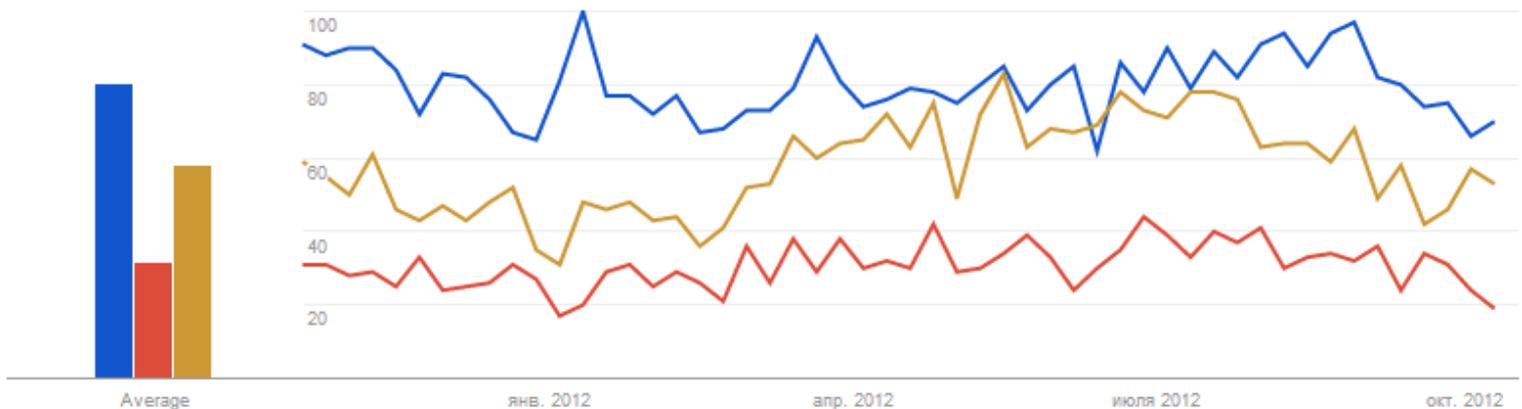


**КАКИЕ ПРОДУКТЫ И
КАК КЛИЕНТЫ ХОТЯТ
ПОКУПАТЬ В
ИНТЕРНЕТ?**

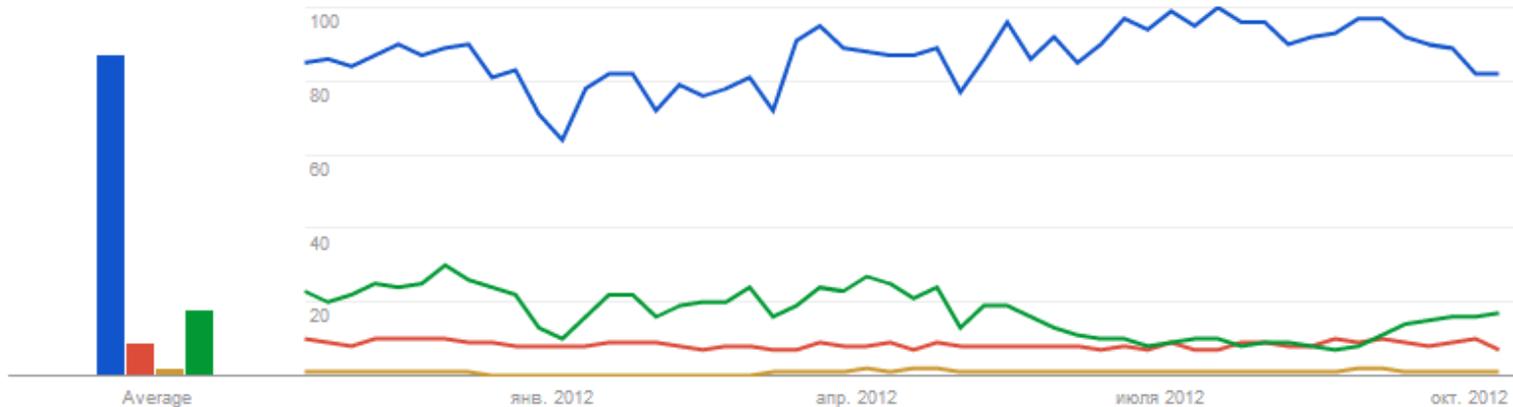
Search terms ?

