



LOGO

# Tomsk Case Championship. Очный тур

*Решение от  
команды «Флакон»*



# Выявленные проблемы

## 1. Сервис / работа с клиентами

- Разработка новых продуктов
- Работа с сетью банкоматов (увеличение числа, заключение договоров с другими банками на снятие денежных средств без комиссии)

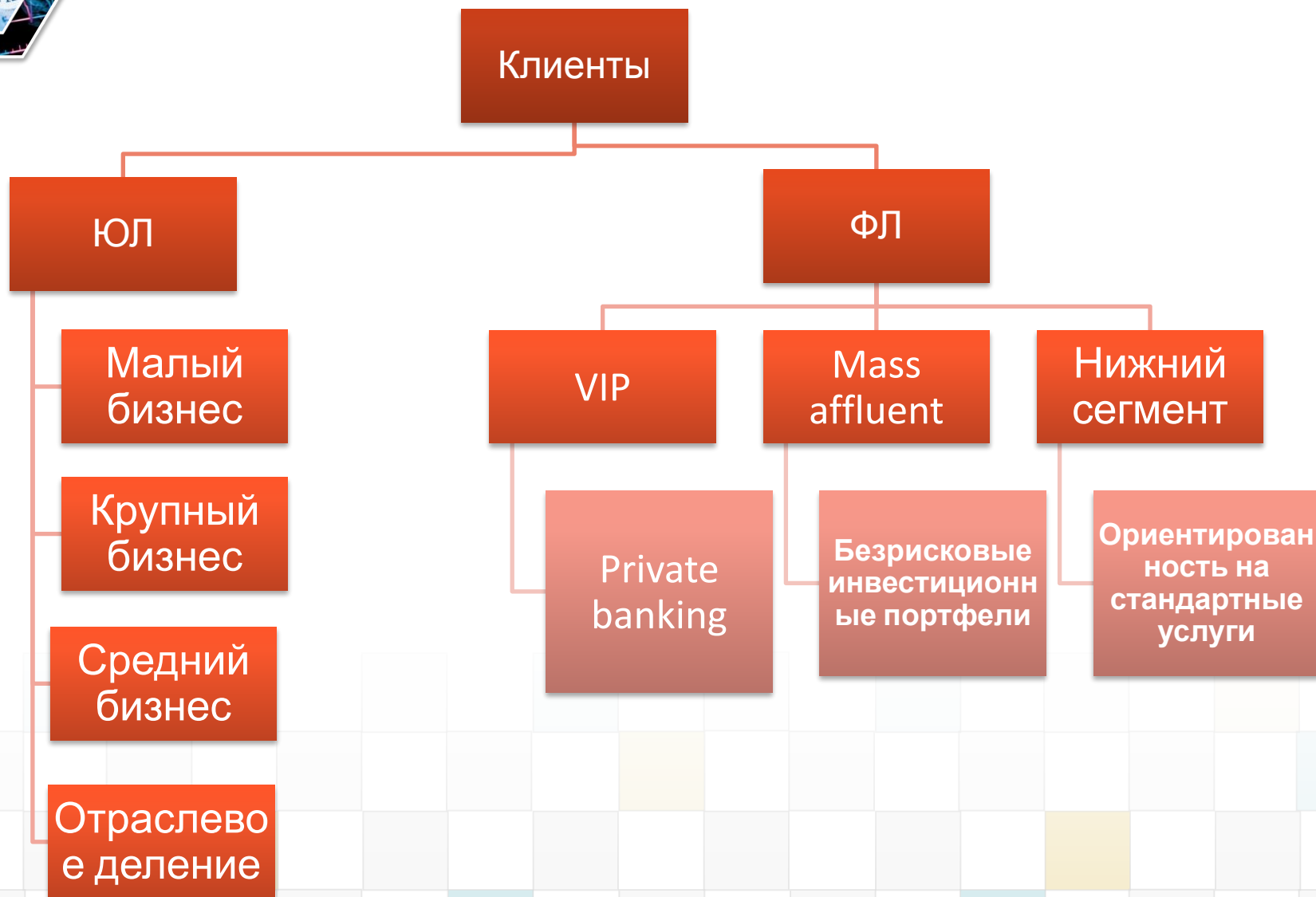
## 2. Продвижение банка

- Разработка маркетинговой стратегии (акценты на плюсах бренда, рекламная кампания)
- Разработка системы лояльности
- Выработка корпоративного стиля, акцентирующего уникальность бренда

