

Какие функции нужны вашему мобильному банкингу?

Алексей Гавлюк

Head of Mobile banking, iBPM

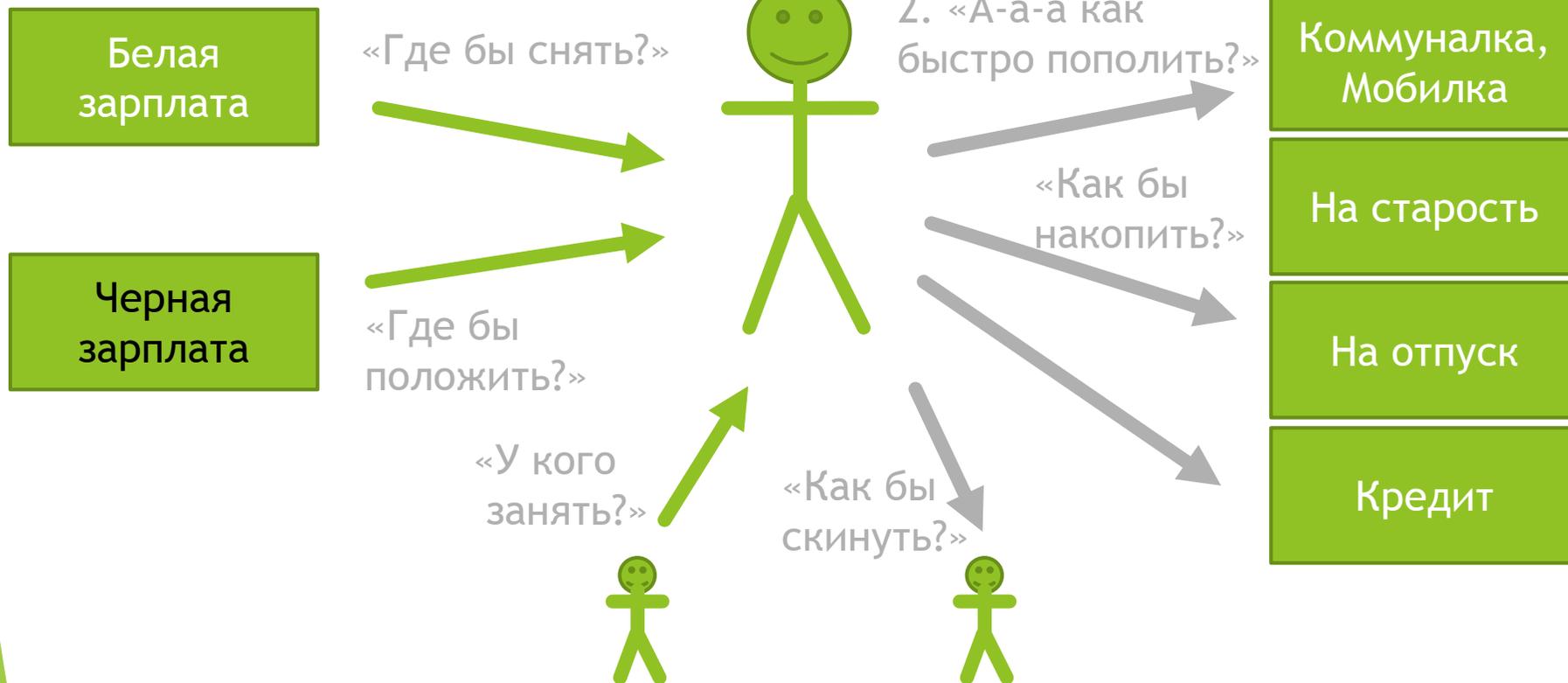
22 марта 2013

Семинар
Внедрение мобильного банкинга «с нуля»