- × авто кредит
- × кредитка
- × кредит наличнь
- + Add term
- Other comparisons



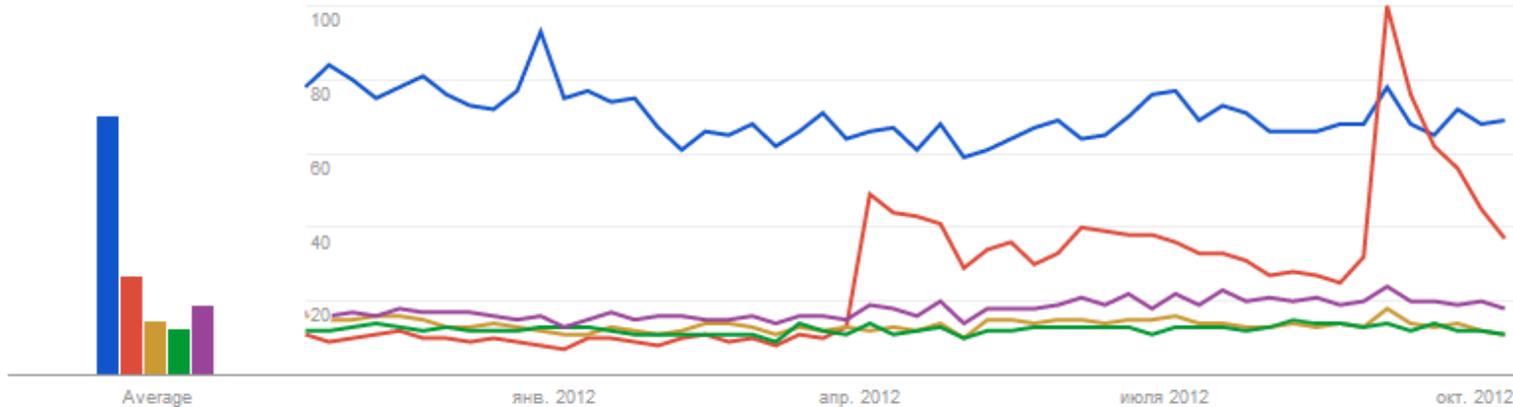
Search terms ?

- × кредит
- × депозит
- × вклады
- × страхування
- + Add term



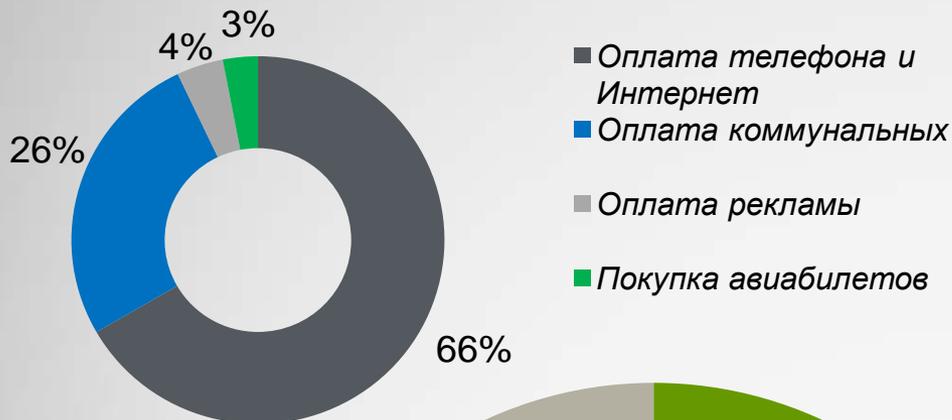
Search terms ?

