

КАРТЫ РАССРОЧКИ

НОВЫЙ СПОСОБ ЗАВОЕВАНИЯ КЛИЕНТА
В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОКОНКУРЕНТНОГО РЫНКА



ПРОДАВАТЬ ФИНАНСОВЫЕ ПРОДУКТЫ И СЕРВИСЫ **ВСЕ СЛОЖНЕЕ**

КОНКУРЕНЦИЯ НА БАНКОВСКОМ РЫНКЕ ВОЗРОСЛА

КЛИЕНТЫ ЗАСПАМЛЕНЫ БАНКОВСКИМИ ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ

ВОЙНА МАРКЕТИНГОВЫХ БЮДЖЕТОВ ПРИВЕЛА В ТУПИК

ПЕНЕТРАЦИЯ ВНУТРЕННИХ-КРОСС ПРОДАЖ ПРОДУКТОВ
ИМЕЕТ СВОЙ ПОТОЛОК

БАНКИ МЕНЯЮТСЯ, НО КЛИЕНТЫ ТОЖЕ

ПРОДУКТОВУЮ СТРАТЕГИЮ ПРОДАЖ
СМЕНИЛА КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННАЯ
СТРАТЕГИЯ

СЕГМЕНТНЫЙ ПОДХОД СМЕНИЛА РАБОТА С
ПЕРСОНАЛЬНЫМИ ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ И BIG DATA

ПРОДУКТОВЫЕ ЛИНЕЙКИ ОПТИМИЗИРОВАННЫ

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНА И РАЗВИВАЕТСЯ

НО ТАК ДЕЛАЮТ МНОГИЕ БАНКИ
И ФИНАНСОВЫЕ КОМПАНИИ,
КАК ПОБЕДИТЬ?



ЭВОЛЮЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С КРУПНЕЙШИМИ ИГРОКАМИ РИТЕЙЛА

НОВЫЙ
ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ
РОСТА ЭМИССИИ И
КОЛИЧЕСТВА
ТРАНЗАКЦИЙ.



ЧЕМ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНА РАССРОЧКА ДЛЯ БАНКОВ И КЛИЕНТОВ

1

Растущие потребности клиентов усложняют экономику

2

Больше клиентов без просрочек по кредитам

3

Новые низкодоходные категории покупок

4

Клиентам нужно больше сервиса

5

Появляется новый продукт

КЛАСТЕР КЛИЕНТОВ	ВЫГОДЫ КЛИЕНТА	ВЫГОДЫ БАНКА
ТРАНЗАКТОРЫ	БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ для покупок	УВЕЛИЧЕНИЕ ТРАНЗАКЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ
РЕВОЛЬВЕРЫ	ОТСУТСТВИЕ СТАВКИ ПО КРЕДИТУ	КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО
КЛИЕНТЫ С НИЗКИМ ЛИМИТОМ	БОЛЕЕ ДОРОГИЕ ПОКУПКИ	УВЕЛИЧЕНИЕ ОБОРОТА

