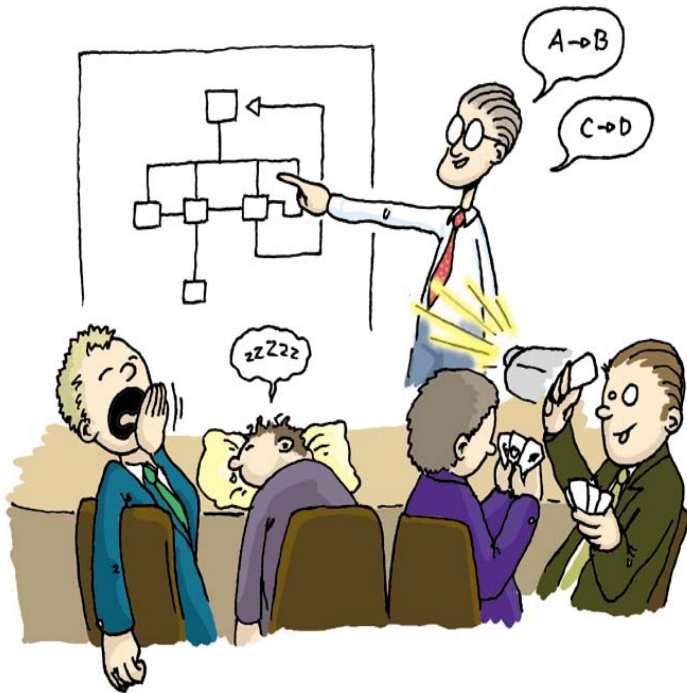




**Click**

## **Банк в Интернете: Как продавать, что продавать и как НЕ продавать**

Анджей Олейник  
Директор по маркетингу и развитию продуктов  
Platinum Bank  
10.2012



- Украинский рынок
- Почему онлайн
- Частые ошибки, которые делаем
- Что продавать в онлайнe
- Как продвигать





Click

**Банковский рынок  
сегодня**



- Странная ситуация
- Банков много
- Рекламы много
- А понимание и пользование банковскими услугами низкое
- За счет больших затрат – дорогие продукты





## В чем проблема?



- Конкуренция очень большая и не всегда прозрачная
- А большинство населения Украины не участвует в рынке!
- Они не находят для себя предложения среди 176 банков!
- Страдают все
  - Клиенты
  - Банки
  - Государство





Click

В чем проблема?

