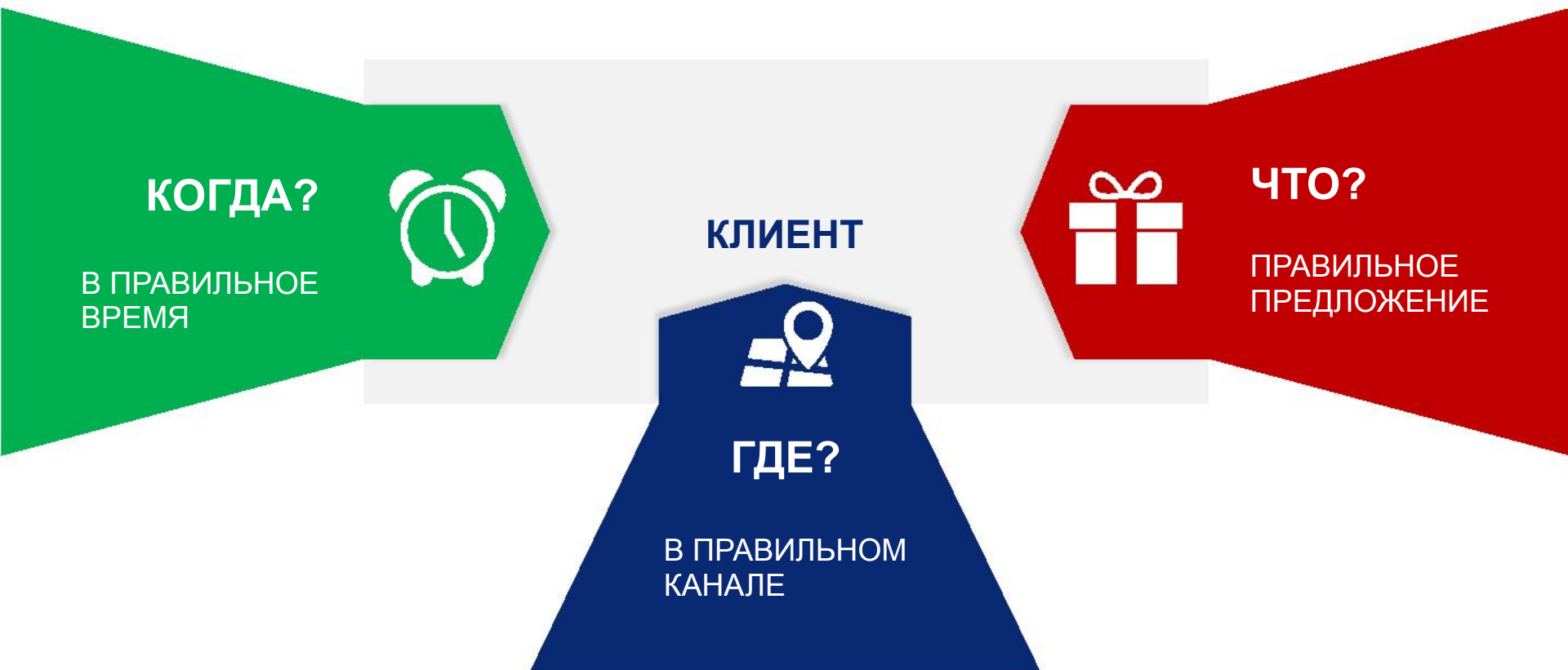


# Персонализированный маркетинг банковских продуктов и сервисов

VI Среднерусский экономический форум (Курск)

16.06.2017

# Win-Win: Как выглядит идеальная продажа?



**70%**

ТОЛЬКО 30% КЛИЕНТОВ ИМЕЮТ ОФФЕР  
БЕЗ РЕЛЕВАНТНОГО ОФФЕРА

КЛИЕНТ



**ЧТО?**

ПРАВИЛЬНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Планируете ремонт только через два года? А возьмете кредит сейчас?

