

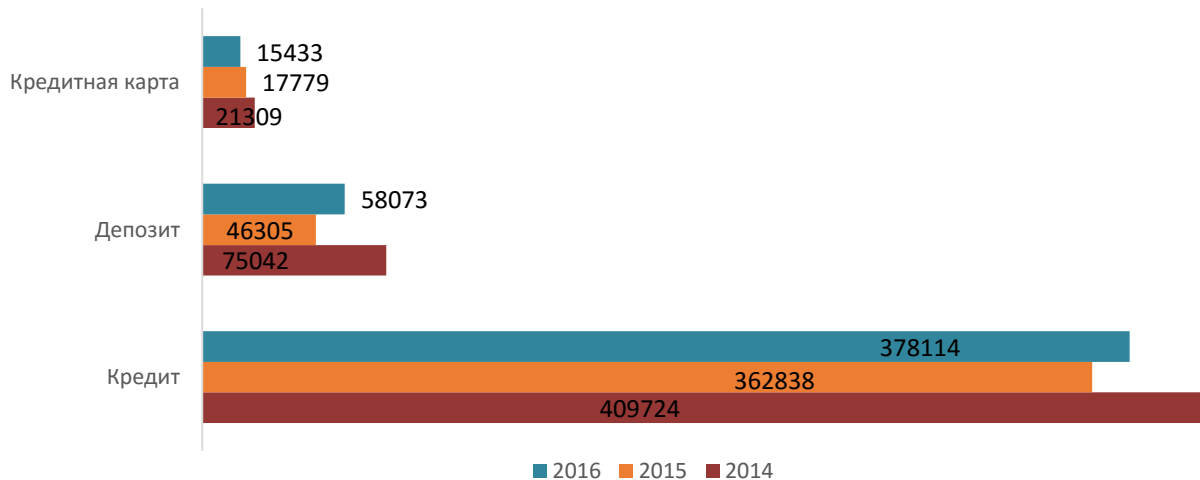
Самые прибыльные сегменты розничного бизнеса

Докладчик: Дмитрий Яковлев

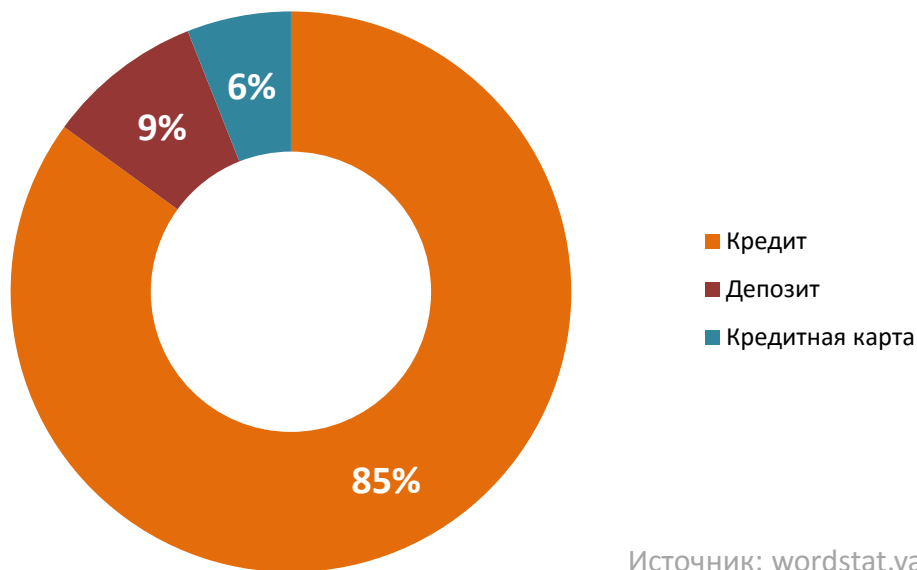
Заместитель Председателя Правления Форвард Банк

Что наша целевая аудитория ищет в Интернет?

