



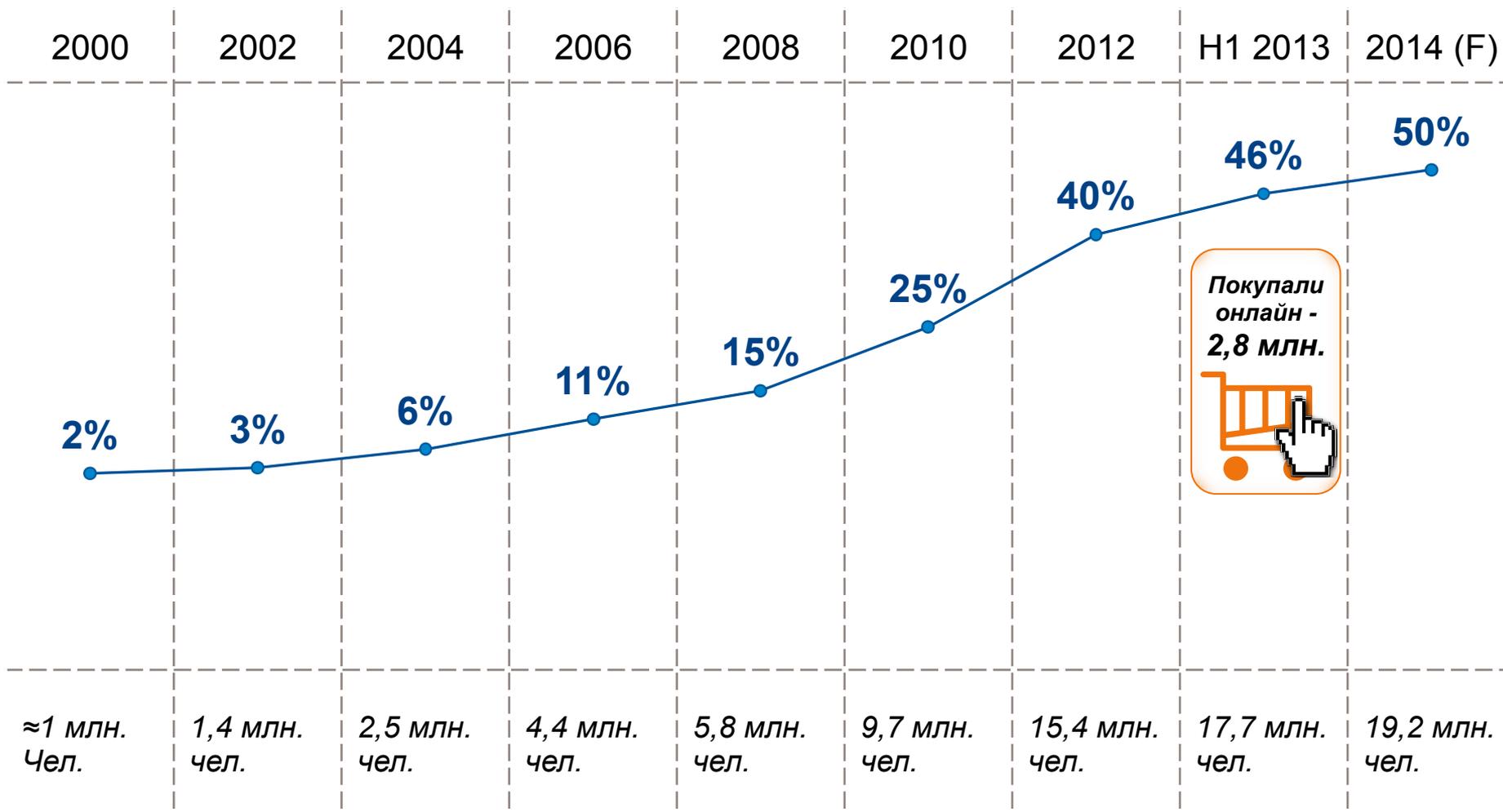
# УДАЛЕННЫЙ БАНКИНГ - ЧЕГО ОЖИДАТЬ ОТ БАНКОВ И ИХ КЛИЕНТОВ

ДМИТРИЙ ЯБЛОНОВСКИЙ  
GfK UKRAINE

# Количество регулярных Интернет-пользователей в Украине



Отнibus, вся Украина, 16+



# Что покупают и какими онлайн ресурсами пользуются?

## ТОП-6 ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРИОБРЕТАЮТ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ



Бытовая техника, компьютерная техника и электроника



Одежда



Аксессуары и подарки (ювелирные украшения бижутерия и т.д.)



Косметика и парфюмерия



Гостиницы, билеты (железнодорожные, автобусные, авиабилеты)



Товары для детей (одежда и обувь, игрушки и т.д.)