**70%**

ТОЛЬКО 30% КЛИЕНТОВ ПОКУПАЮТ НА ПЕРВОМ ЗВОНКЕ  
ПРИ ПОВТОРНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

**КОГДА?**

В ПРАВИЛЬНОЕ  
ВРЕМЯ



**КЛИЕНТ**

**70%**

ТОЛЬКО 30% КЛИЕНТОВ ОТКЛИКАЮТСЯ  
**НЕ СОГЛАШАЮТСЯ**

КЛИЕНТ



**ГДЕ?**

В ПРАВИЛЬНОМ  
КАНАЛЕ

# Мы поняли, что нужен переход к событийному маркетингу с реакцией на события клиента в режиме реального времени...

## OFFLINE

Личные события / праздники

Изменение статуса договора/  
продукта

Обращение в банк/ запрос  
на услугу

Превышение пороговых  
значений использования  
продукта

Изменение платежного  
поведения

## ONLINE

Обращение в другой банк -  
триггер БКИ

Транзакция в определенной  
торговой точке / банкомате

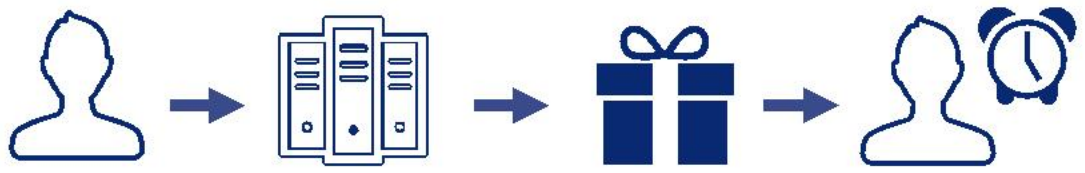
Обращение в банк /  
