

Увеличение комиссионного дохода на основе сегментации клиентской базы

ОЛЕГ ШВЕЦОВ,
Старший Вице-президент, Член Правления

Рост комиссионного дохода в действующей сети продаж в 2012 году на 30%!

В чем наш успех?

2

ВЗАИМОСВЯЗЬ!



КЛИЕНТ. Система сегментации клиентов

НАШ ОСНОВНОЙ БАЗИС ДЛЯ СЕГМЕНТАЦИИ КЛИЕНТОВ:
РАБОТОДАТЕЛЬ И СТАТУС КЛИЕНТА

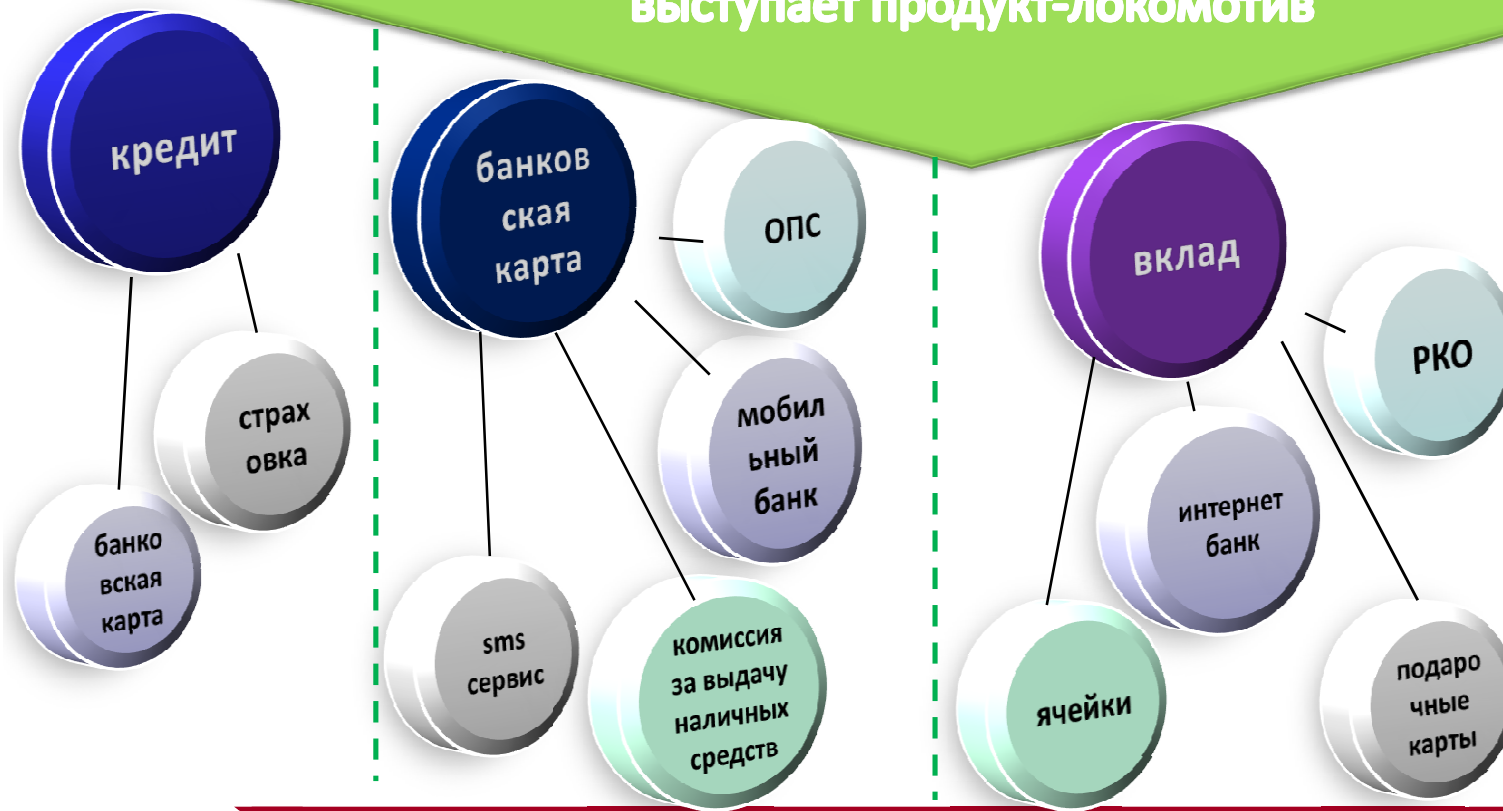
РАБОТОДАТЕЛЬ

СТАТУС КЛИЕНТА	Клиентские сегменты		СОТРУДНИКИ предприятий ААА и зарплатные предприятия (традиционная корпоративная розница)	СОТРУДНИКИ предприятий, участвующих в проекте «bank-at-work»	«Уличные клиенты»
	«Партнер»	VIP	Сегмент значим для развития бизнеса	Сегмент значим для развития бизнеса	
	«Бизнес»		Высокий потенциал для продаж	Высокий потенциал для продаж	Высокий потенциал для продаж
	Прочие клиенты		Высокий потенциал для продаж	Средний потенциал для продаж	Средний потенциал для продаж

