

Как просто и эффективно увеличить продажи премиальных карт: **Visa** рекомендует

Сергей Коптик

глава департамента карточных
продуктов Visa для физических лиц,
СНГ и Юго-Восточная Европа

skoptik@visa.com



more people around
the world go with Visa.
visit visa.com/visaplatinum

VISA

Соглашение о Конфиденциальности

This document is furnished to you solely in your capacity as a client of Visa and/or participant in the Visa payments system. By accepting this document, you acknowledge that the information contained herein (the "Information") is confidential and subject to the confidentiality restrictions contained in (as applicable) Visa's operating regulations and/or your confidentiality agreement with Visa, which limits your use of the Information. You agree to keep the Information confidential and not to use the Information for any purpose other than in your capacity as a client of Visa or as a participant in the Visa payments system. The Information may only be disseminated within your organization on a need-to-know basis to enable your participation in the Visa payments system. Please be advised that the Information may constitute material non-public information under U.S. federal securities laws and that purchasing or selling securities of Visa Inc. while being aware of material non-public information would constitute a violation of applicable U.S. federal securities laws.

Соглашение о Конфиденциальности

Case studies, statistics, research and recommendations are provided "AS IS" and intended for informational purposes only and should not be relied upon for operational, marketing, legal, technical, tax, financial or other advice. When implementing any new strategy or practice, you should consult with your legal counsel to determine what laws and regulations may apply to your specific circumstances. The actual costs, savings and benefits of any recommendations or programs may vary based upon your specific business needs and program requirements. By their nature, recommendations are not guarantees of future performance or results and are subject to risks, uncertainties and assumptions that are difficult to predict or quantify. Assumptions were made by us in light of our experience and our perceptions of historical trends, current conditions and expected future developments and other factors that we believe are appropriate under the circumstance. Recommendations are subject to risks and uncertainties, which may cause actual and future results and trends to differ materially from the assumptions or recommendations. Visa is not responsible for your use of the information contained herein (including errors, omissions, inaccuracy or non-timeliness of any kind) or any assumptions or conclusions you might draw from its use. Visa makes no warranty, express or implied, and explicitly disclaims the warranties of merchantability and fitness for a particular purpose, any warranty of non-infringement of any third party's intellectual property rights, any warranty that the information will meet the requirements of a client, or any warranty that the information is updated and will be error free. To the extent permitted by applicable law, Visa shall not be liable to a client or any third party for any damages under any theory of law, including, without limitation, any special, consequential, incidental or punitive damages, nor any damages for loss of business profits, business interruption, loss of business information, or other monetary loss, even if advised of the possibility of such damages.

Соглашение о Конфиденциальности

This presentation contains forward-looking statements within the meaning of the U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995. These statements can be identified by the terms “objective,” “goal,” “strategy,” “opportunities,” “continue,” “can,” “will” and other similar references to the future. Examples of such forward-looking statements may include, but are not limited to, statements we make about our corporate strategy and product goals, plans and objectives. By their nature, forward-looking statements: (i) speak only as of the date they are made, (ii) are neither statements of historical fact nor guarantees of future performance and (iii) are subject to risks, uncertainties, assumptions and changes in circumstances that are difficult to predict or quantify. Therefore, actual results could differ materially and adversely from those forward-looking statements because of a variety of factors, including the following: the impact of new laws, regulations and marketplace barriers; developments in current or future litigation or government enforcement, including interchange, antitrust and tax disputes; economic factors; industry developments, such as competitive pressure, rapid technological developments and disintermediation from the payments value stream; system developments; costs arising if Visa Europe were to exercise its right to require us to acquire all of its outstanding stock; loss of organizational effectiveness or key employees; failure to integrate recent acquisitions successfully or to effectively launch new products and businesses; changes in accounting principles or treatments; and the other factors discussed in our most recent Annual Report on Form 10-K filed with the U.S. Securities and Exchange Commission. You should not place undue reliance on such statements.

Преимущества Visa на практике

1. Преимущества карт Visa могут усилить предложение Вашего продукта
 - Рост как привлечения клиентов, так и использования карт
2. Преимущества карт должны быть использованы в коммуникации с держателем
 - Рост процента удержания и использования карт
 - Сегментация клиентской базы
3. Создание плана по управлению жизненным циклом
 - Повышение класса карт как неотъемлемая часть плана
 - Коммуникационный план
4. Оценка результатов и улучшение процесса