Количество целевых запросов в Интернет в месяц, шт.



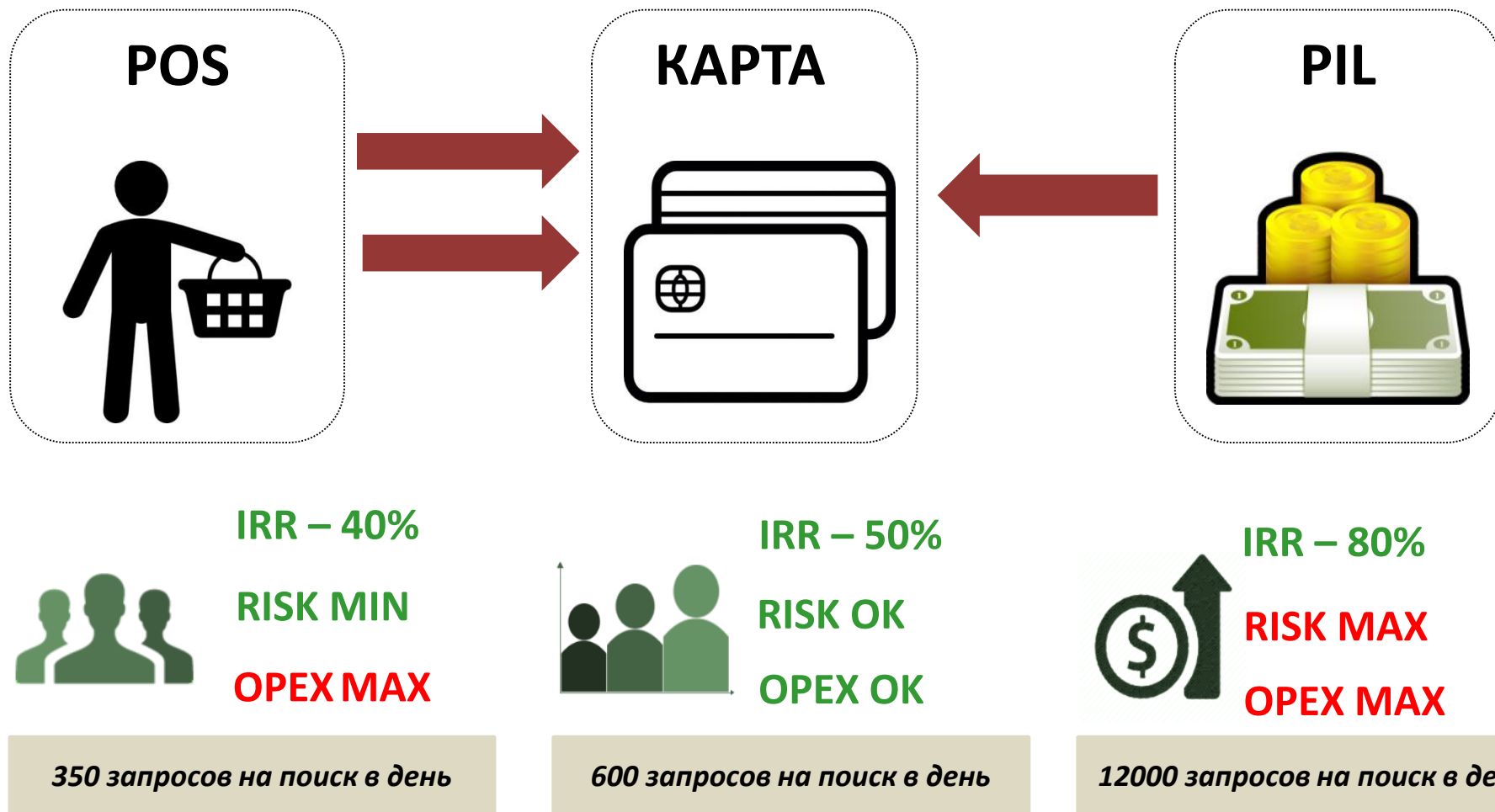
Сравнение поисковых запросов в Интернет, %