## КАКИЕ ОНЛАЙН РЕСУРСЫ ИСПОЛЬЗУЮТ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛИ?

Интернет-аукционы и доски объявлений

~каждый 2й

Сайты со сравнением цен разных Интернет-магазинов

~каждый 2й

Скидочные порталы

~каждый 4й

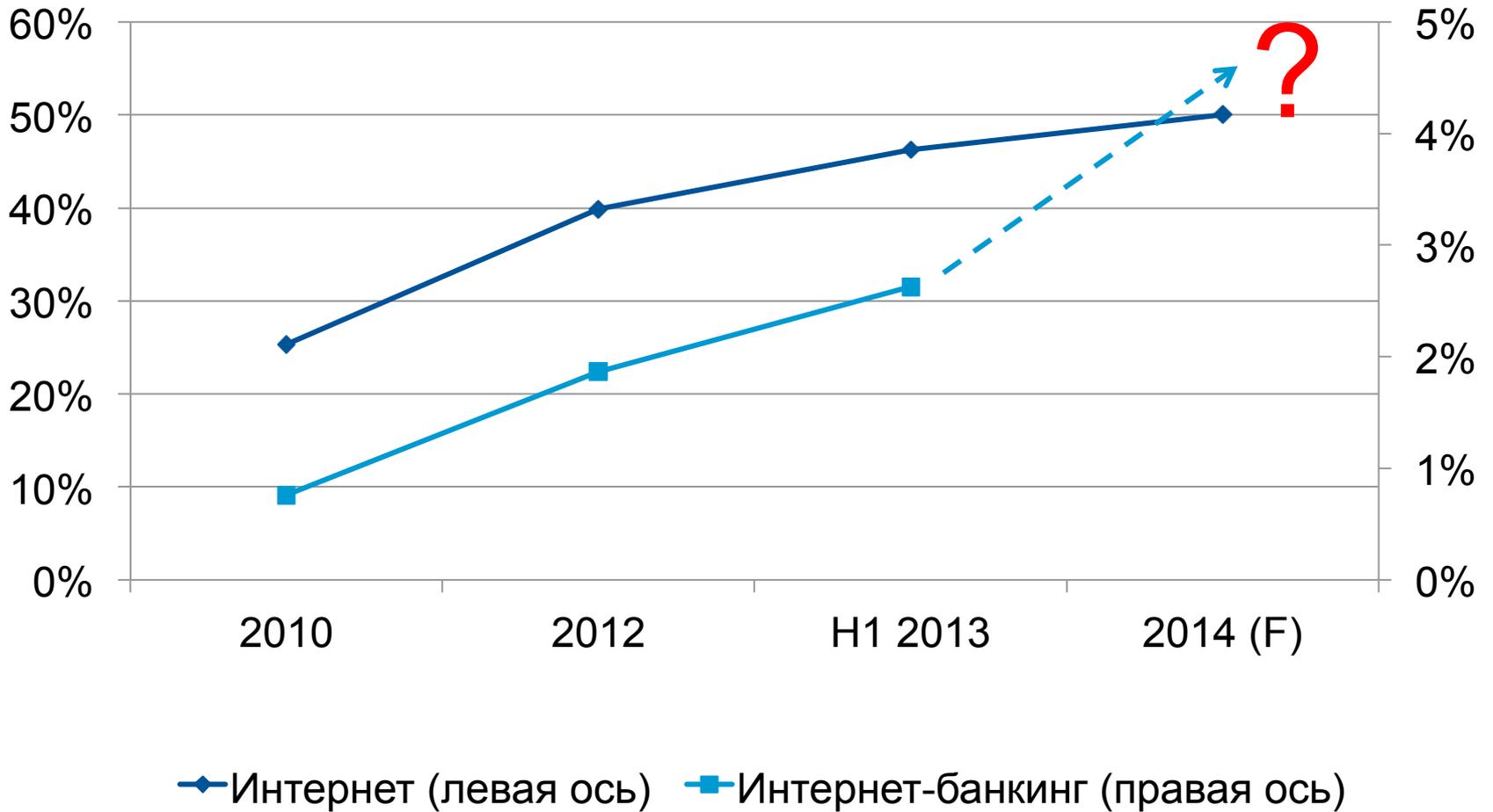


Покупки через социальные сети

~каждый 6й



# Положительная динамика продолжится



	ПРИВАТ БАНК	УКРСИББАНК	РБА	ДЕЛЬТА БАНК	ПУМБ	АЛЬФА- БАНК
ОТКРЫТИЕ ПРОДУКТОВ:						
ДЕПОЗИТ	+	+	-	+	+	+
ВИРТУАЛЬНАЯ КАРТА/ СЧЕТ В ВАЛЮТЕ ИЛИ ВИРТУАЛЬНЫЙ СЧЕТ В ЗОЛОТЕ	+	-	-	-	-	-
ОФОРМЛЕНИЕ ЗАЯВКИ:						
ДЕБЕТОВАЯ КАРТА / СЧЕТ	+	+	-	-	+	-
КРЕДИТНАЯ КАРТА/КРЕДИТ	+	-	-	+	-	+
ПЕНСИОННЫЙ СЧЕТ	+	-	-	-	-	-
УСЛУГА «ЭКСТРЕННЫЕ ДЕНЬГИ»*	+	-	-	-	-	-