ЭКСПАНСИЯ КАРТ РАССРОЧКИ ЗАРУБЕЖОМ



Онлайн
платежи

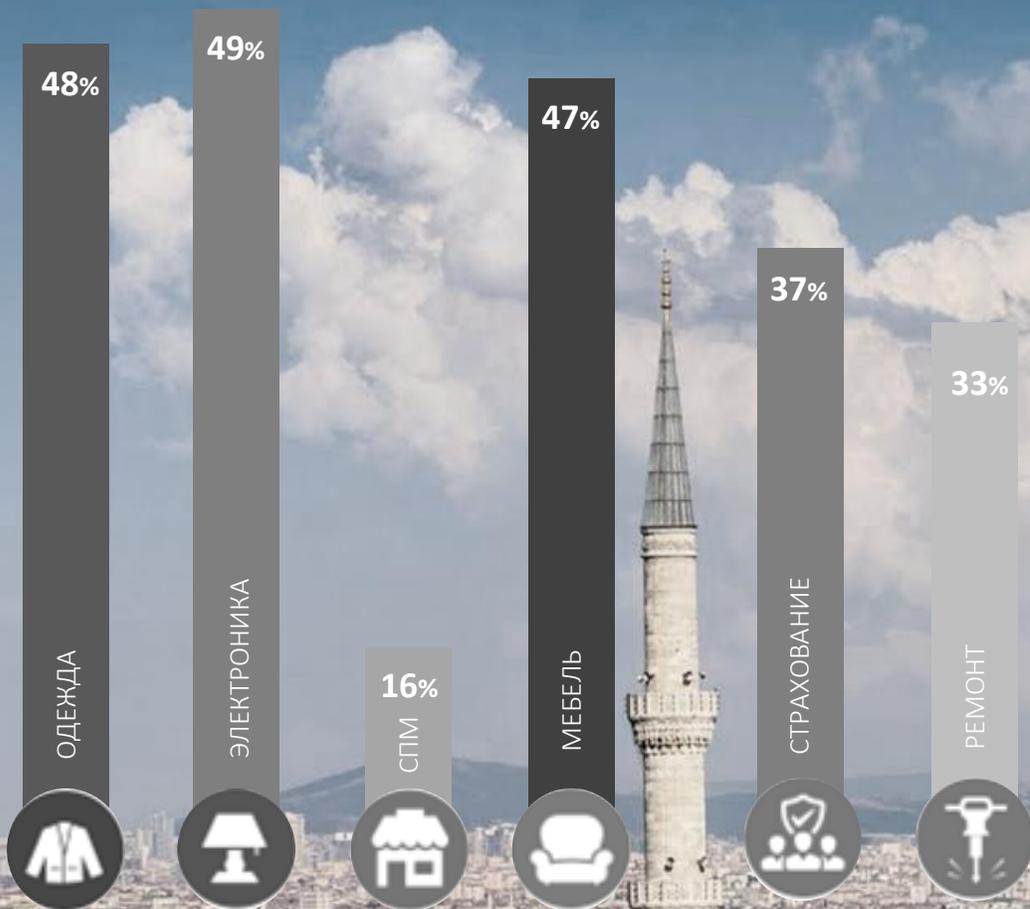
Покупок по картам
рассрочки в ритейле
и 62% в онлайнe

Доля оборота по картам
рассрочки в общем обороте
кредитных карт

Покупок по картам
рассрочки и
90% в онлайнe

ОПЫТ ТУРЦИИ

Халва



В шести сегментах для рассрочки:
75% всего объёма рассрочки
66% всего оборота.

Во всех сегментах рассрочка занимает большой объем всего оборота, за исключением супермаркетов.

Средний срок рассрочки \$220 на 5 месяцев

СТРАТЕГИЯ WIN WIN WIN

КЛИЕНТУ

БЕЗ ПРОЦЕНТОВ ДО 12 МЕСЯЦЕВ И ПЕРЕПЛАТ

БЕЗ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ВЗНОСА

БЕСПЛАТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ДЛЯ КЛИЕНТА

БЕСПЛАТНОЕ ПОПОЛНЕНИЕ ОНЛАЙН

ПОКУПКА ДЕЛИТСЯ НА РАВНЫЕ ЧАСТИ

ПРОЦЕНТЫ НА ОСТАТОК И КЭШБЭК

ПАРТНЕРУ

ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА МАРКЕТИНГ

УВЕЛИЧЕНИЕ СРЕДНЕГО ЧЕКА

РОСТ ТОРГОВОГО ОБОРОТА

ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ

БАНКУ

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ

ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ

РОСТ ТРАНЗАКЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА УДЕРЖАНИЕ

КОМИССИОННЫЙ ДОХОД

СНИЖЕНИЕ ОТТОКА



Совкомбанк признан самым прибыльным банком Центральной и Восточной Европы по показателю «прибыль на капитал» по итогам 2016 г. (The Banker)

Крупнейший частный Банк в РФ: более 16 млн. клиентов и более 2.5 тыс. отделений

Лидер среди частных банков РФ на долговом рынке (Cbonds)

Лидер среди частных банков РФ на рынке автокредитования (Банки.Ру)

Лидер среди частных банков РФ на рынке банковских гарантий (РТС-тендер + Финтендер)

Кредитные рейтинги Банка:

- Moody's «Ba3»
- S&P «BB-»
- Fitch Ratings «BB-»
- АКРА «A(ru)»
- Эксперт РА «ruA-»