закрытие договора

Использование кредитного  
калькулятора на сайте

**...И изменить парадигму целевого маркетинга**



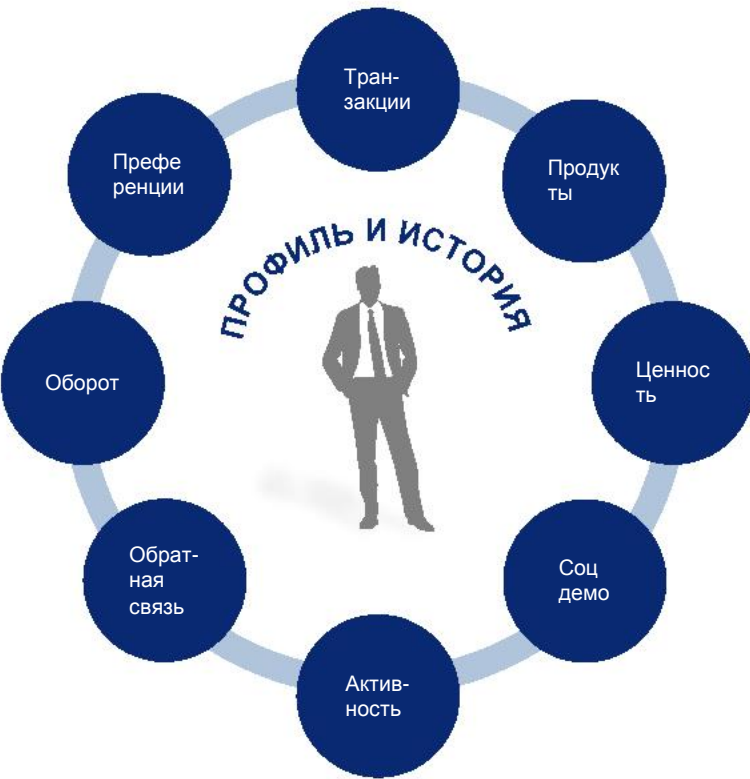
**ТЕПЕРЬ ФОРМИРУЕМ  
ПРЕДЛОЖЕНИЯ НЕ  
ТОГДА, КОГДА НУЖНО  
БАНКУ...**



**А КОГДА НУЖНО  
КЛИЕНТУ**

# Для этого мы начали собирать все, что банк знает о клиенте ...

Уже



Работаем





# ... И внедрили систему real-time offering (маркетинг в режиме реального времени)



# Real-time кампания next best offer на примере обращения клиента в отделение



**ПРЕДЛОЖИТЕ КЛИЕНТУ**

**Кредит наличными (300)**

**Параметры:**  
Сумма: 130,000.00 руб  
Срок: 24 мес  
Ставка: 22 %

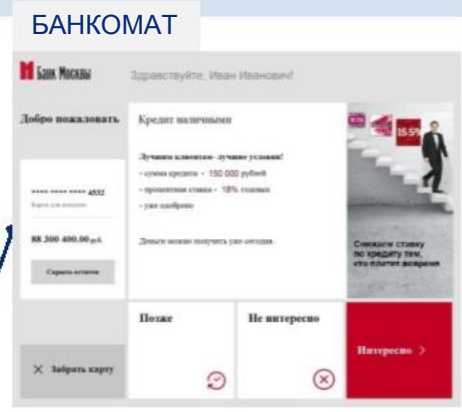
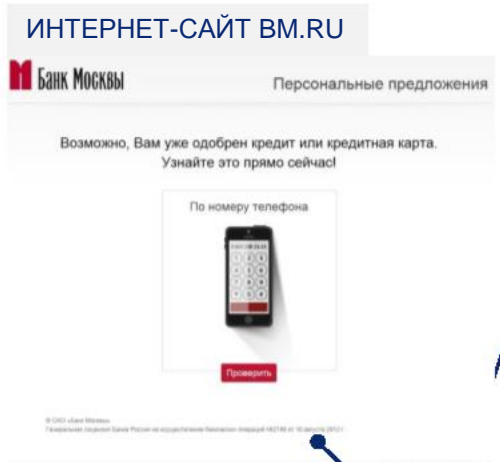
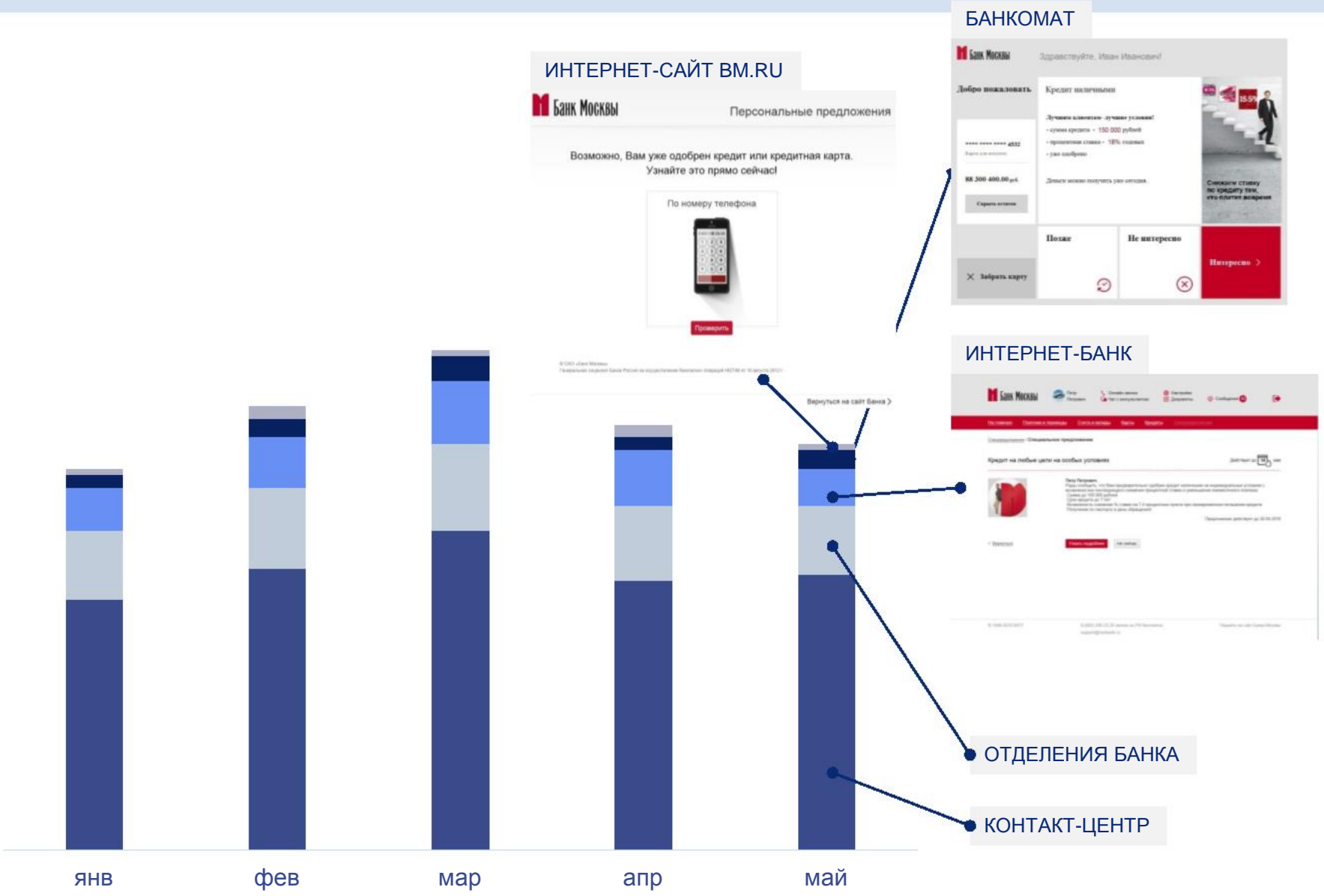
Оформить