\* - через Интернет-банкинг можно заказать «кредит», который получить потом по коду в банкомате банка

## Крок 1. Оберіть депозитний продукт

Будь ласка, вкажіть параметри бажаного депозиту:

Нараховані проценти додаються до суми депозиту

Валюта

Можливість поповнення

Виплата процентів

Можливість знімати кошти



[Главная страница](#)

[Платежи](#)

[Регулярные платежи](#)

[Вопрос сотруднику](#)

### Пополнение картой другого банка

Номер карты

Получатель

Альфа старт

от 01.01.2011

Остаток 53,26 UAH

### Кредит на карту

Валюта кредита: гривна

Процентная ставка по кредиту: 0,01% годовых

Срок кредита: от 6 до 36 мес

Сумма кредита: от 1000 до 15000 грн.

Требования к заемщику: возраст от 25 до 65 лет, гражданин Украины

Комиссия 2,99 % ежемесячно от суммы кредита

### Крок 1. Введення інформації

Тип послуг:

Списати з рахунку:

- Мій поточний рахунок №1 26203409221800 UAH
- Мій поточний рахунок №2 26250007638257 UAH
- Мій поточний рахунок №3 26251007786506 UAH

Телефон

portmone.com

[Зарегистрироваться](#)

ЗАЯВКА НА ОФОРМЛЕНИЕ КРЕДИТНОЙ КАРТЫ

# Функционал Интернет-банкинга

ИТшники сделали свою работу

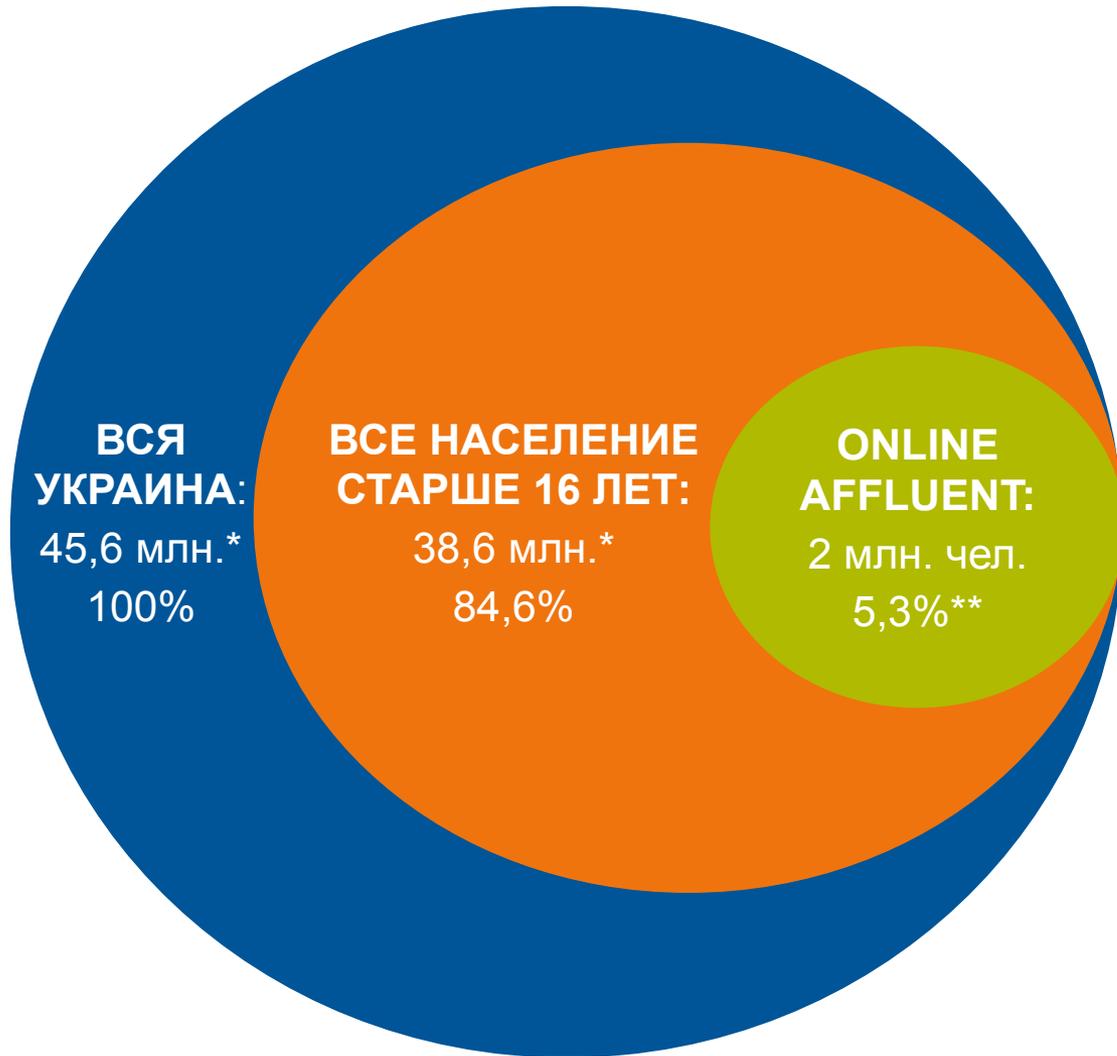


Теперь очередь маркетологов