Три вопроса перед тем писать как ТЗ

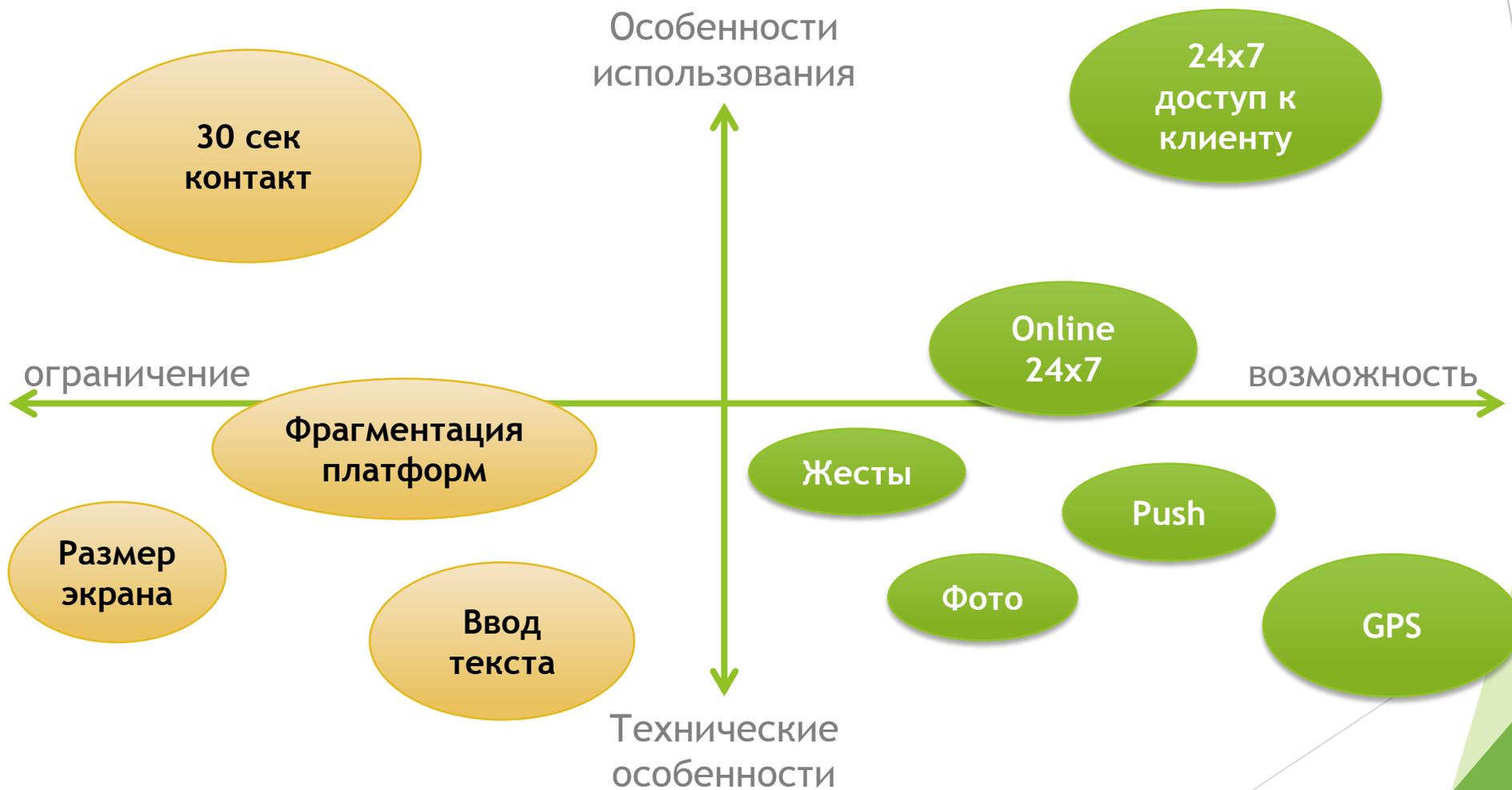


Вопрос №1 «Ваш клиент»



Мобильный банкинг - самый «личный» канал из всех существующих

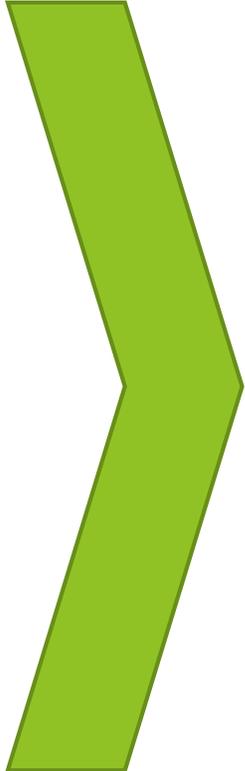
Вопрос № 2 «Особенности канала»



Вопрос № 3 «Возможности банка»

- ▶ Сколько активных клиентов в банке?
- ▶ Сколько из них использует Интернет-банкинг?
- ▶ Как выглядит сегментация клиентов?
- ▶ Какие продукты в корзине каждого сегмента?
- ▶ Велика ли банкоматная сеть? Сеть отделений?
- ▶ Какие каналы используют клиенты?
- ▶ Какие сервисы используют клиенты в каналах?