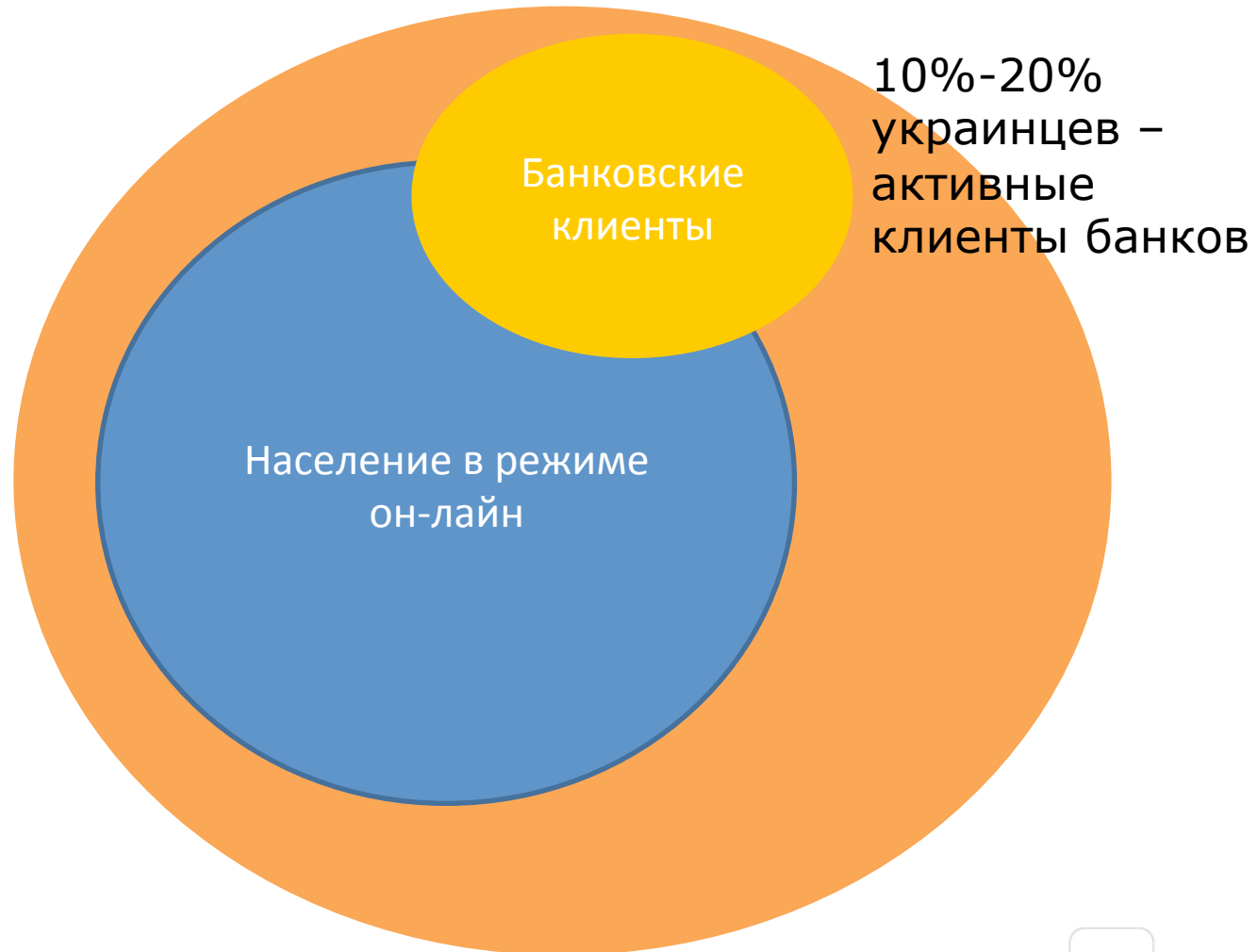


Клиенты  
банковского  
сектора



**Население в режиме он-лайн**

- 42% украинцев находятся в он-лайн
- Годовой прирост 27%
- Только 5% используют финансовые услуги он-лайн





- Одна из пути оздоровления украинского рынка – это сделать аудиторию онлайн банковскими клиентами







- **Что мы делаем?**

- **Создали веб-сайты**

- **Переносим существующих клиентов в онлайн**

- **Social Media Marketing**

- **Размещаем рекламу в интернете**

- **Продаем существующие продукты онлайн**





Click

**Что мы можем  
делать лучше?  
Offline в online? Или  
online в online?**

### Миграция клиентов offline-online:



- Мы говорим об очень РЕДКОМ ЧЕЛОВЕКЕ
- Он уже купил услуги, КОТОРУЮ ОН ЛЮБИТ
- Если она ему не нравится - он бы не купил ее, как и 90% населения
- И что мы делаем? Мы говорим ему: "Я так тебя люблю, и я знаю, что хорошо для тебя, и я сделаю тебя другим!"





- Не трогайте старого клиента - он счастлив
- Дайте ему возможность, но не заставляйте его!
- Если вы так сделали:
  - Они будут думать о вашей банке, как о развивающемся и прогрессивном
  - Вы будете привлекать новые сегменты вместо дробления существующих
- Цель «из онлайн в онлайн»
- Не пытайтесь продать концепцию интернета! Он продает себя сама!
- Более 50% наших sign-up являются новыми клиентами





Click

**Интернет в качестве  
рекламного канала**



- У нас есть продукты, которые мы хотим продать
- Люди тратят свое время в режиме он-лайн
- Логическое решение – реклама в интернете
- Мы входим в социальные сети с существующими продуктами и брендами
- Мы разделяем медиа бюджет и отдаем его часть в Интернет





**Мы думаем, что люди в Интернете те же,  
что и вне его**

- **Таким образом мы используем те же продукты**
- **Те же сообщения**
- **Тот же язык общения**
- **И просто впихиваем это в Интернет**
- **Это ведет к неудаче**



### Мое мнение:

- Интернет это не медиа-канал!
- Люди не смотрят и не читают Интернет
- Они
  - Знакомятся
  - Читают
  - Покупают
  - Общаются
- Они ЖИВУТ В ИНТЕРНЕТЕ
- Интернет НЕ канал продаж! Если вы просто выделите бюджет, вы получите очень дорогой канал







- Интернет это не телефон – это место проживания клиентов!