Нельзя продвигать ИБ всем, необходимо выбрать аудиторию

## Почему online affluent: размер аудитории



**МЫ ПРЕДЛАГАЕМ  
СЛЕДУЮЩЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ  
ONLINE AFLUENT**

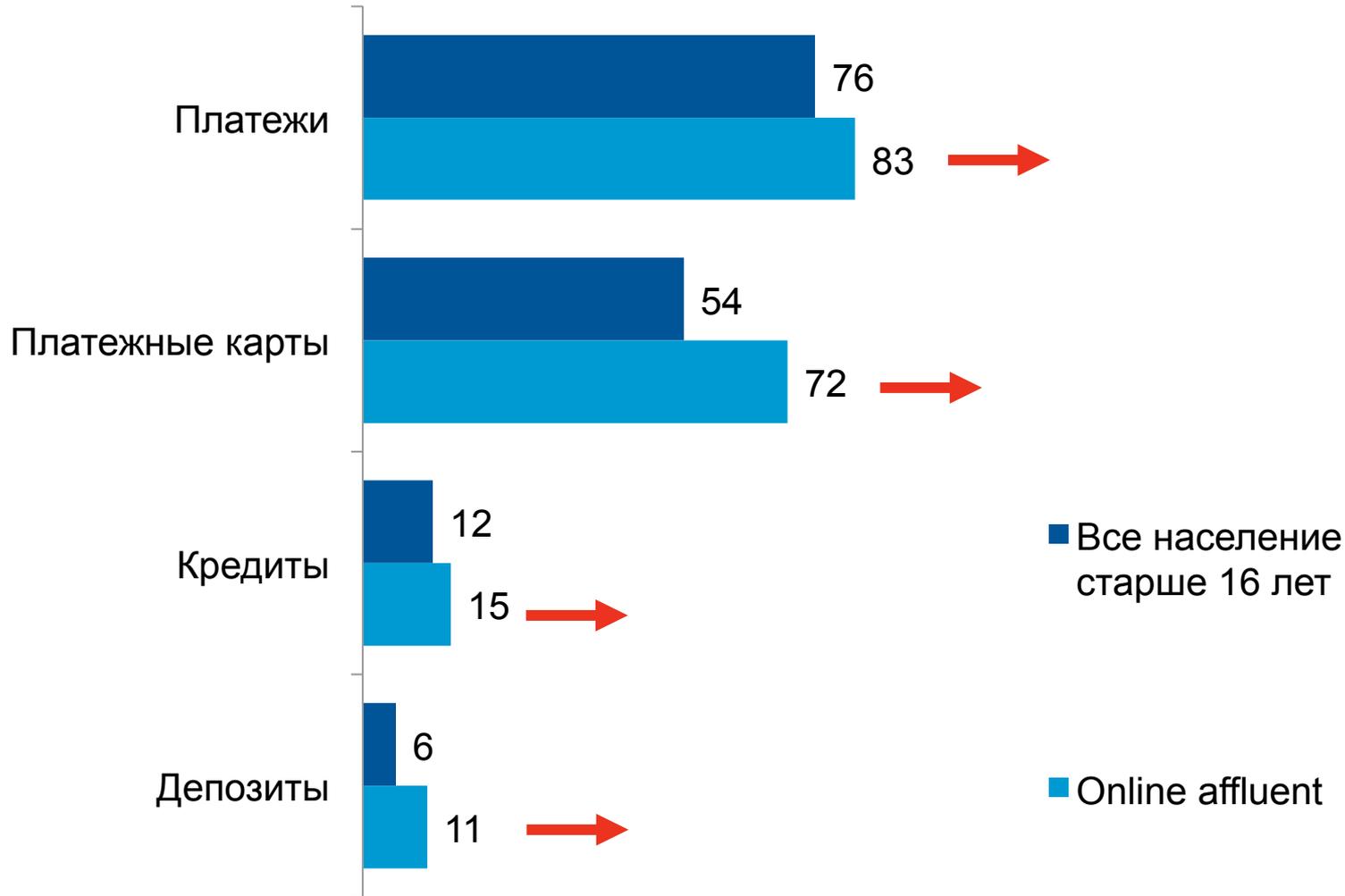


- Возраст: 25-50 лет
- География: города с населением 50тыс. жителей и больше
- Уровень благосостояния семьи: хватает на еду, одежду, обувь и остаются деньги на другие покупки
- Пользователи Интернет
- Пользователи мобильной связью

\* Источник - Госкомстат

\*\* Источник – Регулярное исследование банковского рынка GfK Ukraine

# Почему online affluent: активные пользователи банковских услуг



# Почему online affluent: активные пользователи банковских услуг



Источник данных: регулярное исследование банковского и телекоммуникационного рынка GfK Ukraine  
 Аудитория: люди старше 16 лет по всей Украине

## Почему online affluent?

- ✓ Размер аудитории
- ✓ Высокий доход и сбережения
- ✓ Готовы платить за хороший сервис, большое количество транзакций
- ✓ Открыты к новым технологиям и сложным продуктам
- ✓ Предпочитают удаленные каналы

# Как продать?

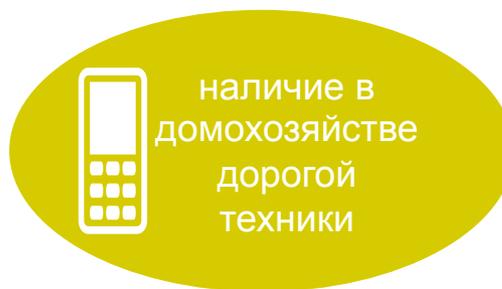
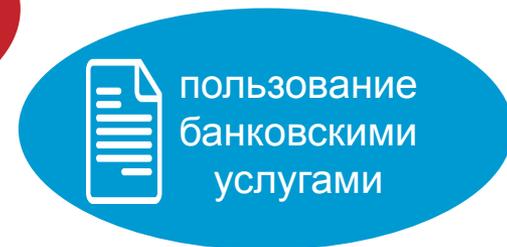


