



BaseGroup Labs

ТЕХНОЛОГИИ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Маркетинг банковских продуктов и услуг

pptcloud.ru

По мере насыщения финансового рынка, борьба за каждого клиента становится более жесткой, требующей гибкого подхода:

- Привлечение качественных клиентов
- Удержание самых ценных
- Учет персональных предпочтений
- Стимулирование спроса

Только глубокая аналитика позволит уйти от самоубийственной ценовой конкуренции к выгодной персонифицированной работе.

Знай своего клиента

- Клиент
 - Анкетные данные
 - Кредитная история
 - История контактов
 - Финансовые транзакции
 - Социальные связи
 - Интернет банкинг
 - Мобильный банкинг
 - Интересы

Лучше знаем
клиента, значит
понимаем как
удержать и на чем
заработать

Банки аккумулируют или имеют законный доступ к огромному объему ценных данных:

- Паспортные данные
- Бюро кредитных историй
- Финансовые транзакции
- Действия в интернет/мобильном банке
- Обращения в call-центр

Грамотная работа с подобной информацией позволяет узнать о клиенте очень многое, не докучая его лишними вопросами.

Точки роста

- **Повысить доходность:**
 - Предлагать услуги в соответствии с доходностью
 - Персонафицировать обращения
 - Организовать кросс-продажи
 - Предотвратить отток
- **Снизить издержки:**
 - Не тратить на удержание бесперспективных клиентов
 - Не обращаться к игнорирующим
 - Исключить дополнительные услуги для низкодоходных
 - Не заваливать спамом