- ▶ Есть ли в ИТ общая шина бизнес-сервисов?
- ▶ Есть ли онлайн с карточным процессингом?



**В КАКИХ
ФУНКЦИЯХ
БУДЕТ СМЫСЛ
ДЛЯ БАНКА?**

Прогнозы по бизнес-модели Транзакции...

- ▶ Пользователи Интернет-банкинга редко составляют более 30% активных клиентов банка
- ▶ Пользователи классического* мобильного банкинга как правило - подмножество аудитории Интернет-банкинга (от 10% до 50%, т.е. от 3% до 15% активных клиентов банка)
- ▶ Украинский клиент не тратит на комиссии за оплату счетов больше 15 грн в месяц, т.е. 180 грн в год, т.е. \$22

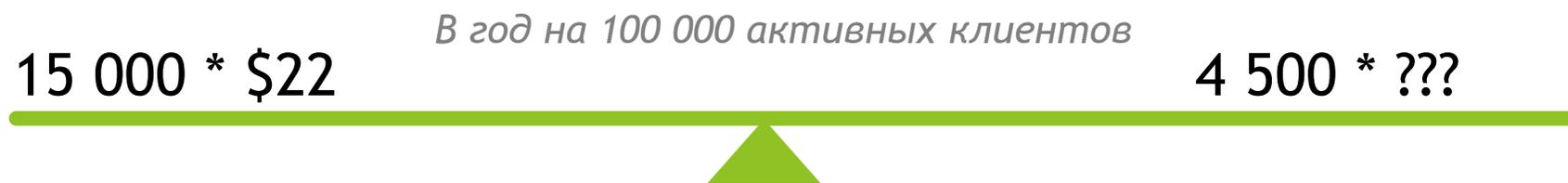
Итого, клиентов, дающих комиссионный доход от классического* мобильного банкинга в принципе не может быть более **15 000 транзакторов** на 100 000 активных клиентов и доход не более **\$330 000** в год.

* Вход по логину и паролю, строгая проверка при подключении

Прогнозы по бизнес-модели Продажи...

- ▶ Конверсия годового графика кампаний кросс-продажи каналами direct mail + SMS находится в диапазоне 5%-10%
- ▶ Аудитория «неклассического» мобильного банкинга в 2-3 раза превышает классический, т.е. это до 45 000 пользователей на каждые 100 000

Итого, количество продаж в канале мобильного банкинга может составлять до 4 500 продаж



- Какой сегодня курс доллар?
- А Вам купить или продать?

Формула выбора функций



Пример генерирования контактов и продаж



Функции в мобильном

- ▶ Отдельное приложение
 - ▶ Зачем клиенту «меню в меню»?..
- ▶ Успеть за 30 секунд
 - ▶ За рулем или в маршрутке, одна рука занята...
 - ▶ Сколько кликов можно сделать за это время?... А сколько реквизитов в платеже?
- ▶ Нужен ли пароль?
 - ▶ Если оплачивать по шаблону...
 - ▶ В пределах 100 гривен...
 - ▶ С зарегистрированного мобильного устройства...
 - ▶ Не чаще 3 раз в месяц...
 - ▶ Все еще нужен?!

Кандидаты в функции

Функция	Уложится в 30 секунд?	Можно без пароля?	Генерирует ли контакты?	В новое приложение?
Оплата мобильного	100%	80%	100%	80%
Открытие депозита	50%	50%	50%	50%
Пополнение «Копилки»	100%	80%	100%	70%
Оплата ЖЭКа	10%	80%	100%	50%
Поиск АТМ / Cash-in / POI	100%	100%	100%	80%
Платеж по Украине	0%	0%	50%	50%
Блокировка карты	100%	70%	50%	0%
Новости и пресс-релизы	100%	100%	10%	0%
...				

Делать или нет?