ПРОДУКТ. Пакетные предложения для отдельных клиентских сегментов

СЕМЕЙСТВО КОМИССИОННЫХ ПРОДУКТОВ

разбиваем по группам – формируем пакетные предложения, которые ориентированы на отдельные клиентские сегменты. В качестве драйвера выступает продукт-локомотив



ПЕРЕХОД
ОТ ПРИНЦИПА
«СДЕЛАЛ
ТРАНЗАКЦИЮ И ЗАБЫЛ
О БАНКЕ»
К ВЫСТРАИВАНИЮ
ОТНОШЕНИЙ С
КЛИЕНТОМ,
ФОРМИРУЮЩИХ
ЛОЯЛЬНОСТЬ И
ПРИВЯЗАННОСТЬ
КЛИЕНТА К БАНКУ -
«ПРИВЫЧНО,
ВЫГОДНО, УДОБНО
ДЕЛАТЬ ОПЕРАЦИИ
ИМЕННО В ЭТОМ
БАНКЕ!»

КАНАЛ ПРОДАЖ. Система сегментации каналов продаж

5

СИСТЕМА СЕГМЕНТАЦИИ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

КОРПОРАТИВНЫЙ

УЛИЧНЫЙ/АГЕНТСКИЙ

	СОТРУДНИКИ предприятий AAA и зарплатные предприятия (традиционная корпоративная розница)	СОТРУДНИКИ предприятий, участвующих в проекте «bank-at-work»	«Уличные клиенты»
Описание	Сотрудники предприятий, реализующих с Банком зарплатный проект	Сотрудники предприятий, так или иначе допустивших Банк к реализации банковских продуктов коллективу	Клиенты, пришедшие в Банк не из корпоративного канала
Ключевой способ продаж	• Презентации • Мобильные офисы • Предустановленные лимиты • Массовое подключение к услугам	• Презентации • Мобильные офисы	• Контрагенты (ЛУКОЙЛ, ЛУКОЙЛ-ГАРАНТ, пр.) • Агентская сеть (автосалон, агентство недвижимости) • Офисные продажи

ВЫСТРАИВАНИЕ СИСТЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

6

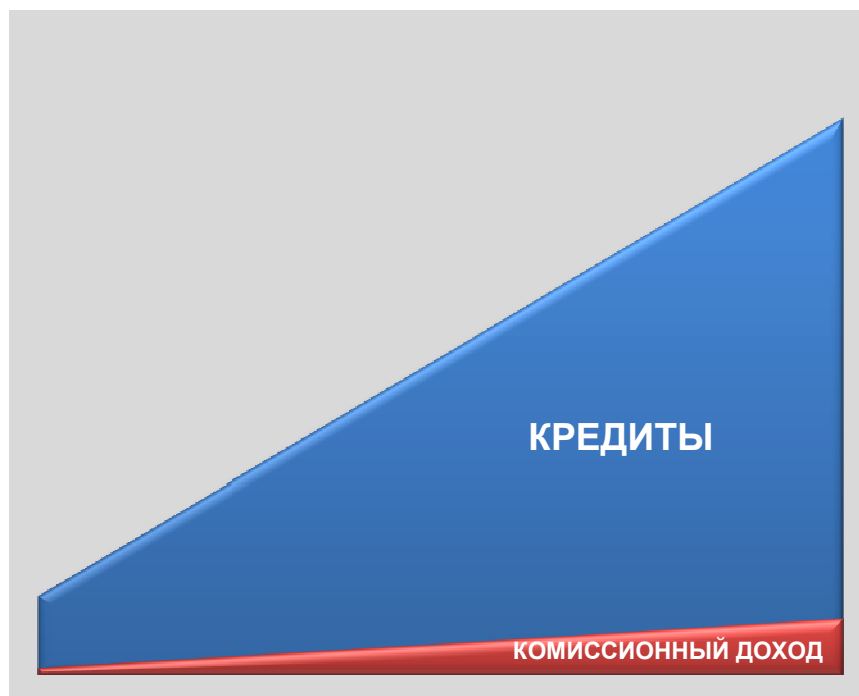


Понимание **КЛИЕНТСКОГО СЕГМЕНТА** и **КАНАЛА ПРОДАЖ** позволяет выстраивать корректную систему **ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**: например возможность корректировать комиссию за обработку СПП (сводного платежного поручения), если можно предложить кредитные продукты для сотрудников – работников зарплатной организации.

КОНКРЕТНЫЙ КЕЙС: КРЕДИТ + СТРАХОВКА + БАНКОВСКАЯ КАРТА

7

2011



2012 + I кв 2013



ФОРМИРОВАНИЕ ПАКЕТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ К КРЕДИТУ В 2012 ГОДУ ПОЗВОЛИЛО УВЕЛИЧИТЬ КОМИССИОННЫЙ ДОХОД

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!