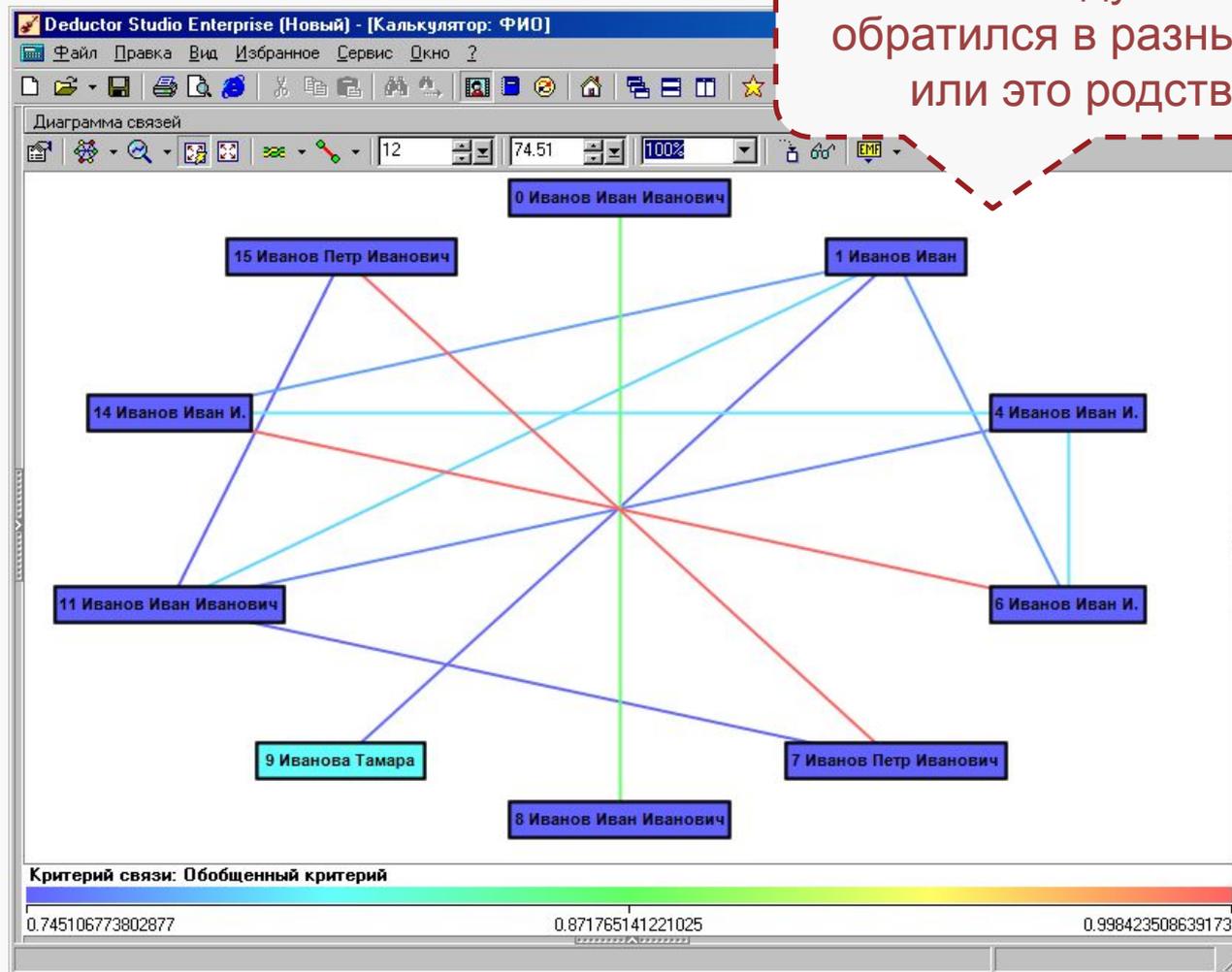
Кейс: Обогащение данных



Можно извлечь из
имеющихся данных