Самые популярные запросы клиентов (за день):

- ✓ взять кредит – **1500**
- ✓ кредит онлайн – **1550**
- ✓ кредит с плохой историей – **700**
- ✓ можно кредит – **700**
- ✓ кредит без отказа – **600**
- ✓ даю кредит – **600**
- ✓ кредит без справок – **400**
- ✓ кредитный кредит – **400**
- ✓ где взять кредит – **300**
- ✓ плачу кредит банк лопнул – **150**

Целевые направления розничного бизнеса в разрезе продуктов



Типичный процесс работы с лидами

Шаг 1

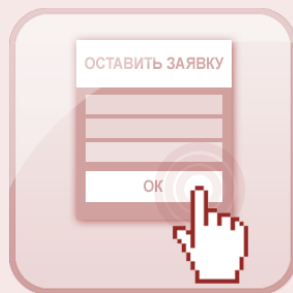
Поиск предложения в Интернет



Клиент ищет или получает выгодное предложение в Интернете

Шаг 2

Заполнение онлайн заявки на странице лендинга



Клиент заполняет онлайн-заявку

Шаг 3

Связь с оператором Банка



После подачи онлайн-заявки с клиентом связывается оператор банка и заводит Анкету на продукт

Шаг 4

Подписание Договора



Клиент подписывает кредитный договор и получает кредит

Клиенты ежедневно ищут:

- ✓ Кредит – 13 тыс. запросов;
- ✓ Кредитная карта – 600 запросов;
- ✓ Кредитная карта с доставкой – 400 запросов;
- ✓ Депозит – 2 тыс. запросов.

Банки предлагают :

- ✓ Короткую анкету – только основные данные о клиенте;
- ✓ Полную анкету – полноценная информация о клиенте.

Банки перезванивают:

- ✓ Самое короткое время – 20-30 сек.;
- ✓ Среднее время – до 10 мин.

Банки доставляют:

- ✓ Пакет документов и карту клиенту в удобное время и удобное место, что делает сервис действительно дистанционным.

Выполнение воронки продаж

Шаг 1

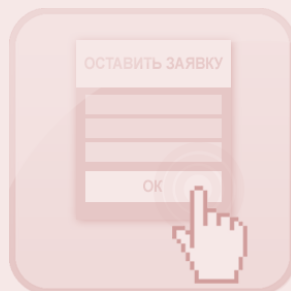
Поиск предложения в Интернет



Клиент ищет или получает выгодное предложение в Интернете

Шаг 2

Заполнение онлайн заявки на странице лендинга



Клиент заполняет онлайн-заявку

Шаг 3

Связь с оператором Банка



После подачи онлайн-заявки с клиентом связывается оператор банка и заводит Анкету на продукт

Шаг 4

Подписание Договора



Клиент подписывает кредитный договор и получает кредит

✓ **80%** от входящего потока

✓ Дозвон – **85%**
✓ Анкета – **35%**

✓ Одобрение банка – **15%**
✓ Авторизация – **90%**

HitRate=5%

КАК УЛУЧШИТЬ ВЫПОЛНЕНИЕ ВОРОНКИ?