Платформа для Премиальных продуктов Visa



Visa Gold

Visa Platinum

Visa Infinite

Глобальная служба поддержки клиентов

Медицинская и Юридическая Справочная служба

Скидки и иные предложения торговых предприятий по всему миру

Защита Покупок

(возврат стоимости в случае кражи)*

Продленная Гарантия

(продление гарантийного срока товара на 24 месяца)*

Полное Страхование на время путешествий (до \$1 млн.) держателя карты и членов семьи

Консьерж-сервис

* Subject to terms and conditions

Visa Public

more people around
the world go with Visa.
visit visa.com/visaplatinum



Премиальные Продукты Visa

Дополнительные услуги и программы*



Visa Gold

Visa Platinum

Visa Infinite

Программа бронирования отелей (www.hotelclub/com/visa/ru)

Доступ в VIP залы в аэропортах (www.prioritypass.com)

Visa Luxury Hotel Program
(www.visaplatinumhotels.com, www.visainfinitehotels.com)

Сопровождение в аэропортах по прилету/вылету
(www.airportspeedpass.com)

Visa Public

more people around
the world go with Visa.
visit visa.com/visaplatinum



* Данные услуги оплачиваются непосредственно держателем карты

Пример Коммуникационного плана

Channel		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Statement	Gold	Gold Privileges	Local Offer	Cross-sell Platinum	Emergency Services	Hotelclub Benefit	Top-up Insurance	Local Offer	Back to School Offer	Rewards Reinforcement	Community Service	Holiday Offer	Overall Benefits
	Platinum	Platinum Privileges	Local Offer	Golf Benefit	Emergency Services	Luxury Hotel Collection	Top-up Insurance	Local Offer	Back to School Offer	Rewards Reinforcement	Community Service	EW/PP Message	Overall Benefits
	Private	Infinite Privileges	Local Offer	Golf Benefit	Concierge	Luxury Hotel Collection	Reminder Insurance Benefit	Local Offer	Back to School Offer	Personal Banking Reminder	Community Service	EW/PP Message	Concierge
Online Customer Service Banner	Gold	Visa Gold Privileges			Hotelclub Benefit			Emergency Services Benefit			Local Merchant Benefits		
	Platinum	Visa Platinum Privileges			Luxury Hotel Collection			Golf	EW/PP - Electronics			Local Offer	
	Private	Visa Infinite Privileges			Luxury Hotel Collection			Golf			Concierge and Offer		
On Hold Messaging	Gold	Visa Gold Benefits Overview (saving money, emergency services, etc.)											
	Platinum	Visa Platinum Benefits Overview (privileges, golf, EW/PP, luxury hotel)											
	Private	Visa Infinite Benefits Overview (privileges, golf, luxury hotel, concierge, lounge)											

Позиционирование Продукта Visa

Разработайте бренд Вашего продукта

- определите, что Ваш бренд значит для рынка
- как Ваш продукт отличается от продукта конкурентов



Позиционирование Продукта Visa

Коммуницируйте бренд Вашего премиального продукта

- четкие и последовательные коммуникации
- хорошо продуманное позиционирование бренда создает основу для эффективных коммуникационных кампаний



Позиционирование Продукта Visa



HSBC (Singapore)



Macquire Bank (Australia)



ICICI (India)



United Overseas Bank (Singapore)



Krungsri GE (Thailand)



Bank of New Zealand (New Zealand)

more people around
the world go with Visa.
visit visa.com/visaplatinum



Привлечение клиентов

Оценка и знание ваших конкурентов является основой для успешной стратегии привлечения клиентов

Кто Ваши конкуренты (основные и потенциальные)?

- Какие продукты предлагают Ваши конкуренты?
- Действительно ли Ваш Премиальный продукт Visa дает возможность для «захвата» доли рынка у конкурентов?