Сегментировать

Описать  
портрет

Понять, что  
продавать в  
зависимости от  
потребностей

# Какие критерии можно использовать для определения аудитории online affluent?



# Пример, как можно определить ЦА



Пример 1



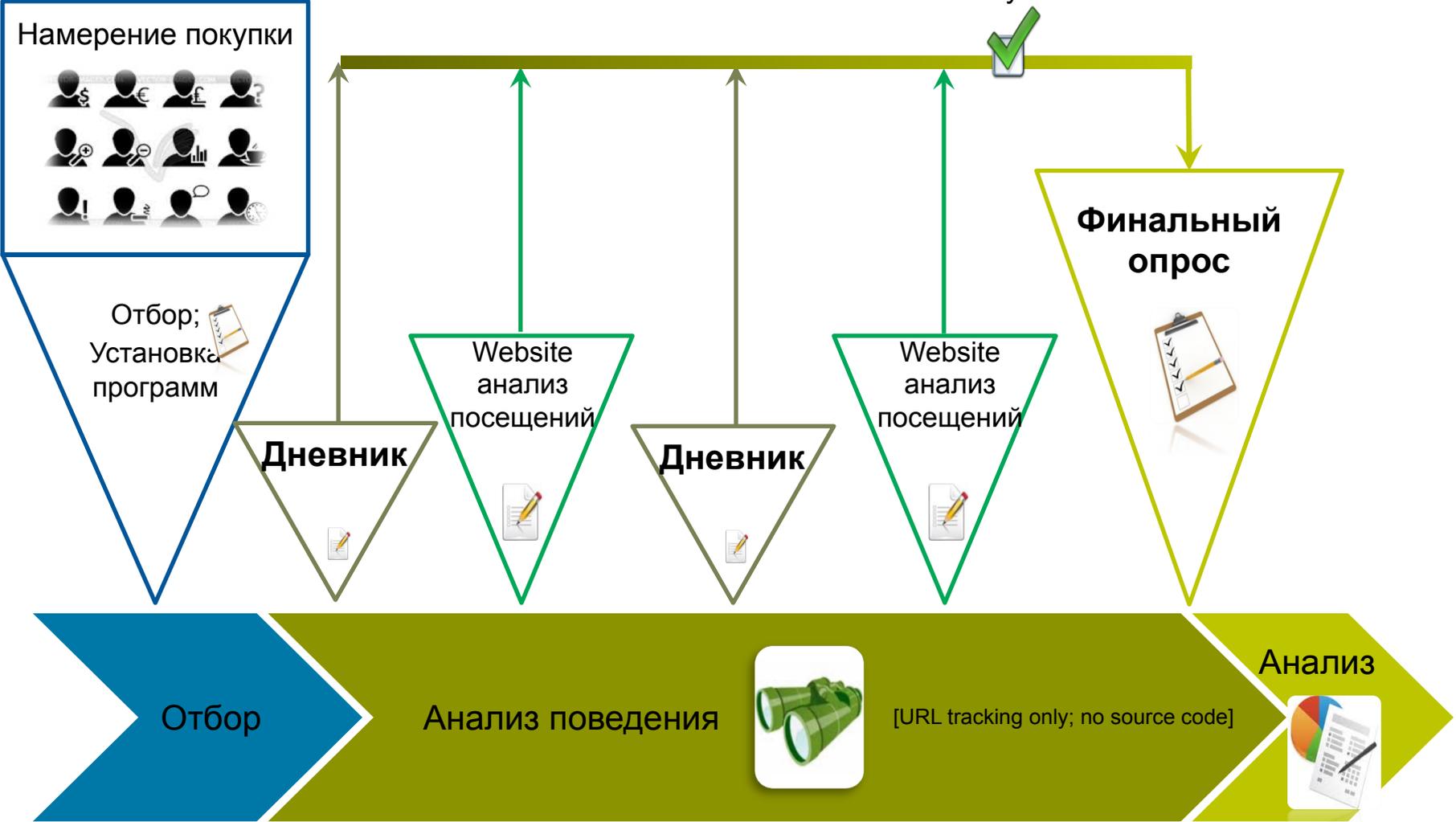
Пример 2



# В исследовании – фокус на реальном поведении и его объяснении



Покупка



# Портрет представителя ЦА



## Катя

Катя – молодой маркетолог, работает в крупной международной компании

Любит красиво и стильно одеваться, следит за модными тенденциями

Старается вести здоровый образ жизни, правильно питаться. Занимается йогой

Любит путешествовать, особенно по Европе и Юго-Восточной Азии

На досуге ходит с друзьями в кино и в рестораны

Много читает, в основном – профессиональную литературу по маркетингу и рекламе, а также новинки современной литературы





## Иван Иванович

Иван Иванович – руководитель среднего звена в государственной организации. Работает там уже давно, коллеги и руководство ценит его за профессионализм и ответственный подход к работе

Ивану Ивановичу ближе к 50, он женат, у него две дочери-студентки

На досуге Иван Иванович любит читать. Помимо деловой прессы, читает много классической литературы.

Водит машину. Летом часто выбирается на рыбалку. Старается следить за здоровьем, ходит в бассейн

## Привилегии:

- Комфортные зоны обслуживания Premium в отделениях банка
- Обслуживание вне очереди в кассах отделений с зонами Premium
- Услуги персонального финансового консультанта
- Возможность выбрать время встречи с консультантом при планировании встречи не менее чем за 3 дня