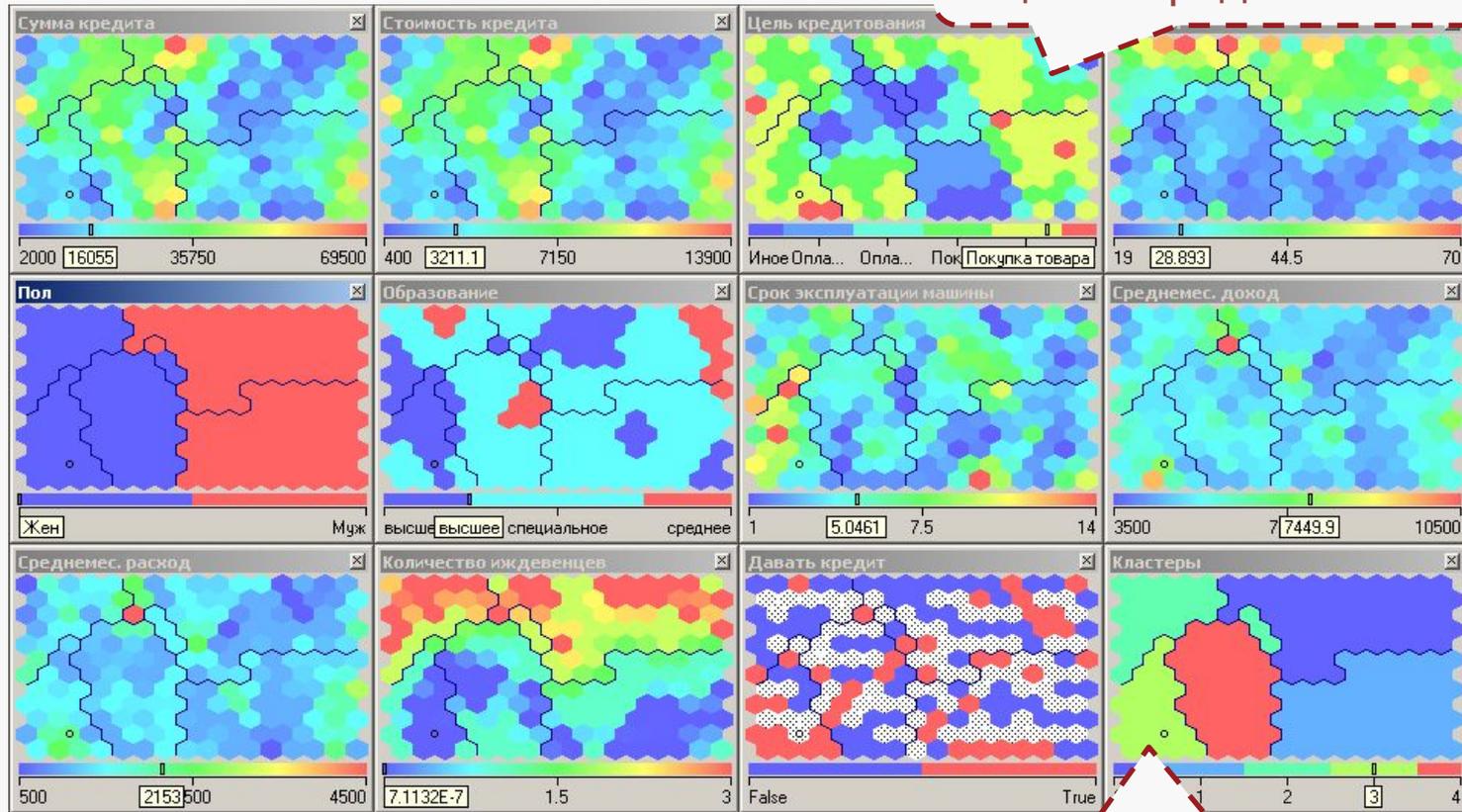
Кейс: Анализ связей

Возможные дубли: один клиент обратился в разные филиалы или это родственники?