• Клиент обратился в отделение

- Пол
- Возраст
- Наличие открытого кн
- Подключено смс
- Транзакции по карте
- ... (Всего 46 атрибутов)

- Отклик
- Принудительная приоритезация

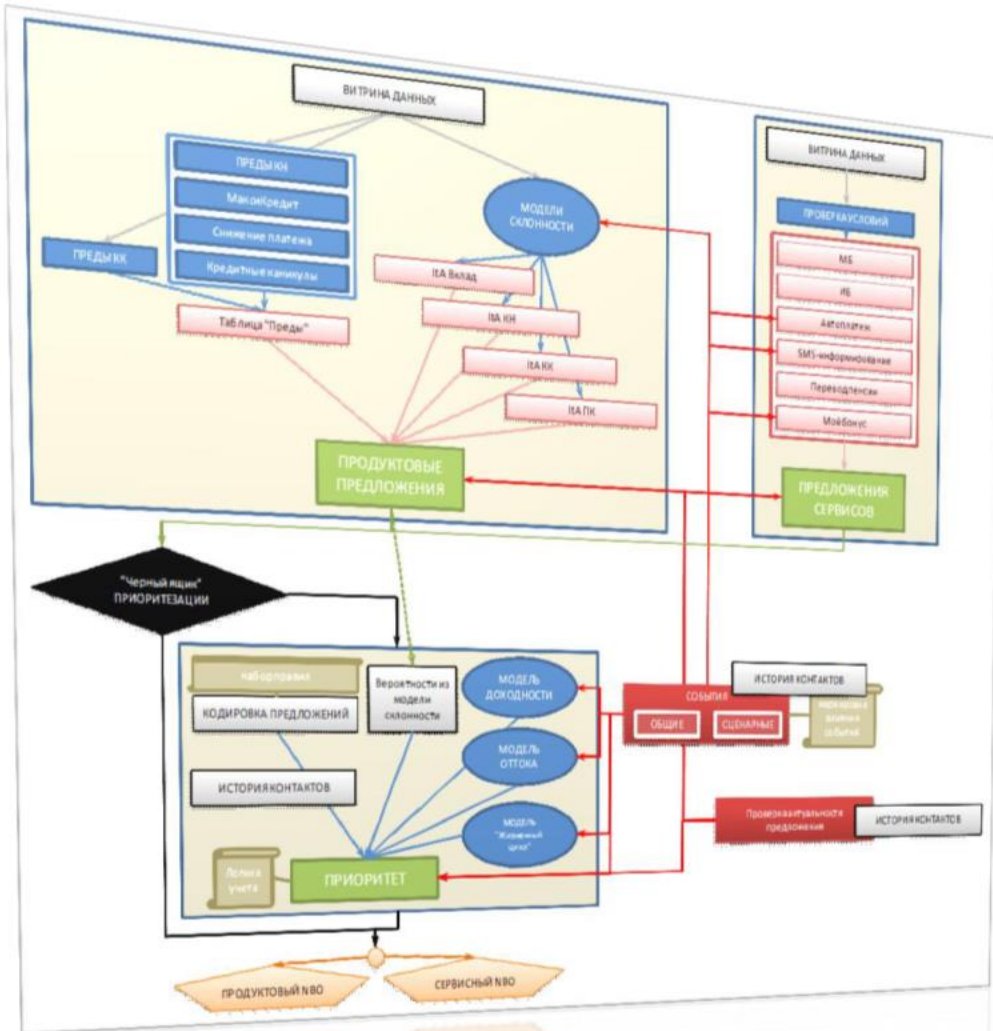
# Наибольшую долю в продажах предодобренных предложений занимают 5 каналов



ОТДЕЛЕНИЯ БАНКА

КОНТАКТ-ЦЕНТР

# Первое в России полнофункциональное внедрение платформы событийного маркетинга в режиме реального времени...



250+

Типов событий

2 млн.

