

Кейс

Банк "Home Credit"

Команда "Army of Four"





Али Дюйсебаев

2 курс, Economics
Назарбаев Университет



Адэля Даuletкызы

1 курс, Political Science and
International Relations,
Назарбаев Университет



Нурлан Муратбек

2 курс, Political Science and
International Relations,
Назарбаев Университет



Рустем Тұртаев

2 курс, Computer Science,
Назарбаев Университет

Стратегия продвижения без кассовой оплаты банка в сфере ретейл, гостиницы и ресторанов на рынке Казахстана позволит увеличить количество новых клиентов на 12%.

Цели

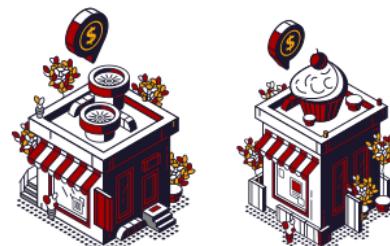
1. Проработка CJM сервиса



2. Обеспечение активной клиенткой базы



3. Выявить 3 ключевые сферы



Способы достижения

1. Выявление потребности клиентов,
2. Оптимизация под три ключевые сферы

1. Бонусная программа,
2. Персонализированное приложение,
3. Online и Offline рекламные кампании

1. Анализ 6 сфер по 4 критериям: безопасность, минимизация очередей, окупаемость, оптимизация программ лояльностей

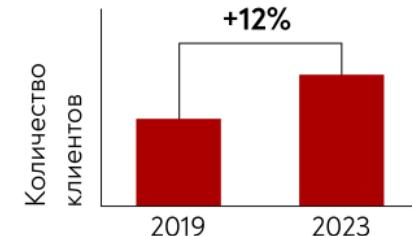
Результаты



Без кассовая оплата сохранит в среднем **10 мин** каждому клиенту



Охват **62,5%** целевой аудитории



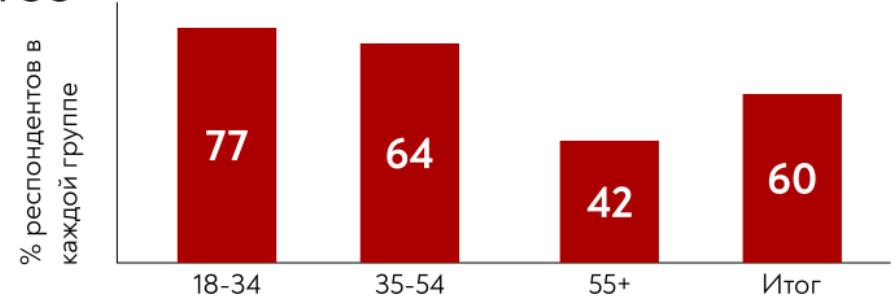
Увеличение клиентской базы на **12%**



Бизнесы в сферах ретейл, гостиниц и ресторанов могут ожидать повышение доходов на **50%**

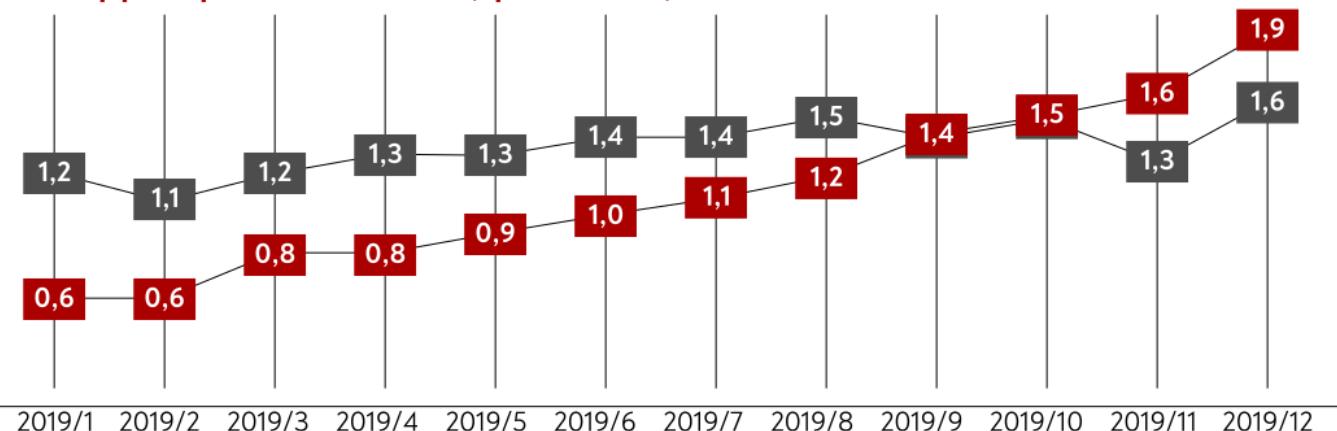
Во всем мире, включая Казахстан, ожидается большой спрос на без кассовую оплату, которым Home Credit Bank может воспользоваться

Интернет пользователи всего мира предпочитающие в магазинах систему как в Amazon GO



На рынке Казахстана ожидается рост в потребительском спросе на без кассовую / безналичную оплату