- Построение индивидуального финансового плана для клиентов
- Расширенная линейка банковских продуктов:
  - пакет «Премиальный»
  - повышенные ставки по депозитам
  - особые условия оформления кредитных карт
- Центр информационной поддержки клиентов Premium



## Финансовые критерии для клиента Premium:

- среднемесячный доход от 1 тыс. евро в эквиваленте либо
- депозит 30-70 тыс. евро в эквиваленте

### Привилегиями премиум-класса пользуются владельцы карты Gold



- Возможность обратиться на выделенную для GOLD-клуба круглосуточную линию клиентской поддержки;
- Специальные скидки от 3 до 20% в более чем 3 700 элитных предприятиях Украины, России, Латвии и Грузии, входящих в Дисконтный клуб «ПриватБанк VIP»;
- Премиальные предложения от платежной системы: сотрудники круглосуточной службы поддержки помогут по всем вопросам, связанным с утерянными или украденными картами, срочным получением наличных, адресами банкоматов;
- Возможность воспользоваться в любой точке мира услугой «Экстренная выдача наличных или новой карты»;
- Возможность хранить ценности в сейфовых ячейках ПриватБанка.

**VIP-клиенты Дельта Банка по критериям соответствуют Affluent-клиентам крупных банков**



## Привилегии:

- Возможность заказать через Интернет обратный звонок специалиста VIP-центра для обсуждения вопросов, связанных с оформлением депозитов, кредитных и дебетных карт, использованием интернет-банкинга;
- Возможность заказать приоритетное обслуживание в удобном отделении банка;
- Получение телефонной консультации в режиме 24/7, не называя все свои личные данные – только специальный ТПИН-код;
- Повышенная процентная ставка на депозит.



