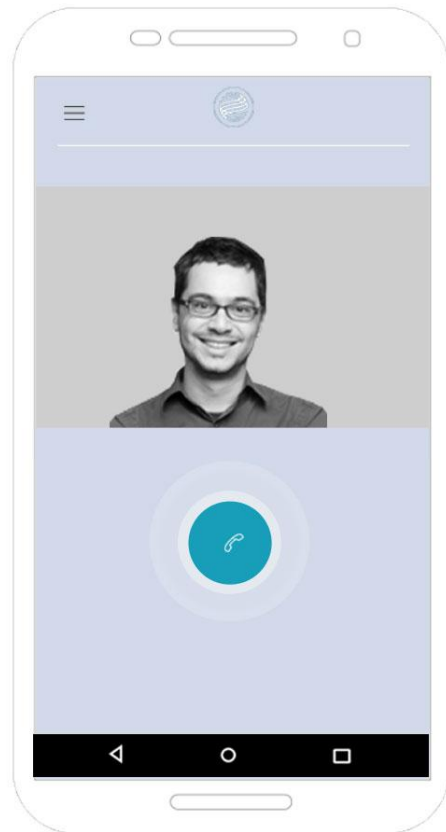


Проектирование

Персональный менеджер:

Выбор профиля:

Видео трансляция с персональным менеджером в реальном времени.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