Продавать в онлайн или быть Онлайн

Стратегия бренда

Наши люди

Наши процессы

Стратегия для социальных  
СМИ



Физическое присутствие

Стратегия коммуникации

Стратегия продукта





Click

**Как нам быть с он-лайн рекламой?**

**“Возьмите наш ролик и создадите баннер”**



### Одна и та же реклама, что вне Интернета

- Мы предполагаем, люди не видели рекламу. И если они увидят ее в своих социальных сетях - они будут покупать продукт

### Моя точка зрения:

- Нет, они не будут
- Они видели это – и это просто им не нравится.  
**Они не разделяют эти ценности**
- Внешние сообщения не работают в Интернете.  
Нужны две отдельные рекламные кампании





Click

**Итак, как отличаются  
эти ценности?**

## Типичные ценности клиента



- Мне необходима безопасность. Я хочу большой, серьёзный банк
- “Убедите меня”, расскажите все о вашем продукте. Все детали!
- Мне нужен сервис – говорите со мной, ободряйте меня и любите.
- Мне нужны усовершенствованные продукты, которые точно отвечают моим требованиям
- Я нуждаюсь в постоянном внимании



Click

Что означают е-ценности?

- **Свобода прежде всего. Не заставляйте меня делать то, я не терплю ограничения**
- **Время – это самое ценное для меня. Я вам даю 30 секунд**
- **Я современный человек, я люблю быть впереди. НЕ относитесь ко мне как «остальным»**
- **У меня нет времени – мне нужен простой, мобильный, доступный продукт**

**это – анархо-капиталисты**



Открытая группа

Platinum Click

изменить статус

**Описание:** Анархо-капитализм — движение финансово независимых людей. Мы живем в ногу со временем и отказываемся хранить деньги под матрасом. Кто с нами?  
Анархо-капиталисты с умом распоряжаются своими средствами. Мы оплачиваем счета, делаем покупки и получаем переводы, не затрачивая время на походы в банк. Зачем все эти лишние движения, когда любую операцию можно провести с помощью Platinum Click? Platinum Click — это Интернет-банк от Platinum Bank. Следи за обновлениями страницы, узнавай все об анархо-капиталистах и становись одним из нас. Ты не пожалеешь, обещаем.

**Веб-сайт:** <http://ptclick.com.ua>

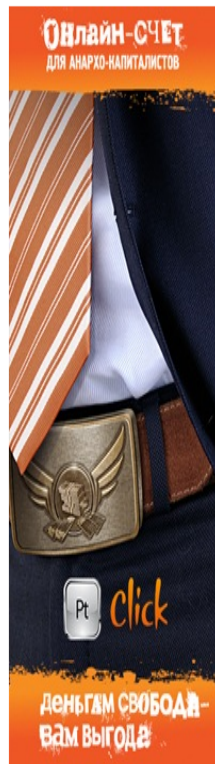
**Местоположение:** Киев

Манифест

Обсуждения

В сообществе ещё нет тем.

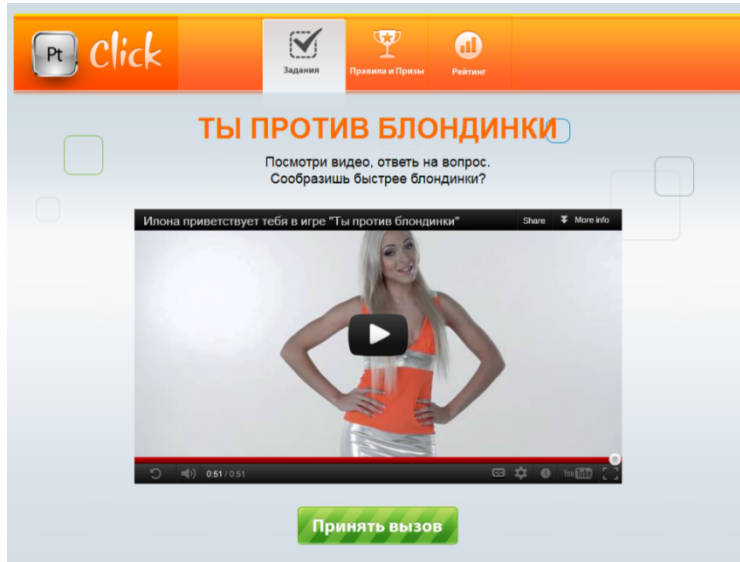
[Новая тема](#)