- × приватбанк
- × Ощадбанк
- × Укросоцбанк
- × Альфа банк
- × Укрсиббанк



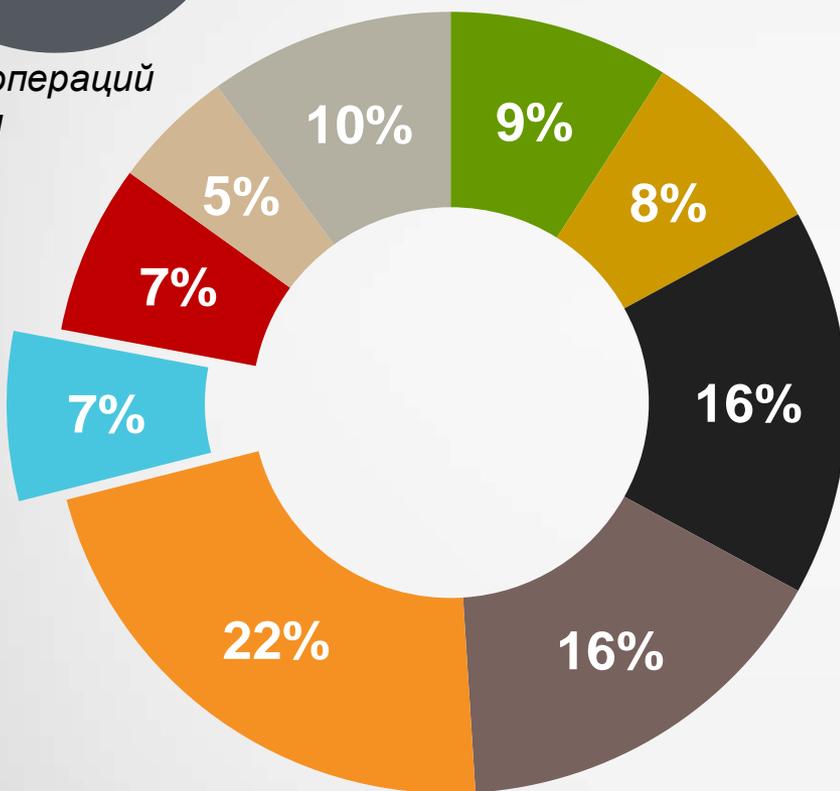


Данные Госкомстат Украины; GfK Ukraine; УПЦ; Прогнозные данные на конец года



25% всех операций с картами

ок. 2 млн. человек



- Не пользуются услугами банков
- Используют вне банков
- Только платежи
- Зарплатные карта или счет
- Карта или счет для соцпомощи
- Активные пользователи карт
- Пользователи потребкредитов
- Держатели депозитов
- Пользуются другими услугами

GfK Ukraine: Исследование среди активных пользователей Интернет, 3 апреля 2012 г., Данные УПЦ

ЗАПАДНЫЕ БАНКИ **50% ЗАЯВОК** **ПОЛУЧАЮТ ИЗ СЕТИ**

Bank 2.0: How Customer Behaviour and Technology will Change the Future of Financial Services