 **ЭКСПРЕСС-ВОЛГА БАНК** **МЕТКОМБАНК**  **ICICI Bank**



>1 000 000

КЛИЕНТОВ В 2017



>4000

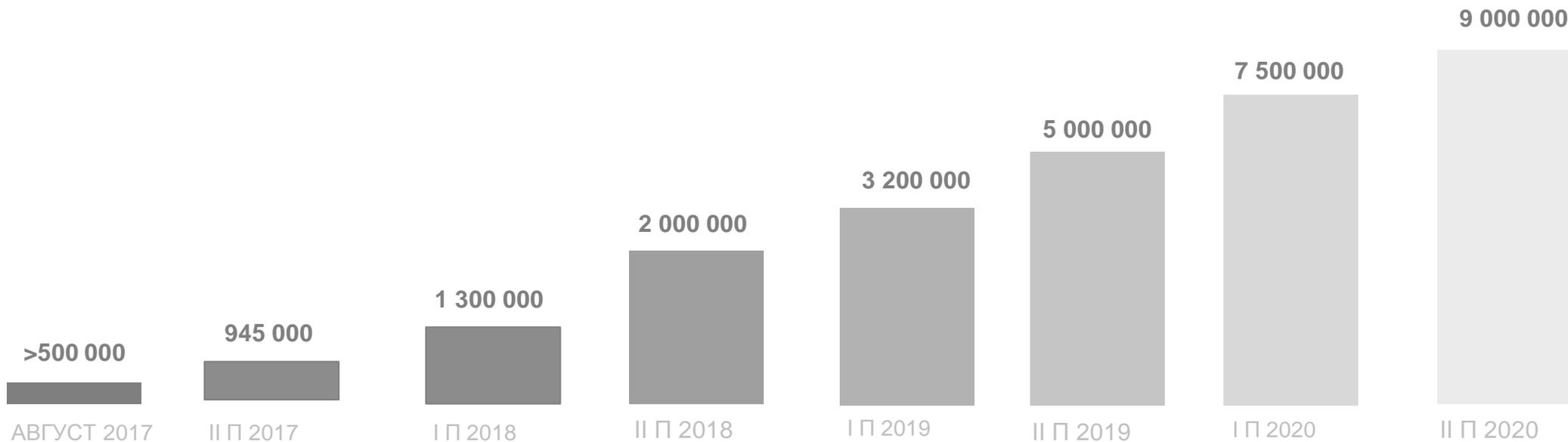
НОВЫХ КАРТ В ДЕНЬ



>1 000 000

МАГАЗИНОВ

ФАКТ И ПЛАН РОСТА 2017-2020



ХАЛВА VS КРЕДИТНАЯ КАРТА И POS

Халва	КРЕДИТНАЯ КАРТА	POS
БЕСПЛАТНАЯ КАРТА	ПЛАТНАЯ КАРТА	ЧАСТО, НЕТ КАРТЫ
БЕСПЛАТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	ПЛАТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	НЕТ ОБСЛУЖИВАНИЯ
НЕТ % ЗА ПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИМИТОМ	ВЫСОКИЙ % ЗА ПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИМИТОМ	НЕТ % ЗА ПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИМИТОМ
ДО 12 МЕСЯЦЕВ РАССРОЧКИ БЕЗ %	ДО 4 МЕСЯЦЕВ РАССРОЧКИ БЕЗ %	ДО 24 МЕСЯЦЕВ РАССРОЧКИ БЕЗ %
ОТСУТСТВИЕ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ВЗНОСА	ОТСУТСТВИЕ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ВЗНОСА	БЫВАЕТ ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ВЗНОС
НИЗКИЙ ШТРАФ ЗА ПРОСРОЧКУ	ВЫСОКИЙ ШТРАФ ЗА ПРОСРОЧКУ	ВЫСОКИЙ ШТРАФ ЗА ПРОСРОЧКУ
НЕ НУЖЕН ДОГОВОР НА КАЖДУЮ ПОКУПКУ	НЕ НУЖЕН ДОГОВОР НА КАЖДУЮ ПОКУПКУ	ДОГОВОР НА КАЖДУЮ ПОКУПКУ
ДОСТУПНА ВО ВСЕХ КАТЕГОРИЯХ	ДОСТУПНА ВО ВСЕХ КАТЕГОРИЯХ	ДОСТУПЕН НЕ ВО ВСЕХ КАТЕГОРИЯХ
НЕТ ПЛАТНЫХ ДОП. УСЛУГ	НАВЯЗЫВАНИЕ ПЛАТНЫХ ДОП. УСЛУГ	НАВЯЗЫВАНИЕ ПЛАТНЫХ ДОП. УСЛУГ
ПРОСТОЙ И ПРОЗРАЧНЫЙ ДЛЯ КЛИЕНТОВ	СЛОЖНЫЙ ДЛЯ ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТОВ	СЛОЖНЫЙ ДЛЯ ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТОВ
ОФОРМЛЕНИЕ ЗА 8 МИНУТ	ОФОРМЛЕНИЕ ОТ 40 МИНУТ ДО 2 ДНЕЙ	ОФОРМЛЕНИЕ 40 МИНУТ
ОФОРМЛЕНИЕ В МАГАЗИНЕ, БАНКЕ И КУРЬЕРОМ	ОФОРМЛЕНИЕ В БАНКЕ ИЛИ КУРЬЕРОМ	ОФОРМЛЕНИЕ В МАГАЗИНЕ