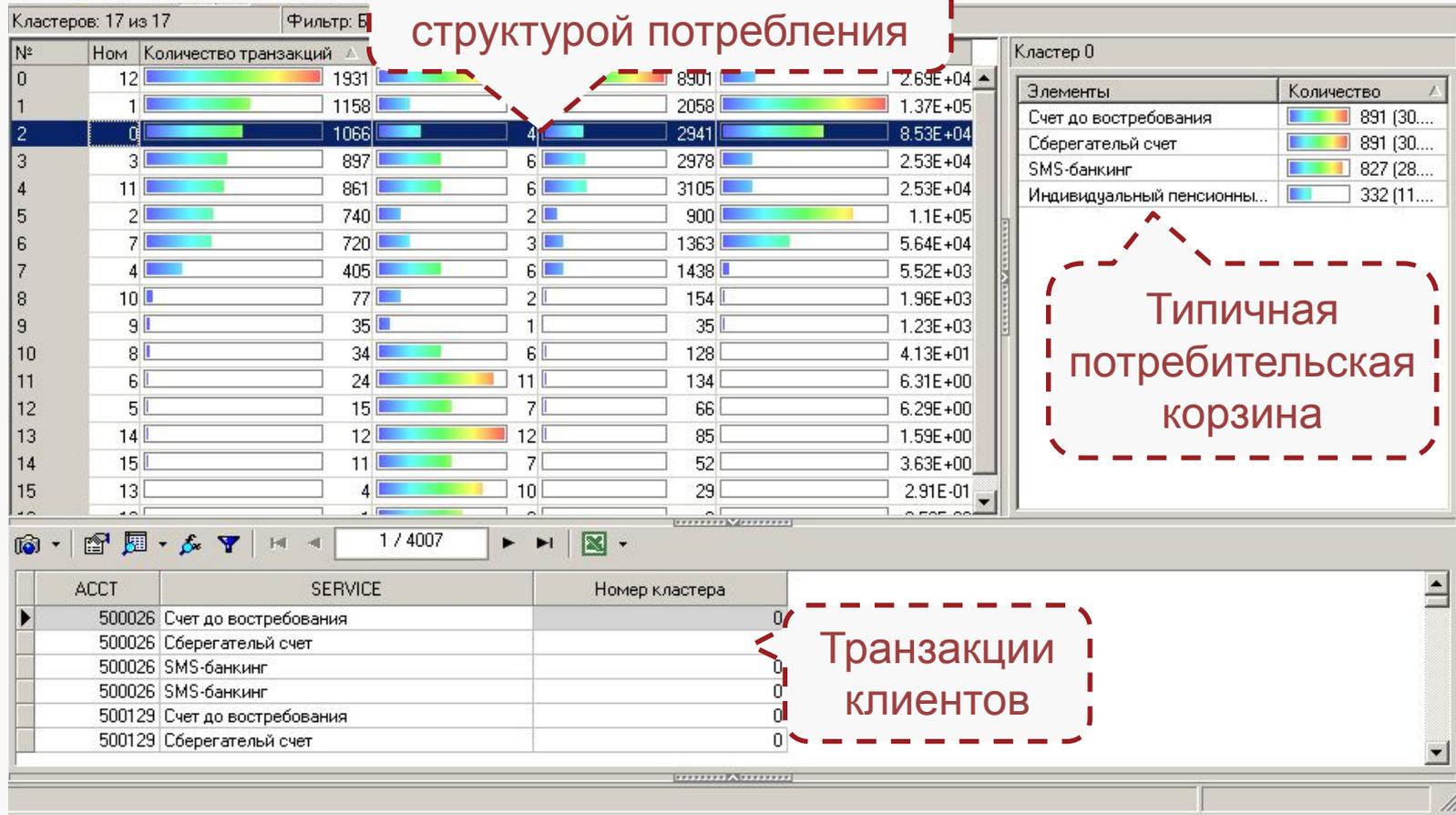
Кейс: Сегментация клиентов

Зависимость рисков от целей кредитования



Сегмент с низкими рисками

Кейс: Структура потребления



Кейс: Кросс-продажи

Что-если

ab. Z A Y > < <<

Элемент	Поддержка, %
Автокредит	9.29
Депозитные сертификаты	24.53
Доверительное управление	4.88
Индивидуальный пенсионный счет	10.84
Кобрендинговые карты	17.44
Кредитные карты	15.48
Потребкредит	1.26
Срочный вклад	11.30
Ценные бумаги	7.43
Экспресс-кредит	16.47

Условие

Элемент	Поддержка, %
Индивидуальный пенсионный счет	10.84
Потребкредит	1.26
Ценные бумаги	7.43

Количество правил: 3

Следствие

	Поддержка		Достоверность, %	Лифт
	Кол-во	%		
Экспресс-кредит	208	2.60	35.00	2.126
Депозитные сертификаты	289	3.62	33.40	1.361
Кредитные карты	157	1.96	26.40	1.707