## 3. Внутренний менеджмент

- Уменьшение бюрократии и документооборота
- Улучшение координации менеджмента разного уровня, выстраивание обратной связи
- Выработка внутреннего корпоративного стиля

# Целевые аудитории



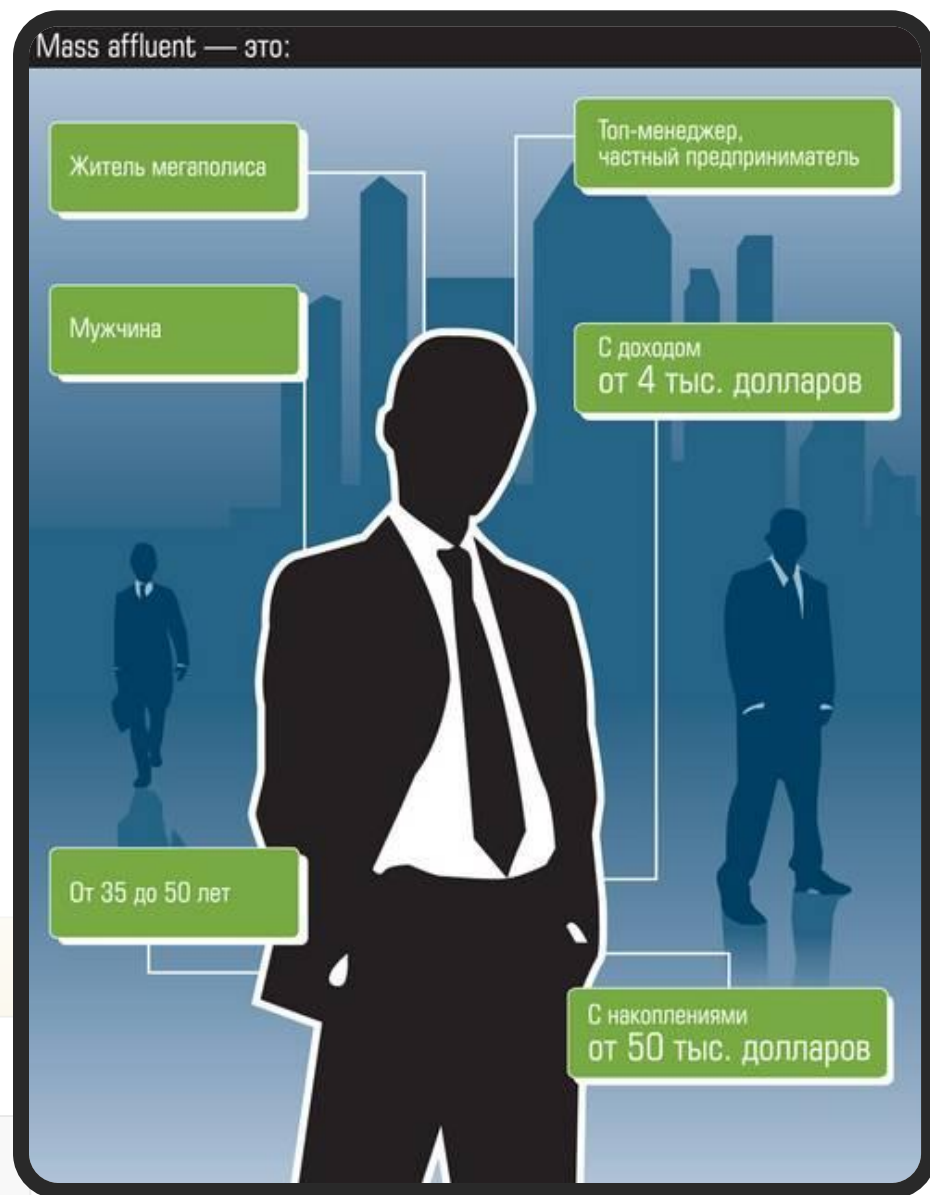


# Mass affluent

- Это люди, у которых имеются ликвидные активы в размере от 50 тыс. до 1 млн долларов, либо люди с высоким доходом — от 2,5–3 тыс. долларов на человека в регионах и от 4 тыс. долларов на человека в Москве.
- Средства mass affluent — это самые стабильные пассивы, потому что эти клиенты настроены на выстраивание отношений. Это не разовый, а системный клиент.
- По расчетам аналитиков данный сегмент будет прирастать на 3–4% в год. Во-вторых, он будет все активнее инвестировать.