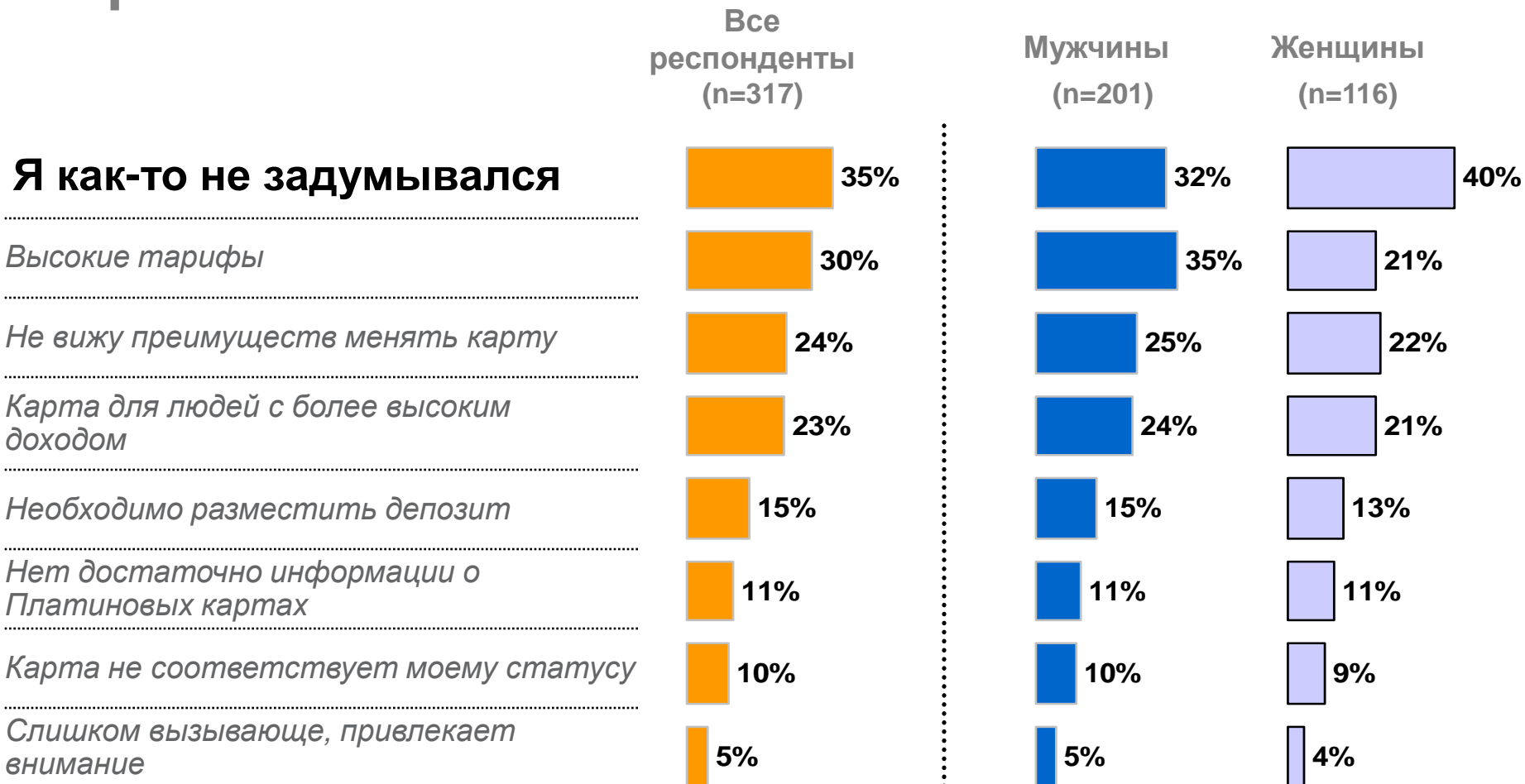
Планирование тактических действий по привлечению

- наличие хорошо исследованного и разработанного продукта
- эффективное привлечение только тех клиентов, которых Вы хотите пригласить

A man in a dark jacket and cap is mounted on a sign, shouting into a megaphone. The sign is part of a larger structure with ornate metalwork. The background is a cloudy sky.

THE PEOPLE'S STORY

Почему не обращаются за Премиальными картами



Восприятие Премиальной карты

«У карты GOLD есть какие-то преимущества, но я не знаю какие. Я никогда не думала об этих картах. Могу только предположить, что есть хорошие карты, но мое финансовое положение не позволит мне ее получить» (Женщина, Debit Classic, 53 года, Днепрпетровск)

«В целом, я не вижу никакой большой разницы между GOLD и Platinum кроме как более высокий престиж и цена» (Мужчина, GOLD, 60 лет, Днепрпетровск)

«Насколько я помню, выпуск и годовые платы за GOLD гораздо выше и какой-то депозит должен быть на счете» (Мужчина, 29 лет, Debit Visa Electron, Киев)



Предложение Премиальной карты

«Я ничего не выбирал. Они предложили мне её и я взял.» (Мужчина, Дебит GOLD. 60 лет, Днепрпетровск)

«Я не просил никакую карту. Они предлагали ее мне несколько раз и в конце концов я согласился взять» (Мужчина, Credit GOLD, 42 года, Киев)

«Карта GOLD: была акция банка. Менеджер пришел к нам в офис, все объяснил, предложил карту. Я взяла из-за большего кредитного лимита» (Женщина, 35 лет, Credit GOLD, Донецк)

«Моя подруга занимает большую должность. У нее Platinum и рекомендовала открыть мне тоже. Когда мой банк предложил мне карту, я взяла» (Женщина, 49 лет, Platinum, Донецк)