Транзакций по картам в день

100 тыс.

Событий в день

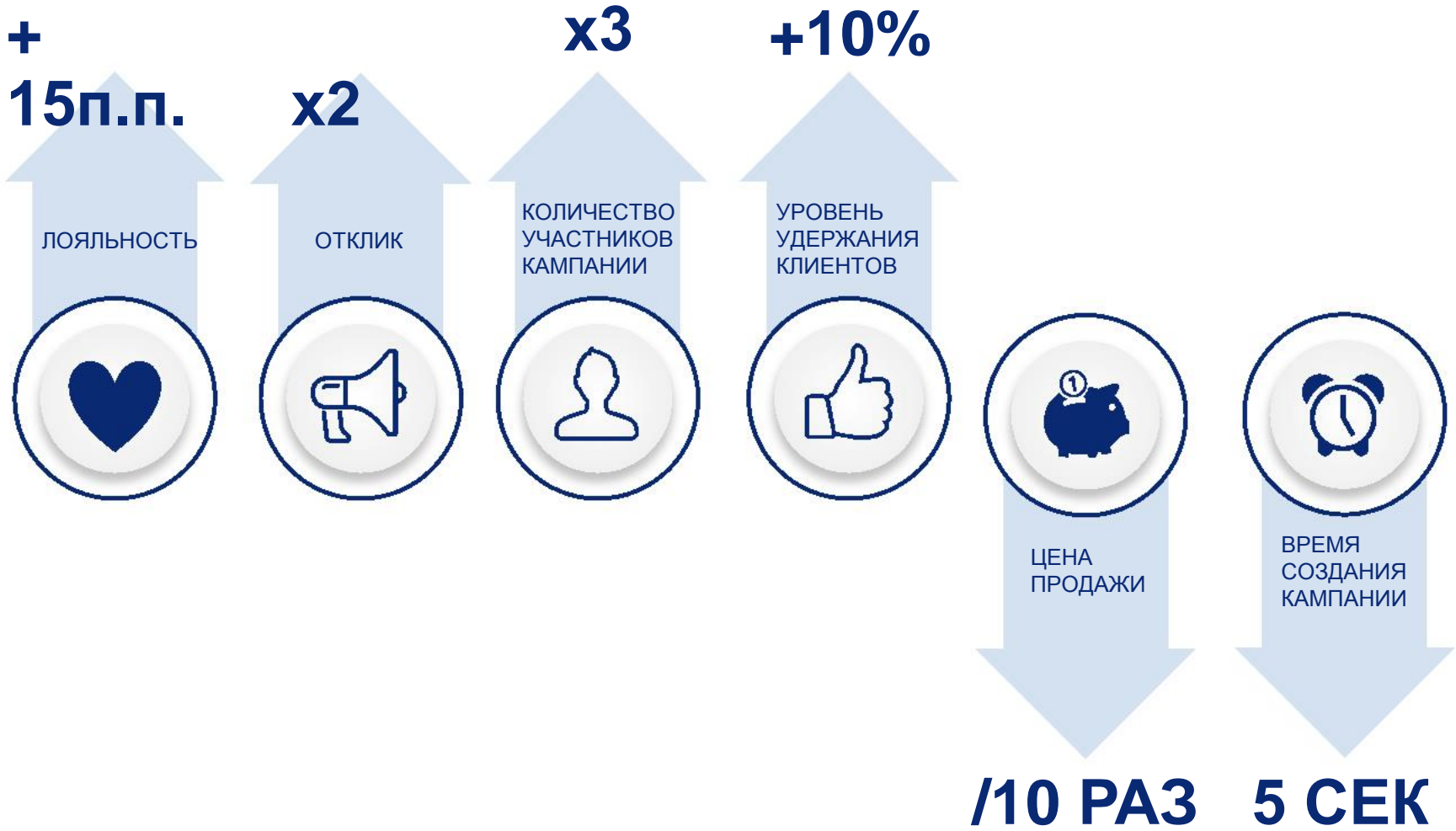
1 тыс.