## Финансовые критерии для VIP-клиента:

- депозит от 100 тыс. грн. (15 тыс. долл.)  
либо
- открытие Платежной карты №1 VIP или «Дельта-Maxim»

### Premium-предложения от Visa



- Скидки в торговых точках категорий «Путешествия», «Рестораны», «Стиль жизни», «Покупки» в Украине и за рубежом
  - В частности скидки до 75% при бронировании номеров в 50 000 отелей в более чем 130 странах мира
- Помощь в случае потери карты, экстренная замена карты, экстренная выдача денежных средств, медицинская и юридическая поддержка
- А также дополнительные привилегии для владельцев Visa Platinum и Infinite



### Premium-предложения от MasterCard

- Программа скидок и привилегий от партнеров MasterCard Selective действует для владельцев MasterCard Gold, Platinum, World Elite, World Signia
- Замена карты в течение 48 часов, поддержка при потере карты, дополнительные привилегии для владельцев карт Platinum и выше

Информация о  
банковских  
операциях  
клиента



В какие  
магазины ходят



Сколько платят



Кому переводят деньги

+ маркетинговые  
исследования

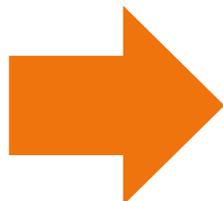
=

предложение, которое  
ценностно и  
функционально привязано  
к потребностям  
конкретного человека

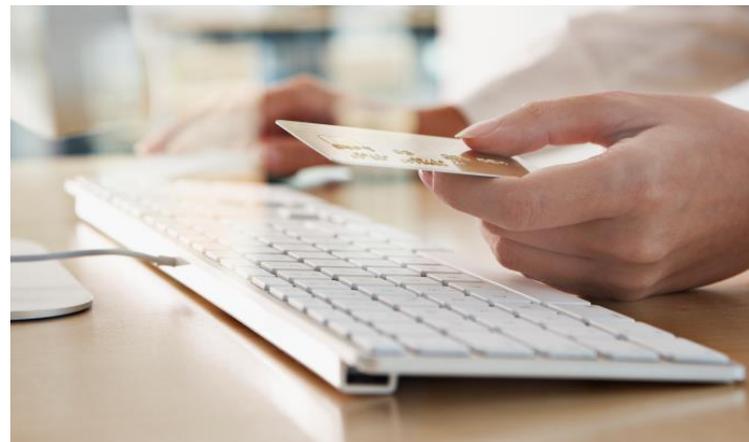
## МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТЬ

### 2003

- Клиент приходит к банкомату 2 раза в месяц, снимает зарплату
- Коммуналку платит в Ощадбанке



- Зарплатная карта
- Кредитная с кеш-беком, который платит в магазине
- Через ИБ переводит деньги из зарплатного банка на депозит
- Звонит в КЦ, чтобы изменить лимиты
- Платит картой в магазине и Интернет
- Иногда снимает наличные
- Заходит на сайт – найти банкомат
- Иногда приходит в отделение, чтобы взять выписку в посольство или узнать что-то о новом продукте.

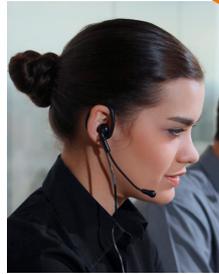


**Количество контактов с банком: 3**

**Количество контактов с банком: 10+**

# Не Интернет-банком единым: необходима мультиканальность

## Мультиканальность



Неизменный уровень сервиса



Взаимодействие между каналами



Функционал Интернет-банкинга



На рынке выигрывает тот, кто готов к революции еще до первых признаков ее наступления.



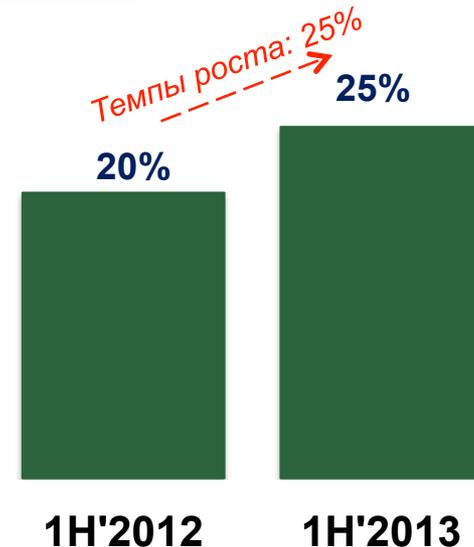
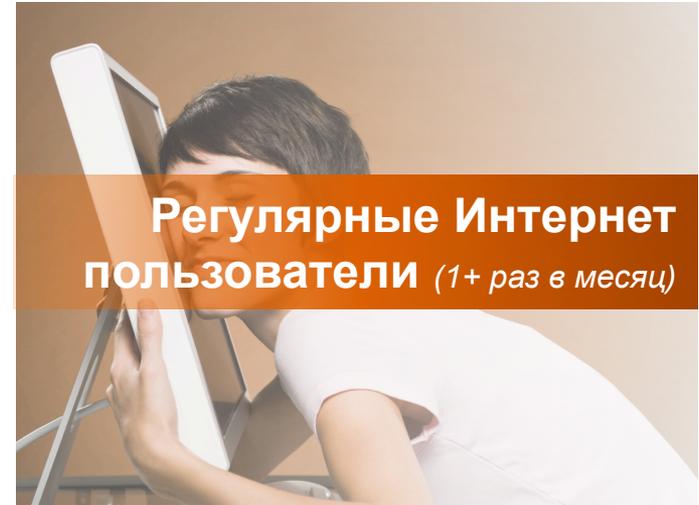
Все готовы к революции Интернет-банкинга, готовы ли мы к революции мобильного банкинга?