Клиент уже приобрел

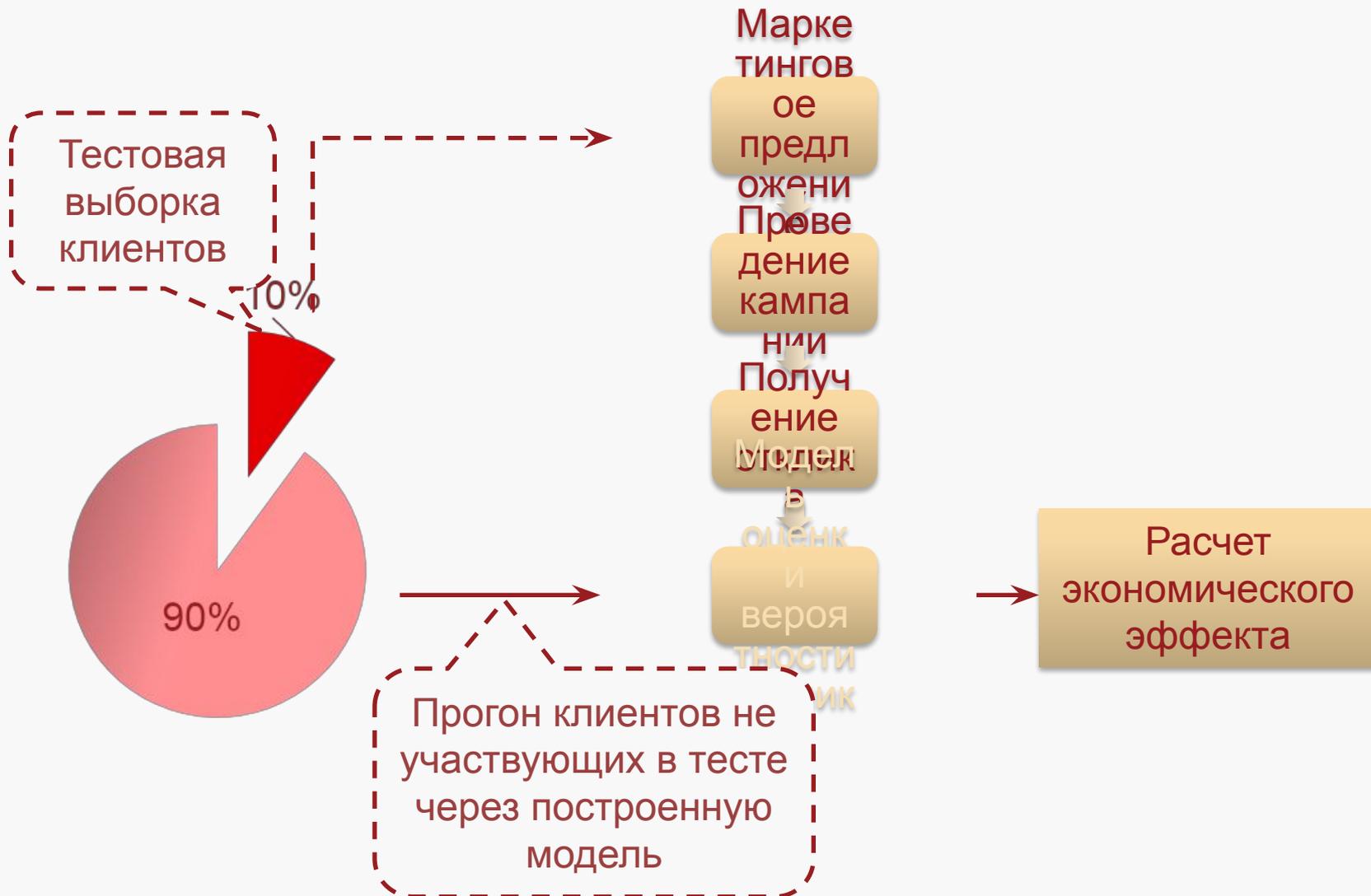
Вся продуктовая линейка

Предложить дополнительно

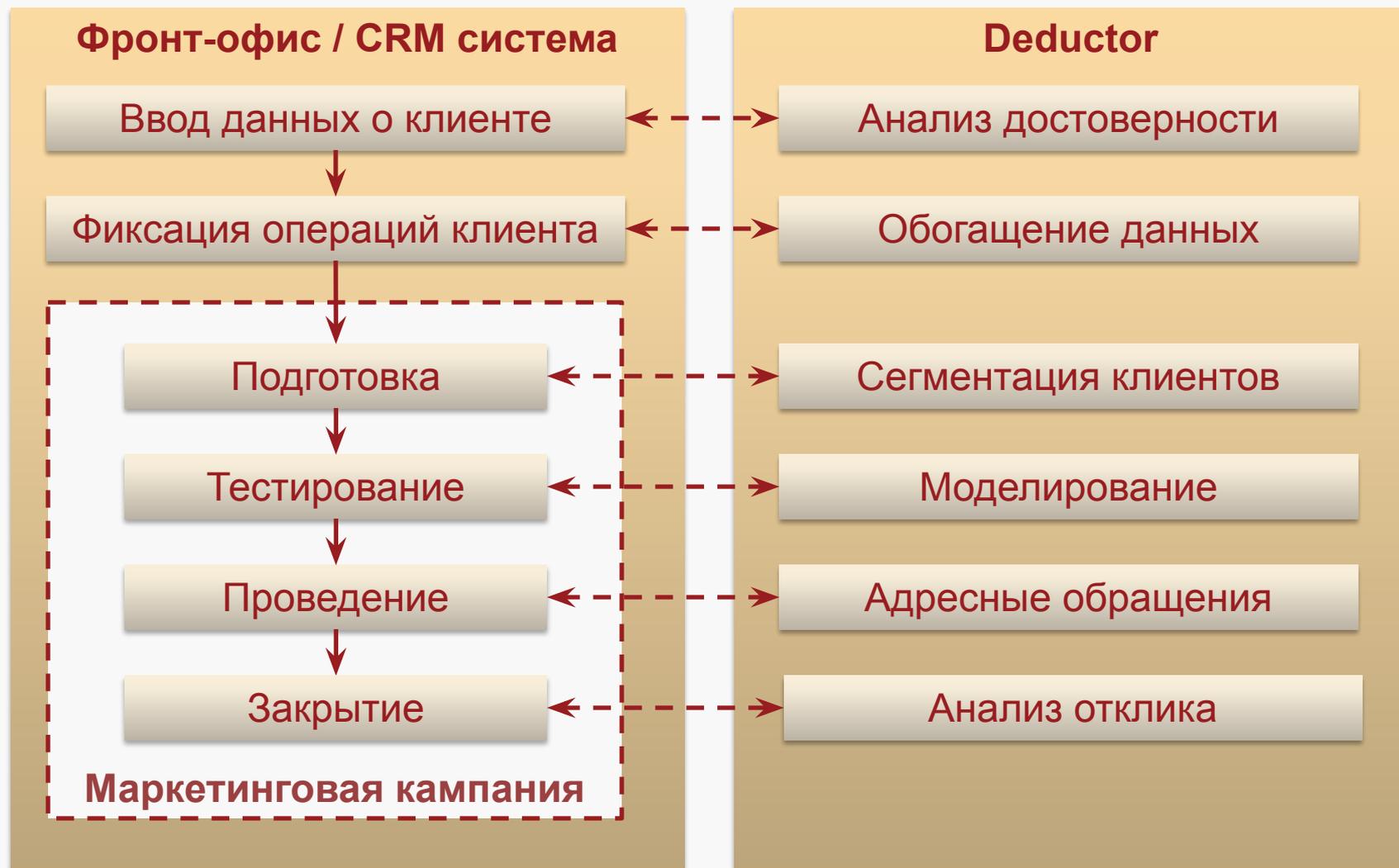
Кейс: Прогнозирование оттока клиентов



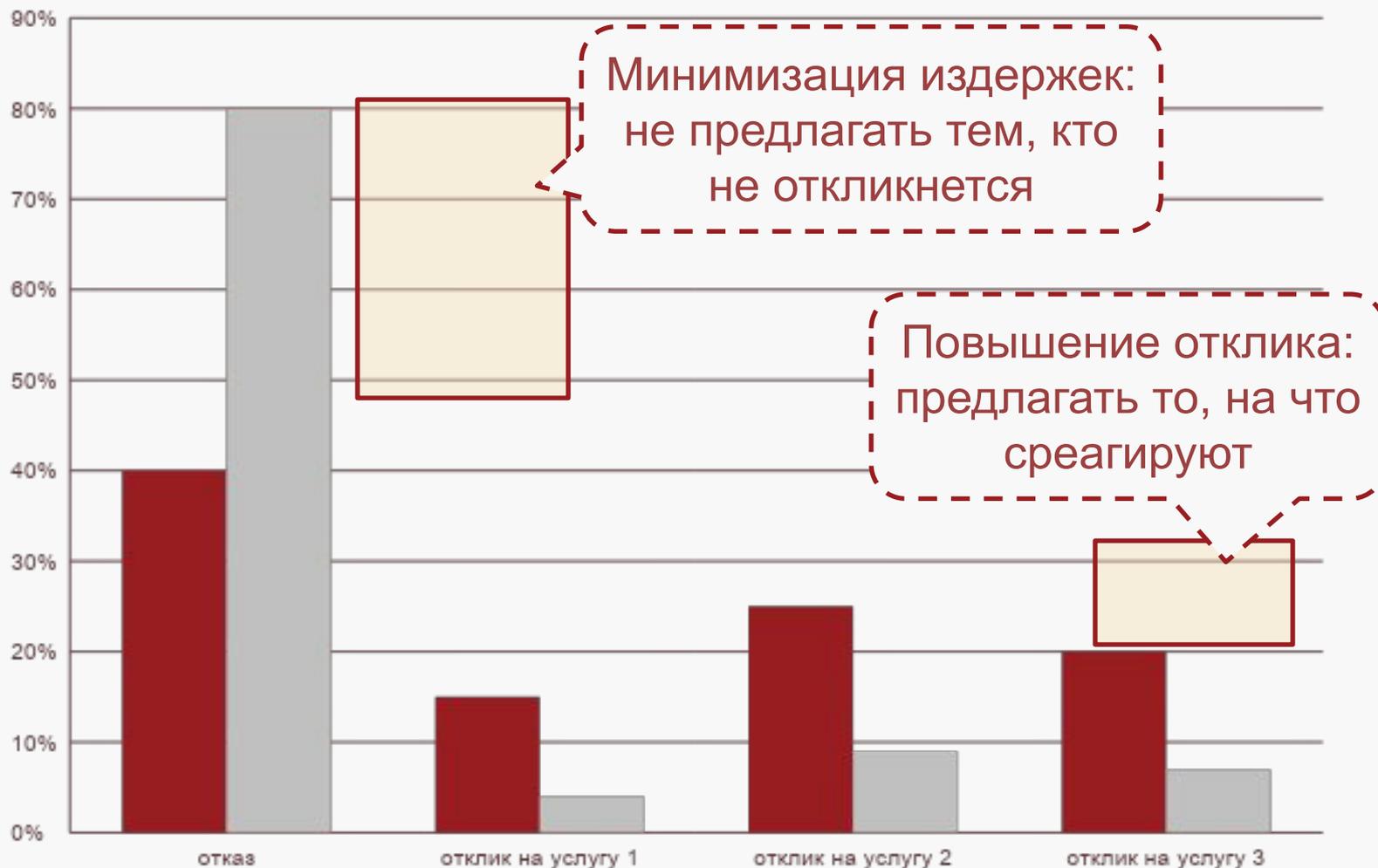
Кейс: Тест маркетинговой кампании



Direct Marketing: схема работы



Direct Marketing: экономический эффект



Целостный подход к маркетингу

Работа с клиентами комплексная задача, не сводящаяся только к анализу. Необходимо решать множество задач: учет истории взаимоотношений, оптимизация работы персонала, обработка рекламаций...

Однако, при отсутствии полноценной аналитики вся собранная информация будет **лежать мертвым грузом** и не позволит обратить данные о клиентах в знания о них, способные принести дополнительные доходы.

Финансовый супермаркет

Многие банки стремятся предоставить клиенту возможность получить весь спектр финансовых услуг из одних рук – стать «финансовым супермаркетом». Для этого недостаточно управления рисками, требуется тонкая работа с каждым клиентом.

- **Эффект**

- Правильный продукт
- Правильные клиенты
- Правильное время
- Правильный канал

BaseGroup Labs – профессиональный поставщик Data Warehouse, OLAP, KDD, Data Mining решений и инструментов.

Web-сайт: www.basegroup.ru

Образование: edu.basegroup.ru

E-mail: info@basegroup.ru