- Эти две группы имеют совершенно разные ценности
- Компромисс приведет к тому, что **КАЖДЫЙ** будет неудовлетворенным
- Разделите их!
- Необходима отдельная коммуникация и стратегия которая опирается на е-ценностях





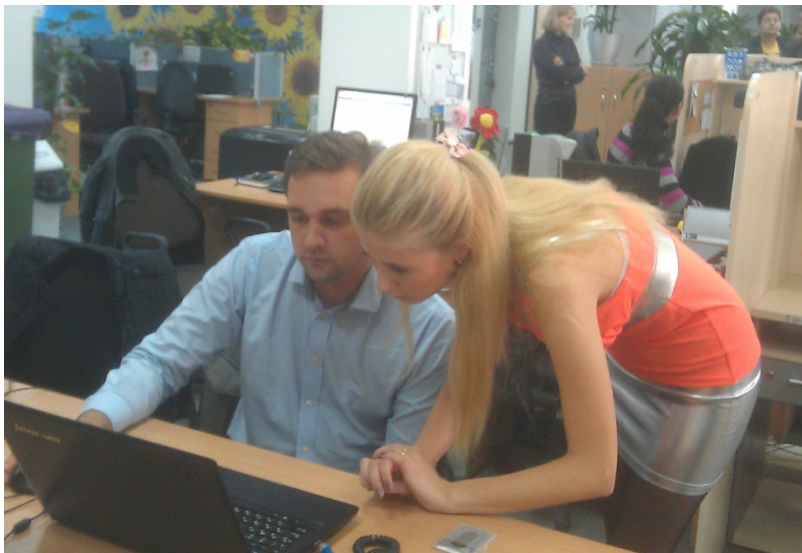


**Сообщение:** давайте попробуем что-то новое, это то что вы любите – легкое и быстро и cool.

**Решение:** Наш Интернет-банк настолько прост, что доступен даже блондинкам

**Доказательство:**

- Посоревнуйтесь с блондинкой на [blondpatrol.com.ua](http://blondpatrol.com.ua) и выиграйте приз (конкурс в социальных сетях)
- Если вы не разберетесь – закажите «Блонд Патруль» и блондинка придет к Вам и все объяснит!





Click

**Обсудили как  
продавать, вопрос  
что продавать....**



### Та же продуктовая линейка

- Мы продвигаем те же продукты в надежде, что клиенты выберут тот который им нужен
- Они это не сделают
- Исходя из их ценностей, им нужна свобода с ограниченным выбором
- Итак, задача маркетинга – дать им много, но упростить их выбора!





Click

## И что же продавать онлайн?



- **Только самое нужное!**

- Интернет не место для продажи сложных продуктов
- Мы не хотим захватить рынок Portmone и электронных денег
- Чем больше функций, тем больше пугает клиента