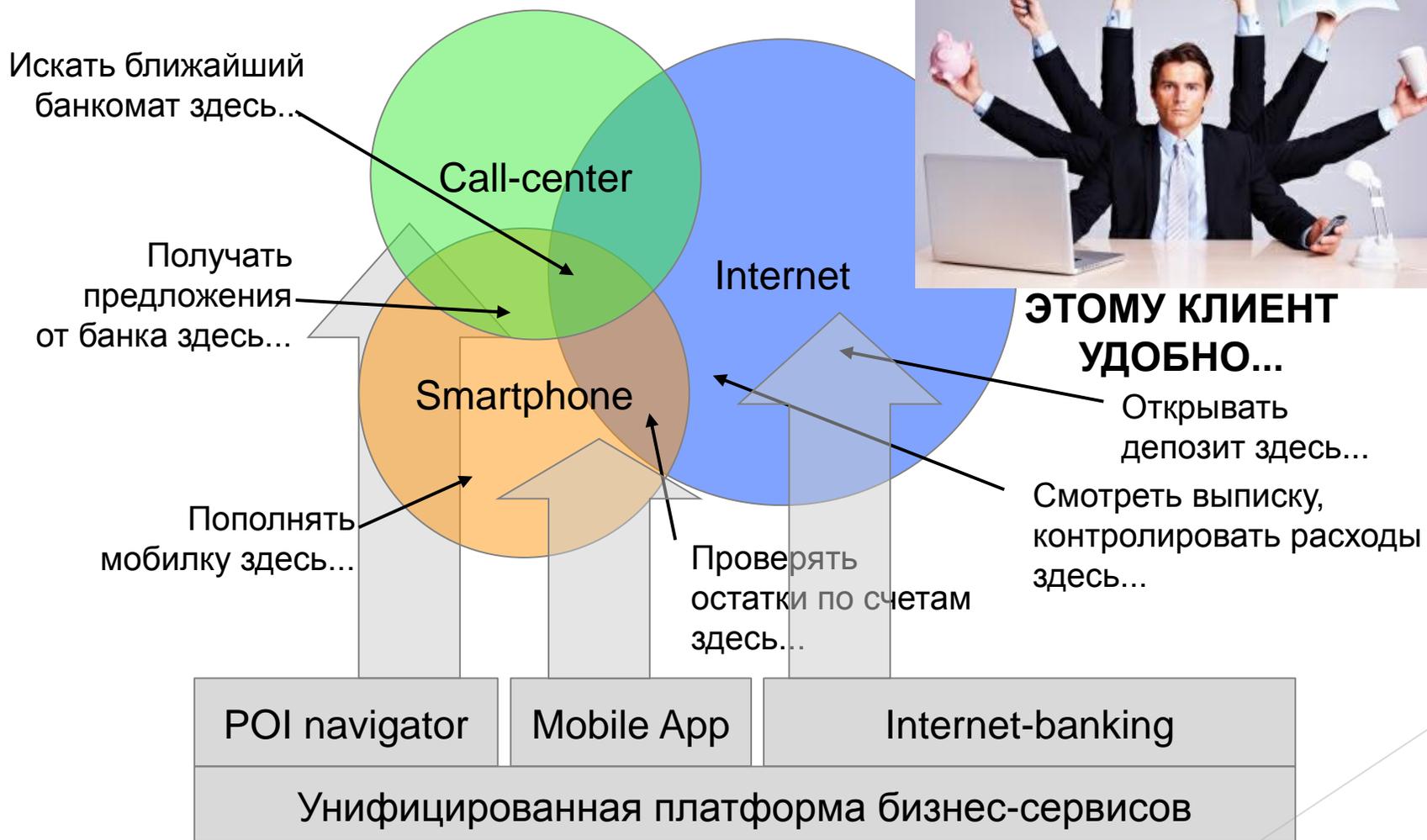
Функции «must have»

- ▶ Статистика
 - ▶ Групповая
 - ▶ Индивидуализированная (с предварительной регистрацией)
- ▶ Базовые коммуникационные
 - ▶ Стать клиентом банка
 - ▶ Вопрос сотруднику
 - ▶ Звонок в контакт-центр
- ▶ Расширенные коммуникационные
 - ▶ Рассылка предложений
 - ▶ Реакция на предложение (регистрация lead-ов)
 - ▶ Поддержка «эко-системы клиента» -- связь с соц-сетями, почтой, телефонной книгой, пр.