# Методы работы с mass affluent

- Вклады на депозиты
- Кредитные линии
- **Вклады в различные инвестиционные инструменты**





# Вклады в различные ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

- Подразумевает создание различных инвестиционных портфелей, дифференцированных по степени риска и уровню доходности.
- Для этого менеджеры по продажам филиалов банка должны быть аттестованы ФСФР.



# VIP клиенты

53% клиентов не довольны данным сервисом в нашей стране.

- Для данной группы предусмотрена система private banking и wealth management.
- Клиенты: физические лица, открывающие вклады от 500 000\$.
- В России – более 100 000 долларовых миллионеров.
- Суммарная величина активов – 300 млрд \$.
- Рост рынка – 30-50% в год.



# Private banking и wealth management

Комплексное управление личными средствами клиента (владельца крупного капитала).

- ✓ Схема работы предусматривает максимально широкий набор эксклюзивных услуг: управление активами клиента, депозитные операции и кредитование, также страховые программы, консультационные услуги, налоговые консультации, art banking, личный консьерж, обслуживание в любое время суток





# Привлечение VIP клиентов

- Основывается на использовании новейшего маркетингового подхода «мейлинг»:
  1. Первичный телемаркетинг: завязка отношений с личными секретарями топ-менеджеров
  2. Передача посланий от генерального директора с символическими историями и предметами
  3. Заключительное послание с намеком на дальнейшее сотрудничество

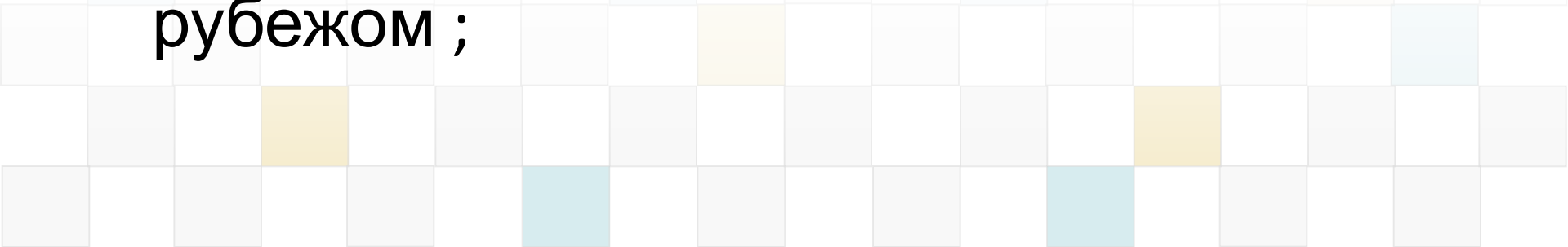


# Нижний сегмент

- Доходы до 2,5 тыс. \$ в месяц на человека
- Стандартный набор банковских операций
- Прямая работа с крупными сетями розничной торговли
- Развитие интернет-банкинга
- Введение кредитно-дебетовых карт последнего поколения (установление лимита кредитования без % на срок до двух месяцев и возможность начисления на депозитный счет).



## Работа с корпоративными клиентами

- Выгодные условия для компаний, ведущих бизнес в других странах;
  - Выстраивание долгосрочных отношений с клиентами;
  - Предложение долгосрочных кредитных линий;
  - Использование возможностей банка за рубежом ;
- 