Характеристик клиентов

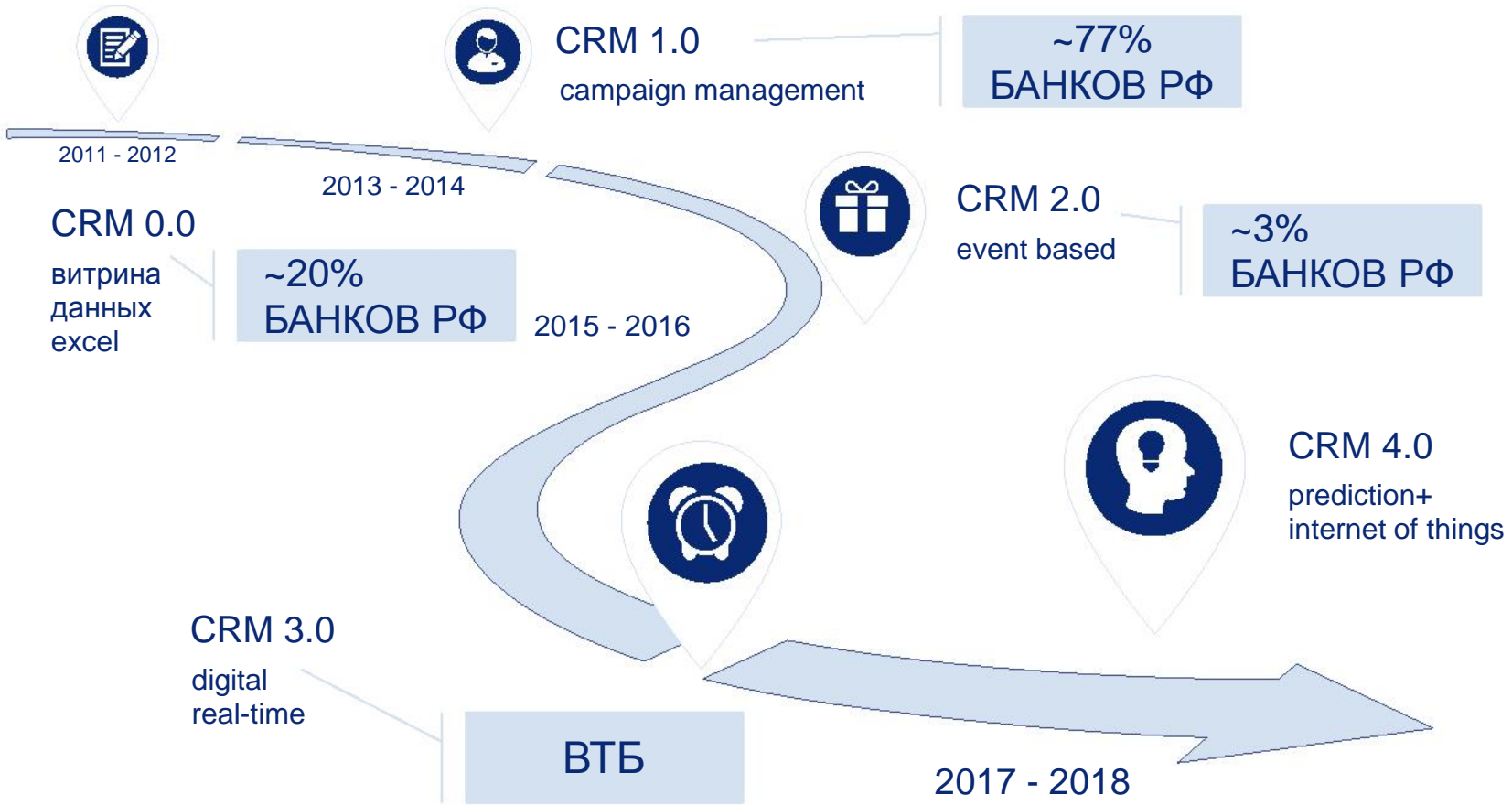
5 секунд

Среднее время реакции

# ... И какие это принесло результаты



# REAL-TIME OFFERING – очередной необходимый шаг в стратегической карте развития персонализированного маркетинга в финансовой сфере



DIGITAL  
+  
EVENT-BASED  
+  
REAL-TIME



КЛИЕНТ



ГДЕ?

В ПРАВИЛЬНОМ  
КАНАЛЕ

КОГДА?



В ПРАВИЛЬНОЕ  
ВРЕМЯ



ЧТО?

ПРАВИЛЬНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ



**Антон Утехин**

Руководитель службы продаж в  
электронных каналах

[utehin@msk.vtb.ru](mailto:utehin@msk.vtb.ru)