1) Отбирать целевых клиентов для размещения промо

2) Определить максимально эффективное количество полей в заявке

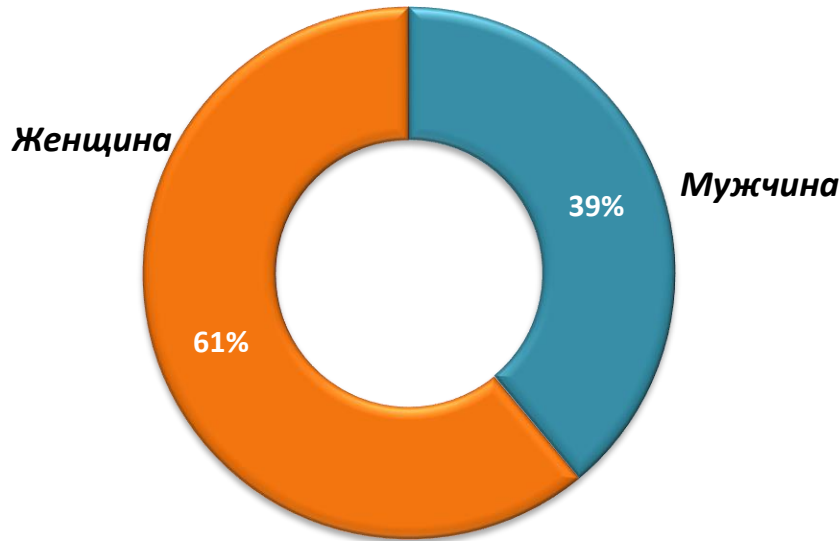
3) Автоматизировать процесс оценки клиента и заполнения заявки

4) Организовать доставку в удобное клиенту время и место

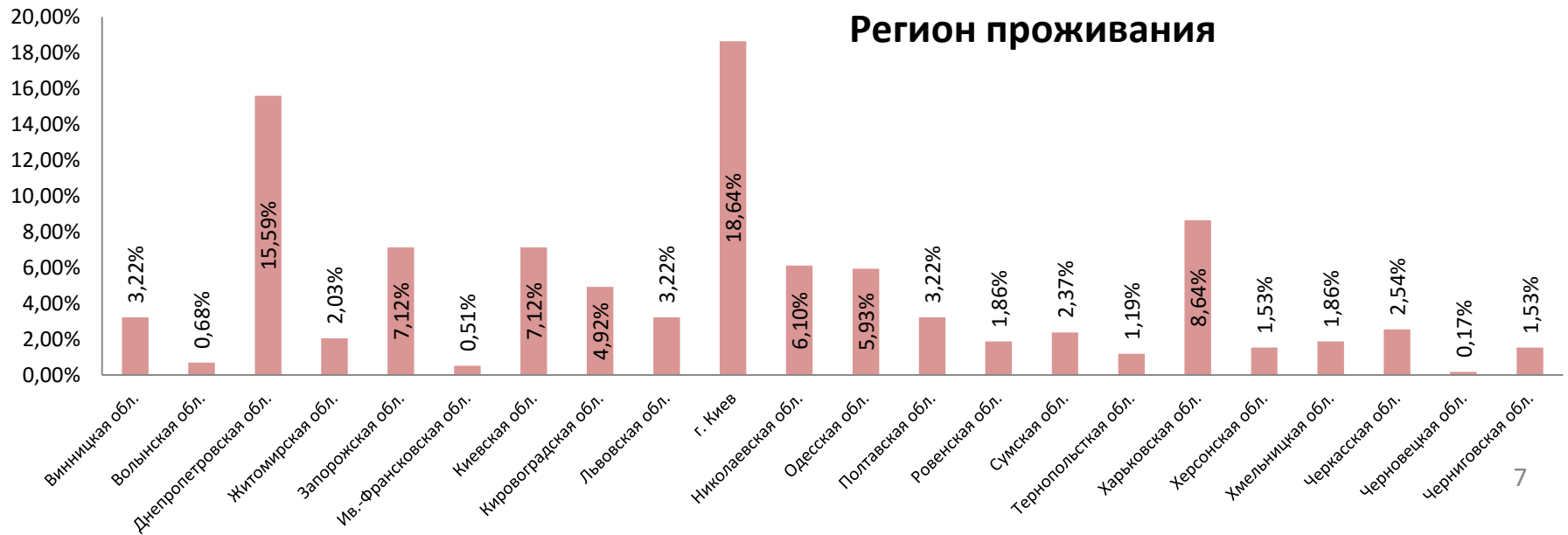
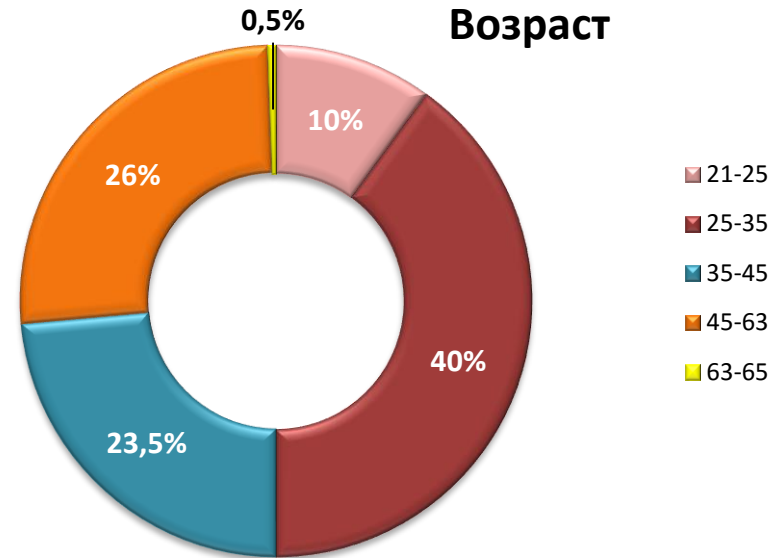
ПОРТРЕТ КЛИЕНТА:

кредиты в Интернет ищут женщины в возрасте 25-45 лет в городах-миллионниках

Пол клиента



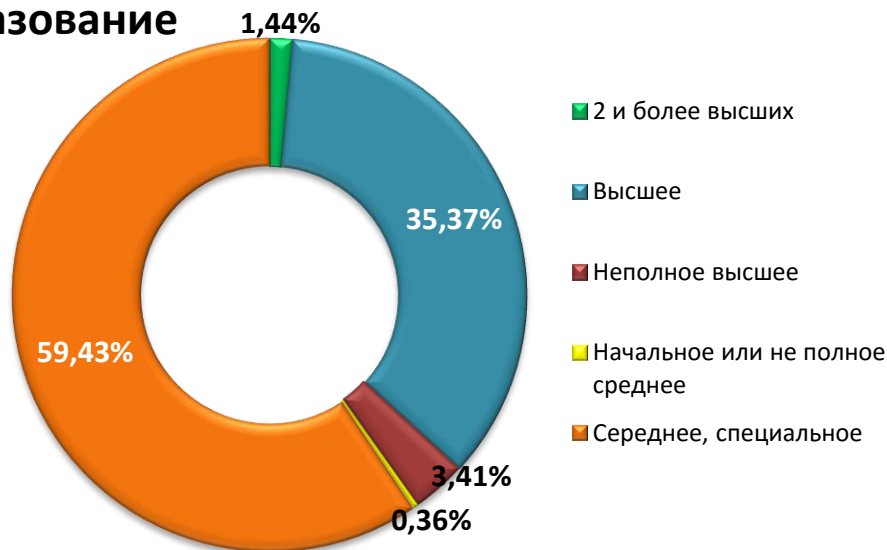
Возраст



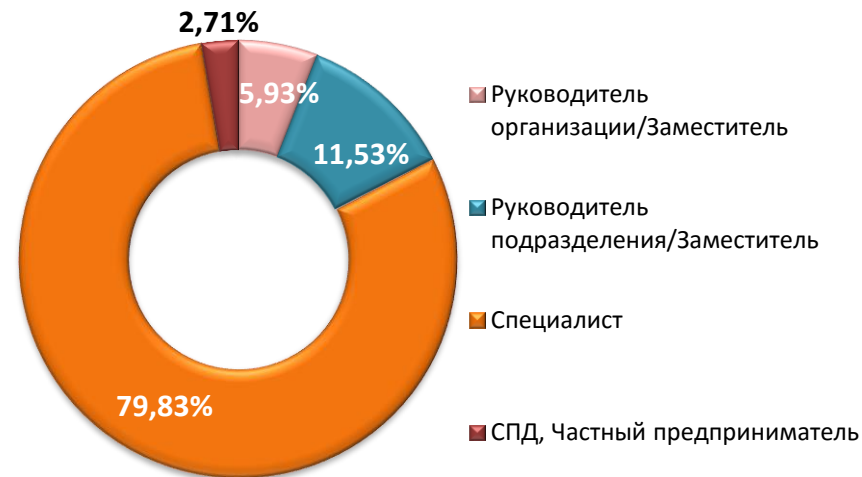
По социальному статусу – это:

клиенты mass-сегмента со средним или специальным образованием,
занимающие не руководящие должности

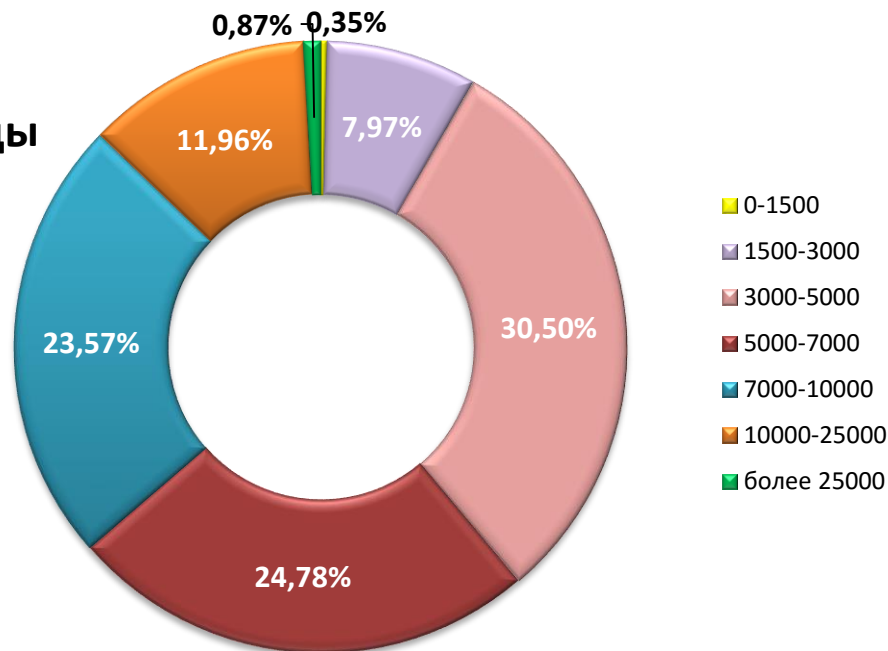
Образование



Должность



Доходы



Альтернативные варианты продвижения.

Типы рекламного трафика для привлечения лидов



Реклама в соц. сетях



Контекстная
реклама



E-mail
рассылка



Мобильное
приложение



Баннерная
реклама



Приложения/игры в
социальных сетях



Реклама на
бренд

Мотивированный
(стимулирующий) трафик



Каждый банк выбирает собственную стратегию продвижения, исходя из нескольких вариантов:

Процесс	Компетенция лидогенератора	Компетенция внутри банка
<i>Управление продвижением (контент, план продвижения)</i>	 Аутсорс. Банк не может влиять на процесс продвижения	 Ответственность сотрудников банка или рекламного агентства
<i>Затраты на продвижение</i>	 Нет	 100% затрат
<i>Гибкое изменение плана продвижения (А/В тесты, пилоты и т.д.)</i>	 Нет	 Полное управление процессом
<i>Управление ресурсами и компетенциями</i>	 Аутсорс	 Внутреннее
<i>Затраты на персонал</i>	 Нет	 Внутреннее
<i>Администрирование процесса продвижения</i>	 Аутсорс	 Внутренняя разработка. Необходима админ-консоль для управления процессом
<i>Взаиморасчеты с веб-мастерами</i>	 Аутсорс	 Внутреннее