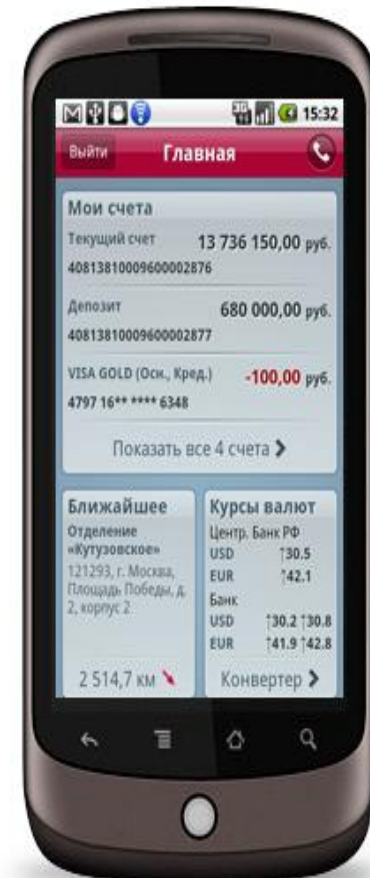


# Продвижение банка

1. Корпоративная культура как инструмент формирования имиджа банка
2. Разработка рекламной компании, ориентированной в рамках философии организации и соответствующей комплексу 4P для каждого из сегментов, выявленных при маркетинговых исследованиях.
3. Конкретные методы: обращение к эмоциям, игра с цифрами, долгосрочные бонусные программы, реклама на ТВ, СМИ.
4. Создание приложения на мобильные устройства.

# Наполнение приложения

- Геолокация, определяющая ближайшие банкоматы и филиалы банка.
- Мобильный банкинг – полный комплект всех предлагаемых услуг банка.
- Информация о всех филиалах.





# Корпоративная культура и стиль

- Разработка ясной и простой философии и этики организации в Российских филиалах на основе таких понятий как:
  - Многовековые традиции организации
  - Постоянство и адаптивность
  - Надежность и профессионализм
  - Интернациональность организации
- Интеграция электронной системы документирования управленческих решений и информирования об этом персонала.
- Внедрение партисипативной системы управления.
- Изменить цветовое решение при сохранении СИМВОПИКИ



# Электронный документооборот

## Функции:

### ○ «Захват»

- Регистрация документов, автоматизация рутинных операций при ручном вводе
- Системы потокового ввода, распознавание
- Комплексное управление метаданными (карточками документов)
- Категоризация и пакетирование, формирование дел
- Управление качеством данных

### ○ Процесс

- Маршрутизация документов в соответствии с бизнес-процессами
- Совместная работа над документами и управление шаблонами
- Контроль поручений и связанных с документами задач
- Протоколирование этапов движения документа и операций над ним

### ○ Хранение

- Создание хорошо структурированных хранилищ документов
- Эффективный полнотекстовый поиск и поиск по атрибутам
- Реализация концепции электронного архива
- Интеграция с информационными системами предприятия



# Партисипативная система управления

- Основывается на:

1. Привлечении к групповому принятию решений всех сотрудников организации
2. Выдвижении предложений
3. Самостоятельности работников в принятии некоторых решений

Итог: приводит к более адаптивной организационной системе, налаживанию связей между всеми уровнями структуры и появлению новых идей.





# SWOT-анализ банка

## SWOT

### Сильные стороны

1. Уровень сервиса
2. Длительная история
3. Надежное финансовое положение
4. Финансовые возможности
5. Профессиональные ключевые менеджеры
6. Широкая филиальная сеть

### Слабые стороны

1. Ограниченное использование техник продвижения
2. Отсутствие коммуникаций менеджмента между уровнями

### Возможности

1. Увеличение спроса
2. Оживление экономической активности
3. Ослабление конкурентов

1. Разработка программ привлечения клиентов
2. Стратегия охвата новых целевых аудиторий
3. Вход на рынок через понижение ставок по кредитам и повышение ставок по вкладам

1. Увеличение темпов роста рынка позволит быстрее окупать вложения,

### Угрозы

1. Ужесточение законодательства
2. Усиление конкуренции
3. Падение спроса
4. Увеличение налоговой нагрузки
5. Угроза банкротства отдельных филиалов

1. Выстраивание долгосрочных отношений
2. Использование имиджа для привлечения и сохранения клиентов

1. Проведение активной рекламной кампании
2. Работа над увеличением эффективности менеджмента
3. Работа над в



# Итог

- Все вышеперечисленные методы работают на выстраивание долгосрочной лояльности и решение других проблем.
- Один из возможных лозунгов компании в России:  
«Сохраняем традиции, преумножаем капитал»