- **Все должно быть**

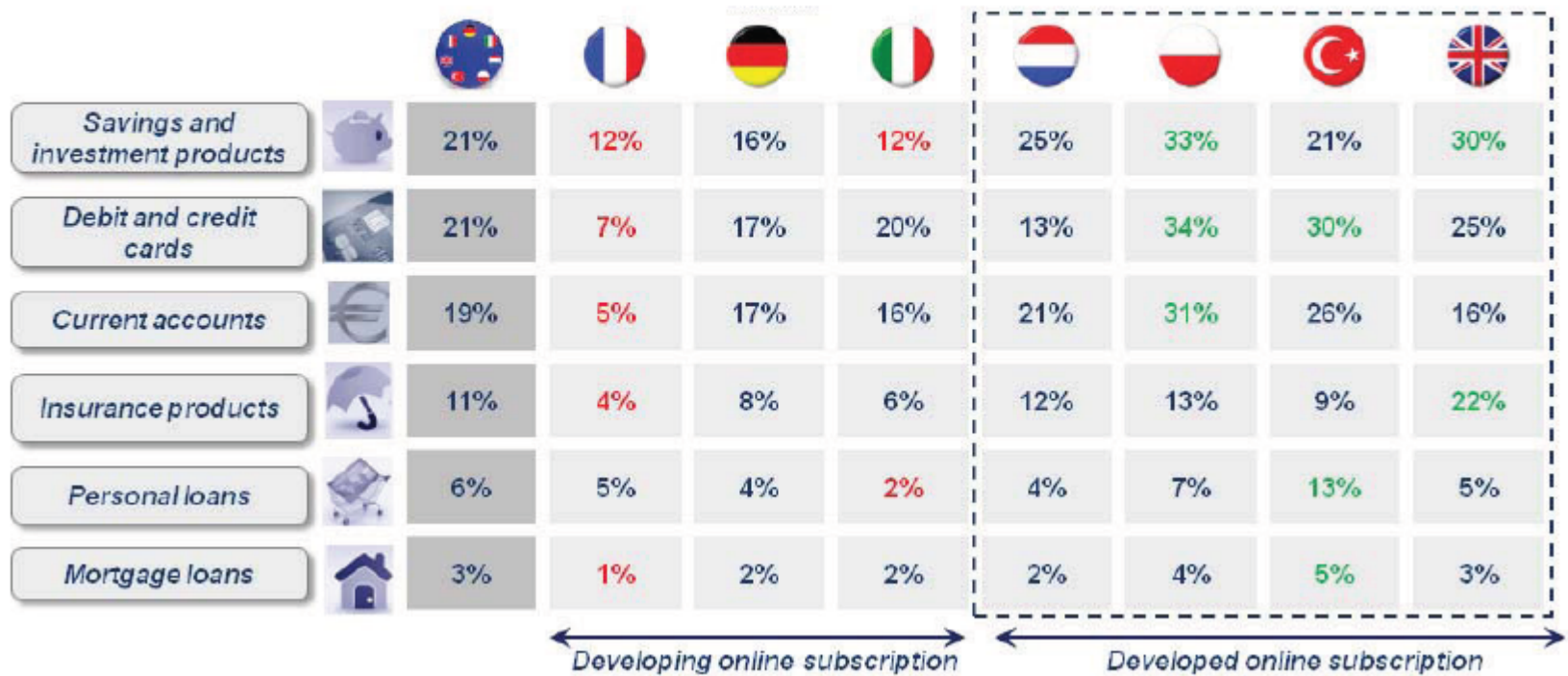
- Банально просто
- Быстро
- Доступно всегда

- **Организуите KFD – Kill a Feature Day!!!**

- **В Интернете меньше – означает, больше!!!**



### Illustration 12: Product/country purchasing matrix



- Только очень простые продукты: ПРОСТЫЕ сберегательные продукты, платежи, карточки
- Сложные продукты как ипотека, авто и так дальше оставьте в оффлайне!
- Чрезмерное расширение – и вы проиграли!





Click

**Может ли это  
сработать?**

## Наиболее любопытные моменты

- Существующие клиенты удовлетворены – не давите на них, вы их потеряете. Забота о новых клиентах!
- Интернет – не медиа-канал. Люди не смотрят его, они живут в нем
- Пользователи Интрнета имеют мало общего с нашими клиентами – им нужен собственный подход
- Только простые продукты – долой неуверенность в будущем !
- Нельзя продавать в Интернете – надо жить в нем!



Click

Сможет ли это сработать?

**Присоединяйся к революции!  
Будь прогрессивным!**

**ИНТЕРНЕТ-БАНК  
PLATINUM CLICK  
ВОШЕЛ В**

**ТОП 5**

**ЭЛЕКТРОННЫХ  
БАНКОВ  
УКРАИНЫ**

«Инвестгазета» №40, 17.10.2012г.







Click

**Спасибо за  
внимание!**