ВЛИЯНИЕ КАРТ РАССРОЧКИ НА БИЗНЕС ПАРТНЕРОВ

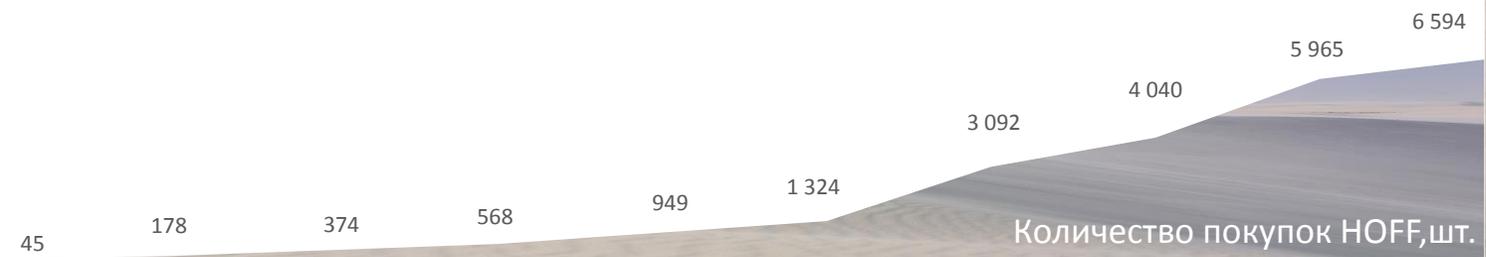
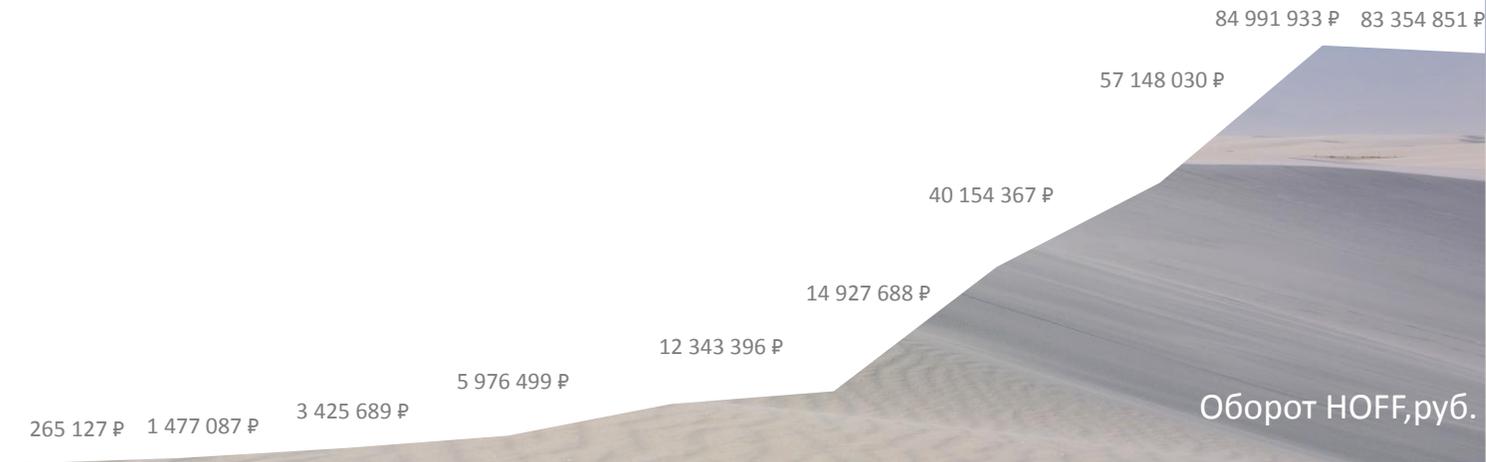
Халва

