



Ко бренд проекты «Секреты успеха»



Зачем нужен ко-бренд банку – цели банка



Увеличение лояльности Клиентов и объемов продаж



Увеличение клиентской базы за счет расширения каналов продаж



Улучшение коммуникации:

регулярный контакт с клиентами

более эффективная клиентская коммуникация



Увеличение прибыли



Получение конкурентного преимущества



Объединение двух сильных брендов



Подход к выбору Партнера



Клиентская база Партнера соответствует целевой аудитории банка



Размер клиентской базы Партнера позволяет достичь цели банка



Наличие у Партнера собственной программы лояльности



Репутация Партнера



Совместный проект должен быть важен для Партнера



Процесс формирования продукта

1. Ценообразование

- построение финансовой модели с учетом всех затрат по проекту
- оптимальный баланс стоимости ко-бренд карты и существующих карточных продуктов



2. Каналы продаж

- максимальное привлечение всех каналов продаж Партнера
- прогнозирование количества новых клиентов за счет каждого канала

3. Маркетинг

- разработка материалов оптимальных для каждого отдельного канала
- понятная и легкая коммуникация с клиентом

Ко-бренд карта – для кого она?



Портрет клиента и его потребности:

1. Ориентирован на осуществление безналичных расчетов
2. Активный участник программ лояльности
3. Хочет получать дополнительные преимущества от пользования совместной картой
4. Совместная карта – источник дополнительного накопления миль, баллов, получения скидок

Опыт – какие цели были достигнуты по ко-бренд проектам ОТП Банка



1. Средняя сумма торговой операции по карте на 40% выше, чем по стандартным картам
2. Количество торговых операций по ко-бренд карте в 3,8 раз больше, чем по стандартной карте
3. Общий объем торговых операций по ко-бренд карте в 6 раз больше, чем по стандартной карте
4. За год активных кампаний по привлечению новых клиентов и увеличения уровня использования:
 - количество карт увеличилось в 1,6 раз
 - количество и объемы торговых операций за выросли в 2 раза

Успешность проекта – что сделать чтобы проект «жил дольше»



- Обоюдное желание партнеров продвигать и поддерживать проект
- Наличие контактного (ответственного за проект) лица со стороны каждого партнера

- Разделение совместных затрат на продвижение проекта
- Готовность партнеров идти на компромисс
- Постоянный контакт с Партнером
- Четкое разделение зон ответственности
- Привлечение платежной системы для обсуждения спорных вопросов
- Понятные и легкие для клиента правила участия в совместной программе лояльности
- Отлаженная схема получения вознаграждений держателями ко-бренд карт



СПАСИБО!



Аршинникова Катерина

Начальник сектора управления портфелем карточных продуктов

E-mail - kateryna.arshynnikova@otpbank.com.ua