# Сколько пользователей Интернета на экране телефона в Украине?



Omnibus, вся Украина, 16+



# Быть доступным

При помощи мобильного телефона:

Искали информацию



**73%**

Искали конкретный товар/бренд



**53%**

Занимались поиском цены товара



**47%**

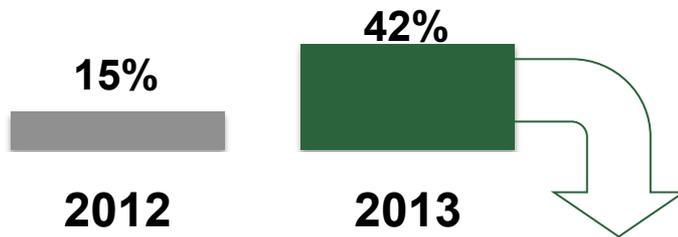
для **23%** очень важно, чтобы посещаемый сайт был адаптирован под просмотр на мобильном телефоне,

а для **46%** это важно, но не критично

# Подталкивать к действиям

**Мобильные телефоны используются для совершения покупок**

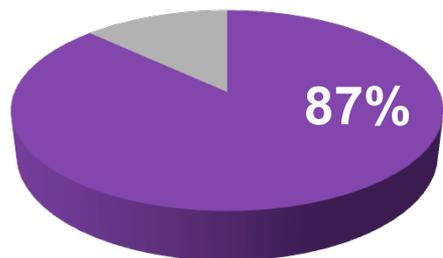
**... а те, кто ничего не покупал с помощью телефона, объясняют это тем, что...**



## Топ-5 покупок с помощью мобильного телефона



# Покупатели используют Интернет через телефоны в магазинах...



**Использовали мобильный телефон при походе по магазинам**

*Из них...*

**66%**

**Искали через мобильный Интернет информацию о выбранном товаре**



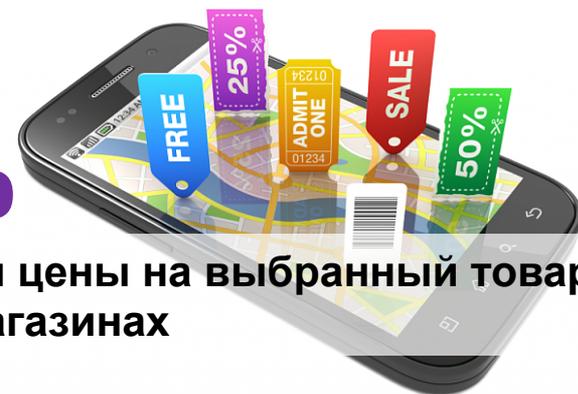
**17%**

**Сканировал бар-код выбранного товара при помощи мобильного телефона**



**54%**

**Сравнивали цены на выбранный товар в разных магазинах**



...и ищут те самые магазины



искали информацию о близлежащих магазинах, в которых представлен необходимый товар

11%

искали в Интернете ваучеры на скидки на выбранный товар\услугу



# QR коды



Знают, что такое QR код

Считывали QR коды...

63%

из них...

53%



Считывали QR коды для...



## Быть креативным

**Мобильная реклама обладает довольно высоким уровнем проникновения**



**63%** обращали внимание на онлайн рекламу на своем телефоне

против 92% на компьютере

**69%** Использовали свой телефон для поиска информации после просмотра объявления\рекламы в журнале, на плакате, на ТВ или в магазине\компании

**К креативной рекламе относятся лучше, её готовы принимать за бонусы**



Всего **11%** положительно относятся к рекламе на телефоне



**37%** готовы получать рекламу в обмен на бесплатный контент, пользование сервисом или приложением

От мультиканальности к **единой мобильной платформе**

Мультиканальность