СРЕДНИЙ ЧЕК
ВЫШЕ В
2.5 раза

ПРИВЛЕЧЕНИЕ
НОВЫХ
КЛИЕНТОВ
до **50%**

РОСТ
ЧАСТОТЫ
ПОКУПОК
НА **40%**

ПРИМЕР КЕЙСА Hoff & Халва

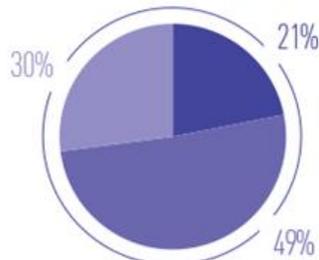


Положительная динамика продаж с использованием карт «Халва», благодаря совместным кампаниям. Продажи выросли к августу на 170% и растут активными темпами, в соответствии с сезонностью. Доля Халвы в обороте HOFF сегодня составляет около 2,5%

Количество покупок по карте «Халва» постоянно растет, благодаря маркетинговым акциям и продвижению продукта в сети. Средний рост покупок в 4 квартале составил 40%. За время сотрудничества в HOFF было привлечено более 12000 новых клиентов.

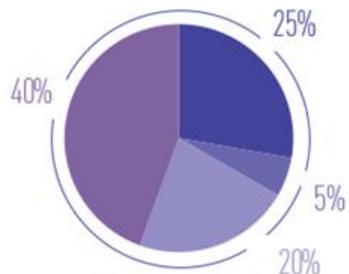
Средний чек покупок по Халве выше стандартного, благодаря длинному сроку беспроцентной рассрочки в 2,4 раза (при этом средний чек с картой «Халва» составляет 45% от среднего чека в кредит). При этом средняя стоимость артикула при оплате картой «Халва» в 3,2 раза больше, чем без нее.

ВОЗРАСТ КЛИЕНТОВ



- МЛАДШЕ 30
- ОТ 30 ДО 45
- СТАРШЕ 45

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



- ЖЕНАТ/ЗАМУЖЕМ
- ГРАЖДАНСКИЙ БРАК
- ХОЛОСТ/НЕ ЗАМУЖЕМ
- НЕИЗВЕСТНО



(МУЖЧИНЫ 30% | ЖЕНЩИНЫ 70%)



СРЕДНИЙ ЧЕК

МОСКВА – 13500 РУБ.
РЕГИОНЫ – 12900 РУБ.



ЧАСТОТА ПОКУПОК В МЕСЯЦ:

2 ОПЕРАЦИИ НА 1 КЛИЕНТА



10%

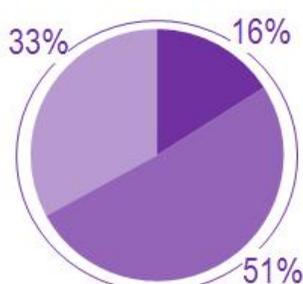
КЛИЕНТЫ С ДЕТЬМИ



90%

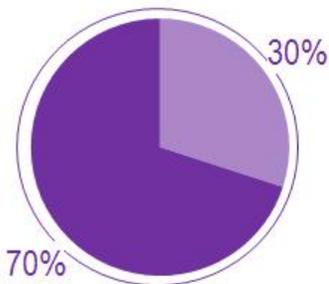
КЛИЕНТЫ С АВТО

ВОЗРАСТ КЛИЕНТОВ



- ДО 30
- 30-45
- 46+

ПОЛ



- Женщины
- Мужчины



СРЕДНИЙ ЧЕК

МОСКВА – 6900 РУБ.
РЕГИОНЫ – 5700 РУБ.

ПО ДРУГИМ КАРТАМ – 5200 РУБ.
НАЛИЧНЫМИ – 4400 РУБ.



ЧАСТОТА ПОКУПОК В МЕСЯЦ:

1.3 ОПЕРАЦИИ НА 1 КЛИЕНТА