ПРИСУТСТВИЕ

VS

ПРОДАЖИ

**КУДА ИДУТ
РЕКЛАМНЫЕ ДЕНЬГИ
ПЕРВОЙ 20-КИ
РОССИЙСКИХ
БАНКОВ?**

32%

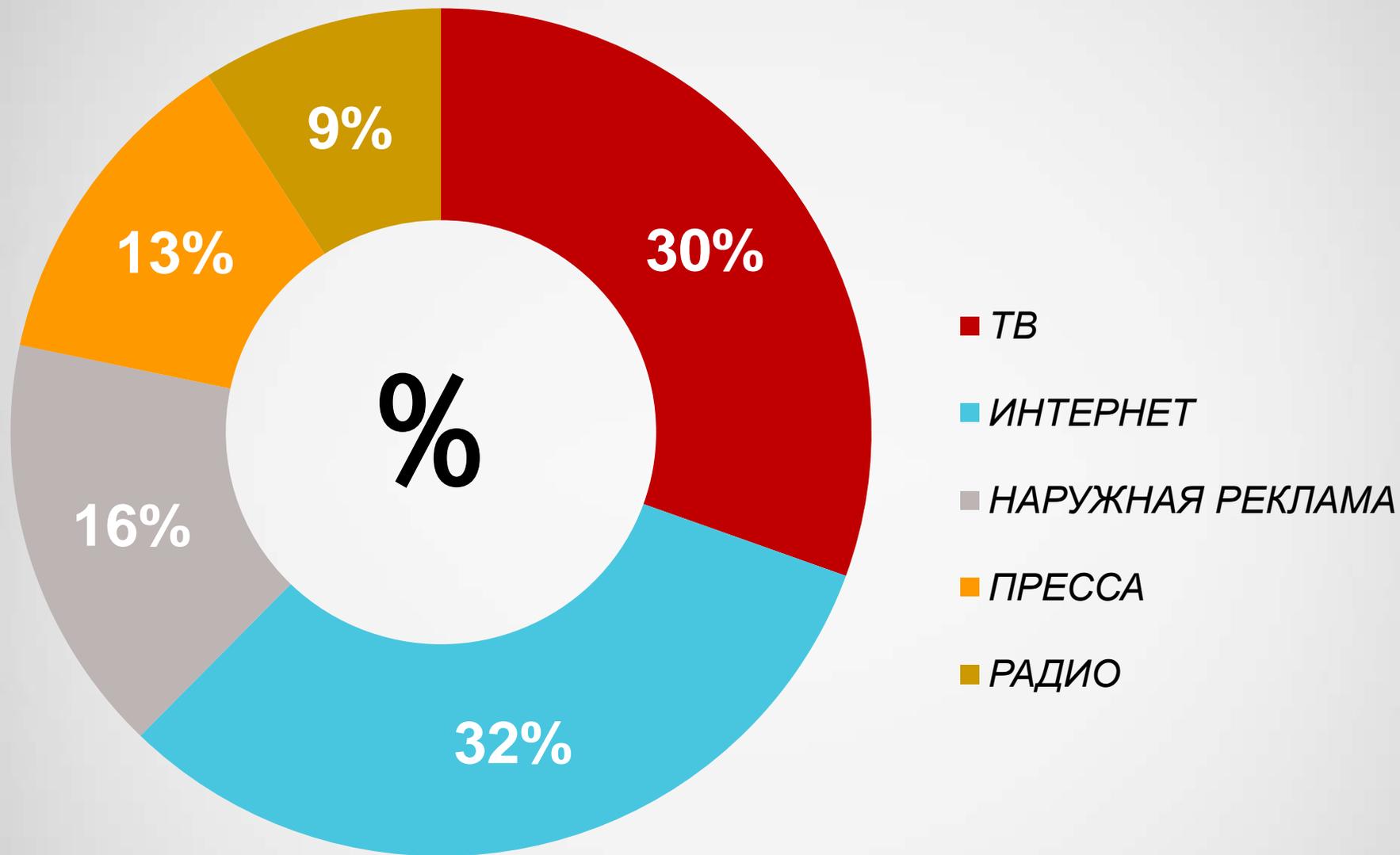
>

30%

ИНТЕРНЕТ

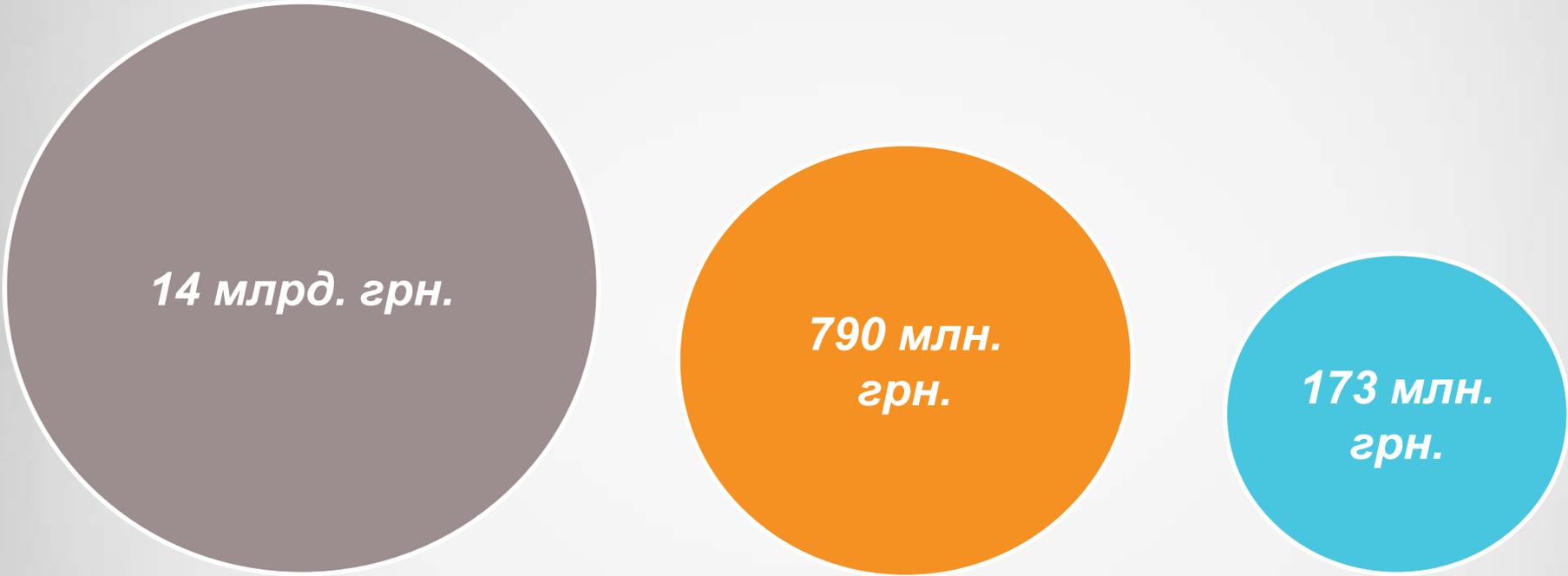
ТВ

Коммерсант-Россия: Банки вкладываются во вкладчиков



Коммерсант-Россия: Банки вкладываются во вкладчиков

ПРОГНОЗ 2012



14 млрд. грн.

ОБЪЕМ ВСЕГО
РЫНКА РЕКЛАМЫ

790 млн.
грн.

ОБЪЕМ РЫНКА
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

173 млн.
грн.

РЕКЛАМА БАНКОВ
В ИНТЕРНЕТ

Прогноз Всеукраинской Рекламной Коалиции на 2012 год; Данные исследования www.mernik.com.ua

НЕ БЫВАЕТ

СТРАТЕГИИ

ПРИСУТСТВИЯ В

ИНТЕРНЕТ.

ЕСТЬ ПЛАН ПРОДАЖ

4 ГЛАВНЫХ

ОШИБКИ

БАНКОВ

В ИНТЕРНЕТ

1. ИНТЕРНЕТ- АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ КАНАЛ

**2. НЕСООТВЕТСТВИЕ
ПРОДУКТА КАНАЛУ И
РЕАЛЬНЫМ
ПОТРЕБНОСТЯМ
АУДИТОРИИ**

3. ИГНОРИРОВАНИЕ ОНЛАЙН-ОПЫТА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

4. НЕГОТОВНОСТЬ КОЛЛ-ЦЕНТРОВ К БЫСТРОЙ ОБРАБОТКЕ ЗАКАЗОВ

ПОСЕТИТЕЛИ



ЧТО ПРОДАЮТ БАНКИ

КРЕДИТЫ
ДЕПОЗИТЫ
ПЛАТЕЖНЫЕ КАРТЫ
ТЕКУЩИЕ СЧЕТА
СТРАХОВАНИЕ
ДЕНЕЖНЫЕ
ПЕРЕВОДЫ
ИНТЕРНЕТ-БАНК

КРЕДИТЫ
ДЕПОЗИТЫ
ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ
ИНТЕРНЕТ
КОММУНАЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ
ИНТЕРНЕТ
СВЯЗЬ
СТРАХОВКА
ТРАНСПОРТНЫЕ БИЛЕТЫ
ТОПЛИВНЫЕ КАРТЫ
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
ГОСТИНИЦЫ

ЧЕГО ХОТЯТ ЛЮДИ

КЛИЕНТЫ



ПРОДУКТ

- Создан на основе анализа потребностей внешних и внутренних целевых групп клиентов – даже очень небольших
- Описан в простой и доступной аудитории форме
- Удобно заказывается
- Быстро оформляется
- Процесс оформления максимально вынесен в онлайн
- Предлагается как внешней, так и внутренней аудитории

РЕШЕНИЕ

- Основано на реальном опыте пользователей
- Тестируется и меняется в ходе кампании
- Ориентировано на контент, а не на функции
- Умеет отличать новых клиентов от старых
- Поддерживается проактивным и мотивированным центром продаж
- Умеет подстраиваться под разные устройства
- Анализируется на основе данных веб-аналитики и данных CRM-системы банка

БАНК

- Анализирует поведение пользователей в реальном времени
- Меняет контент в зависимости от поведения пользователей
- Оценивает каждое целевое действие пользователей в денежных показателях
- Оценивает не количество, а качество аудитории
- Фиксирует и анализирует каждый контакт с пользователем
- Связывает активности в разных каналах
- Быстро создает предложения на основе поведения пользователей

СПАСИБО

ЗА ВНИМАНИЕ