

**FIN
MARKET**



**INNOVATIONS / TRANSACTIONS
PRODUCTS / ANALYTICS
SEGMENTATIONS / SERVICES**

ПРОДАЖА ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ ОНЛАЙН

Программа конференции

Практическая конференция и событие №1 о продвижении
финансовых продуктов и сервисов онлайн

Вдохновляющие тренды и мировые тенденции в продаже финансовых услуг и сервисов

- Отличается ли и чем клиент из онлайн от клиента из оффлайна.
- Формирование имиджа и продажа продуктов банка через обучение: миф или реальность?
- Появление и развитие новых каналов коммуникаций с клиентами



GfK

Украинцы онлайн: портрет и модели поведения

Дмитрий Яблоновский, Руководитель департамента финансовых исследований, GfK Ukraine

- привычки онлайн-потребителя в использовании банковскими услугами
- можно ли их менять
- как сделать клиентский опыт еще больше онлайн

9:30 - 9:50



RZLTT

Финансовый планшет или Создание уникальной ценности за счет развивающей, вовлекающей среды для клиента

Иван Кочетов, RZLTT, Россия

- Интересная и актуальная тема по customer engagement
- Реальный опыт нескольких лет работы над проектом LifePAD

9:50 - 10:10



WiFiBAR

Альтернативные и недорогие каналы коммуникаций для продажи банковских продуктов: WiFi сети

Сергей Шустов, CEO WIFIBAR

- Развитие электронных каналов коммуникаций приводит к появлению таких каналов продвижения, как, например, WiFi сеть.
- Нюансы использования WiFi сетей для продвижения финансовых продуктов и удержания внимания клиента.

10:10 - 10:30



Банк идей: новый рынок для банков

Евгений Саранцов, Co-founder trade hub / zakupki-online.com | DiTCom

- какие потребности / проблемы у рынка идей / почему для креаторов важны банки
- каким должен быть идеальный банк для креаторов
- как технологии ускоряют развитие экономики в Украине, какие технологии и как могут быть полезны

10:30 - 10:50



PAY FORCE

Продвижение банковских сервисов через нефинансовые компании

Иван Истомин, CEO PayForce

- новые игроки на финансовом рынке
- ритейл, операторы, логисты - кто еще?
- идеи и перспективы использования новых каналов продаж

10:50 - 11:10

Продуктовое продвижение в онлайн, малобюджетные и высокоэффективные инструменты

- На какие "фишки" и как ловить клиентов для каждого банковского продукта?
- Алгоритмы поиска клиентов в онлайне.
- SMM с точки зрения эффективности привлечения новых клиентов.



Лучшие банковские практики по привлечению депозитов online

Сергей Козлов, CEO Sberex sberex.com.ua (ранее - Директор розничного бизнеса банка "Надра")

11:50 - 12:10



Технологии продажи страховых продуктов онлайн как средство расширения спектра предоставляемых услуг клиентам

Роман Малый, Директор Департамента координации и развития партнерских продаж

12:10 - 12:30



Битва титанов за лайки

Александр Овчарук, Head of e-business, Platinum Bank

- готовы ли ваше facebook community к совершению покупок?
- как быстро «оживить» community группы?
- принцип трех «Н»: нестандартно, незатратно, нескудно

12:30 - 12:50

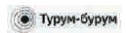


Анализ больших данных с помощью инструментов Google

Алексей Данилин, Senior SEO Specialist, Netpeak

- преимущества использования облачных сервисов
- связка Google Tag Manager + Google Analytics + BigQuery для получения максимального доступа к данным
- примеры решений на основании собранных данных

12:50 - 13:10



Создание успешного бренда финансового сервиса

Евгений Мусиенко, Генеральный директор и основатель "Турум-бурум"

13:10 - 13:30



Продвижение онлайн-страхования

Нина Казиева, начальник отдела бизнес-анализа, Tickets.ua

- что такое страхование он-лайн и возможности страхового портфолио
- разработка страхового пакета под сегмент целевой аудитории

13:30 - 13:50

Панельная дискуссия

14:30 - 15:10

- Могут ли инструменты он-лайн продвижения в перспективе заменить офф-лайн для финмаркета?

МОДУЛЬ 3.

15:10 - 16:30

Аналитика и BigData: действенные инструменты для повышения эффективности и снижения затрат в продажах

- Чем поможет аналитика в удержании клиента?
- Как ее использовать для перекрестных продаж?
- Успешный опыт внедрения и применения: от простых кейсов до поведенческого анализа и прогнозирования, цифры и инсайты



sas
THE POWER TO KNOW.

Выбор оптимального предложения из многих продуктов и сервисов в режиме реального времени

Виталий Пашков, Менеджер по работе с ключевыми клиентами SAS Institute

- Правильный продукт, правильное место, правильное время.
- Принятие решения в режиме реального времени и выбор лучшего продуктового набора. Всего за пару секунд.

15:10 - 15:30



DATAS
TECHNICAL COPY

Симбиоз аналитического и операционного CRMа

Дмитрий Казаны, ЕГАР Технолоджи

- Отличия аналитического CRM от операционного
- Возможности интеграции
- Синергия совместного использования

15:30 - 15:50



intellica

Big Data - закись азота для бизнеса. Возможности и практика в фин.индустрии.

Юрий Кучер, Head of ICT Competence Center

- тенденции Больших Данных в мире
- революция сервисов, анализирующих данные
- кейсы применения Биг Даты в банковском секторе

15:50 - 16:10



ПриватБанк

Большие данные ничего не стоят без больших процессов

Егор Аветисов, креативный директор, Приват Банк

- Как в ПриватБанке работали с Big Data раньше
- Описание современных инструментов
- Какие задачи мы уже успели решить с помощью этих инструментов

16:10 - 16:30

Кофе-пауза

16:30 - 17:00

Практические кейсы продвижения с использованием Интернет-технологий

- Технологии продаж на службе продуктового продвижения.
- От идеи продуктового лендинг-пейдж до доставки продукта клиенту: риски, перспективы, КПЭ.
- Мнения лучших специалистов из не-банковских отраслей



Email маркетинг 2016 для банковской сферы

Дмитрий Кудренко, CEO eSputnik

- 5 типов писем, которые нужны банкам, подбор следующей коммуникации по реакции на предыдущую и автоматизация диалогов

17:00 - 17:20



Упущенные возможности в поисковых каналах или что еще нужно знать о поиске интернет-маркетологу финансовой компании

Юрий Копишинский, руководитель отдела по работе с клиентами WebPromoExperts

- Секреты работы поисковых систем и трюки, которые можно применить для продажи финансовых продуктов, сервисов или для построения имиджа.

17:20 - 17:40



Планирование, проведение и лучшие практики онлайн-маркетинга в финансовом сегменте

Александр Колб, генеральный директор компании Promodo

- Выбор инструментов онлайн-маркетинга в зависимости от целей, сроков
- Выстраивание систем метрик и KPI. Связь offline+online
- Зоны ответственности: исполнитель, команда на стороне заказчика
- Оценка результатов. Примеры лучших практик

17:40 - 18:00



Использование возможностей ВКонтакте для банковской сферы

Наталья Якунина, руководитель украинского штаба ВКонтакте

- аудитория площадки
- возможности таргетинга
- успешный кейс со Сбербанком России

18:00 - 18:20