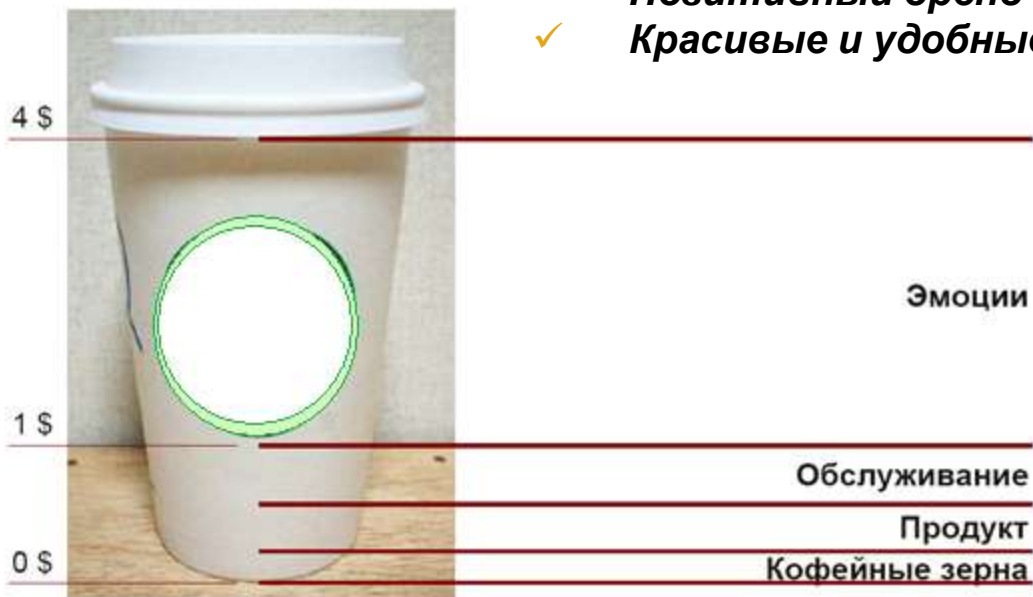


Ключевые источники формирования ПОЗИТИВНЫХ ЭМОЦИЙ клиентов в банке

Что влияет на формирование ПОЗИТИВНЫХ ЭМОЦИЙ

Основные факторы формирования позитивных эмоций клиентов:

- ✓ *Качество обслуживания*
- ✓ *Позитивный настрой обслуживающего персонала*
- ✓ *Инновационные и выгодные продукты, широкий продуктовый ряд*
- ✓ *Свобода выбора канала работы с банком*
- ✓ *Квалификация и профессионализм персонала*
- ✓ *Быстрота обслуживания*
- ✓ *Красивая упаковка товара*
- ✓ *Позитивный бренд компании*
- ✓ *Красивые и удобные отделения банка*



Премиальные карты: коммуникация

%

	<u>Всего</u>	<u>Премиум карта</u>	<u>Оформление дебетовой карты</u>	<u>Кредитная карта</u>
Ежегодная/ежемесячная комиссия за обслуживание счета и/или карты	81 15	90 8	78 24	70 15
Комиссия за снятие наличных (снятие денег в банке, в котором оформлена карточка, и снятие денег в банкоматах)	71 23	74 20	71 24	65 28
Комиссия при оплате покупки в магазине (упоминание о том, что она не взимается)	58 33	69 25	55 39	45 38
Международные комиссии (комиссии за конвертацию валют и обслуживание за границей)	34 32	38 34	37 37	25 23
Международные комиссии (за использование карты в магазинах и банкоматах за рубежом)	31 28	30 33	37 31	25 18
Ограничения по снятию наличных	28 11	25 10	39 18	20 5
Комиссия за перевыпуск карты	17 17	16 15	22 27	13 10
Комиссия за денежные операции с картами (начисляемые с момента снятия наличных)	8 3			30 13
Комиссии при безналичной оплате покупок в магазине (начисляемые по истечении льготного периода)	7 2			25 8
Штрафы за задержку платежей по кредиту	5 4			18 15
Ничего не рассказал	3 5	3 10	4 4	3 4

N=150

N=61

N=49

N=40

После вопроса ТП
По инициативе сотрудника

Источник: GfK Company Research 2012

Visa Public

more people around
the world go with Visa.
visit visa.com/visaplatinum

VISA

Премиальные карты: информационные материалы



Visa Gold Presenter: В ПОМОЩЬ сотрудникам Департаментов продаж и филиалов



Visa Platinum Presenter: в помощь сотрудникам Департаментов продаж и филиалов



Спасибо!

Visa