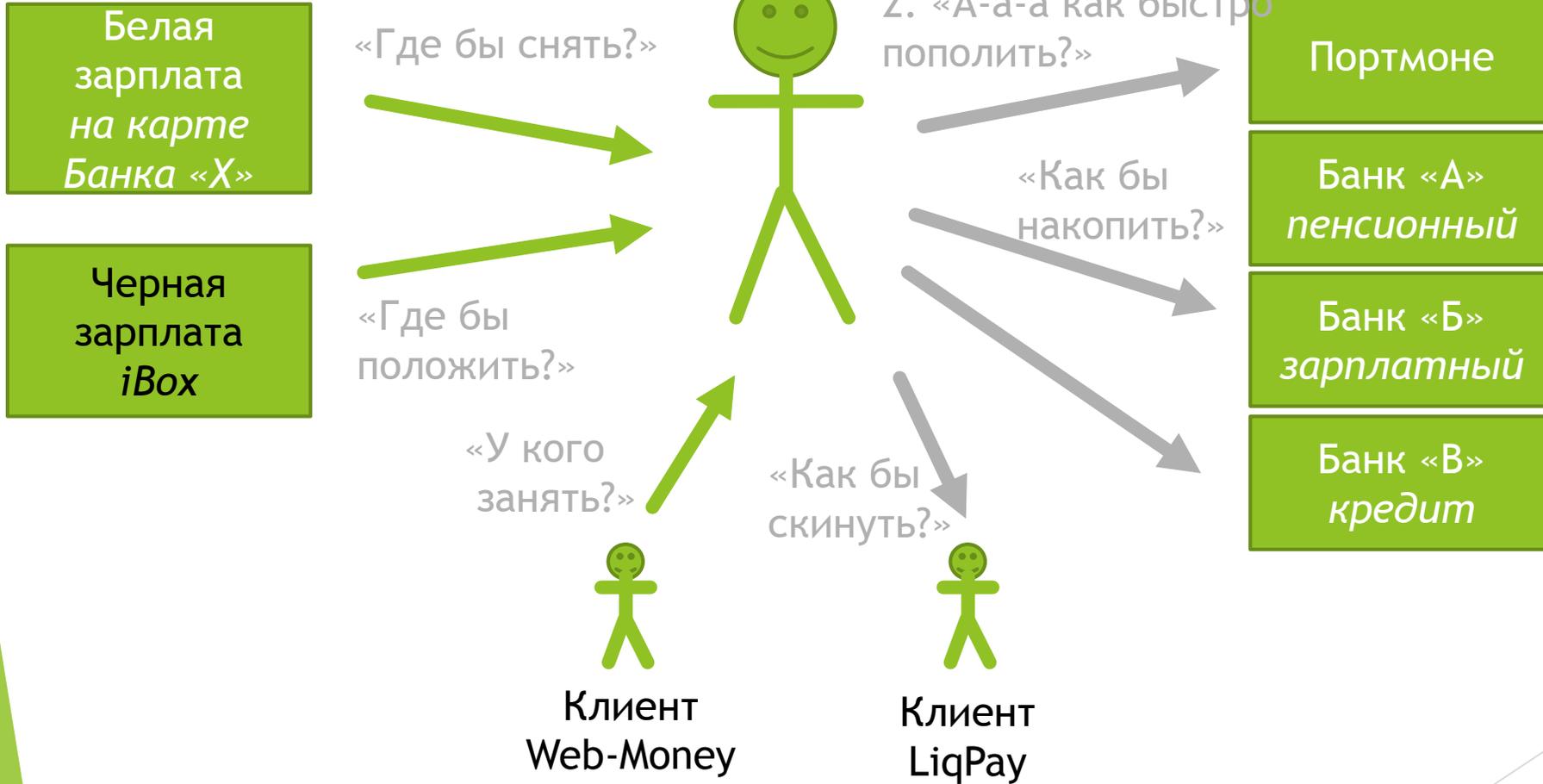
Организация продаж через мобильный банкинг



Интеграция в Channel Mix



Интеграция в эко-систему клиента



Спасибо за внимание!



Алексей Гавлюк

*Head of Mobile
banking, iBPM*

gavluk@ibpm.com.ua