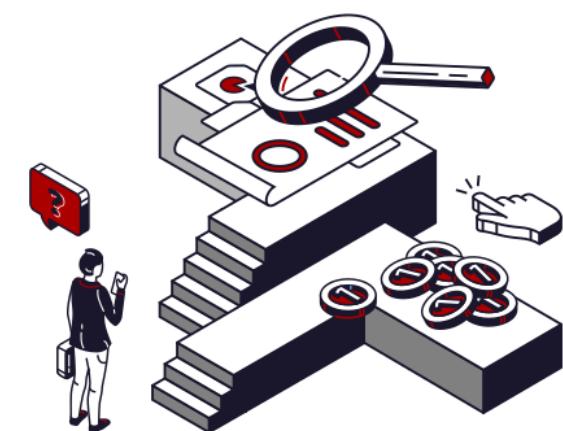
Оборот по платежным картам, использованным на территории Казахстана (трлн. тенге)



Выводы

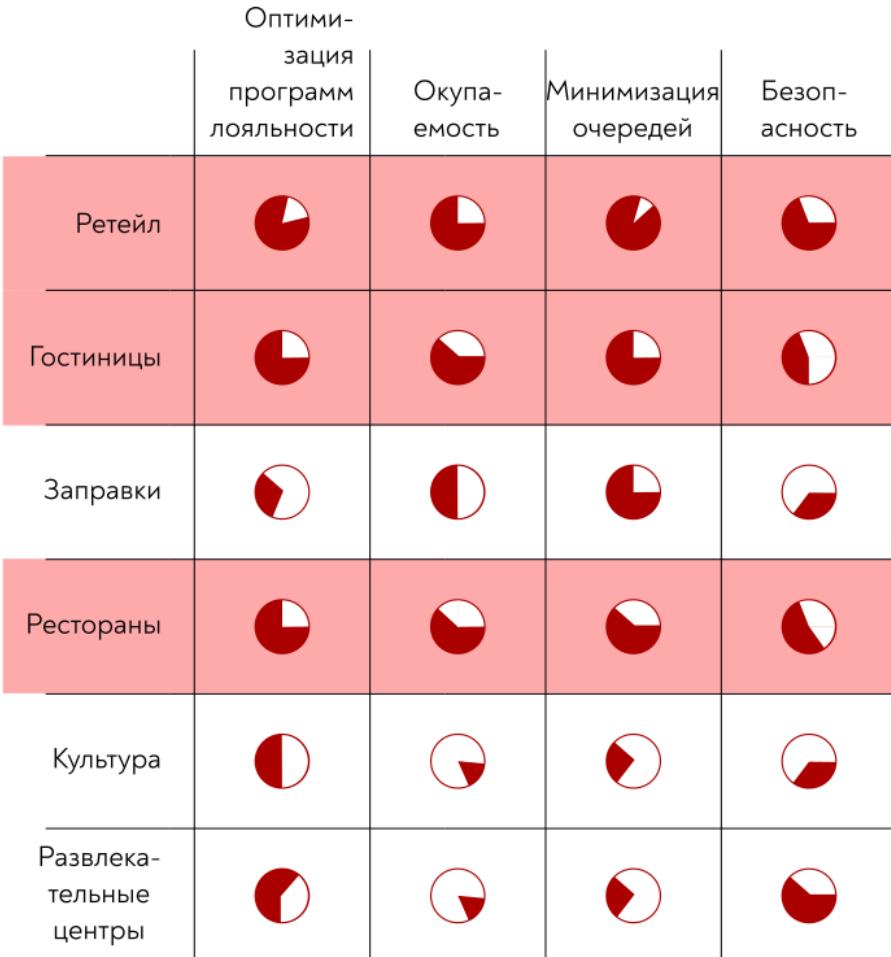
Интерес большинства (60%) интернет - пользователей к без кассовой оплате показывает, что наш продукт ожидает спрос на рынке Казахстана.

Все больше казахстанцев предпочитают безналичные платежи наличным ввиду удобства первого варианта.

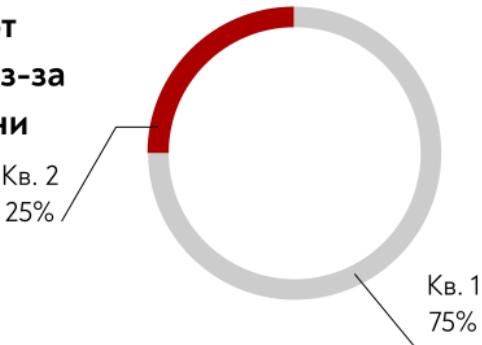


Перспективные рынки для проникновения "Take&Leave" необходимо выбирать полагаясь на потребности потенциальных партнеров

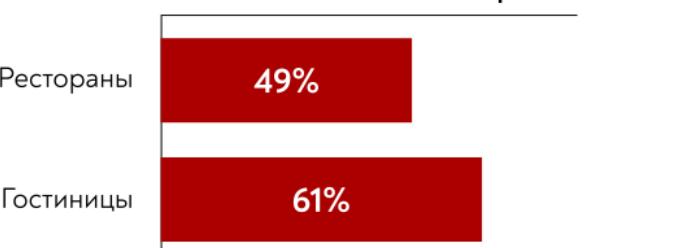
Мы выбрали три ключевые сферы основываясь на четырех критериях



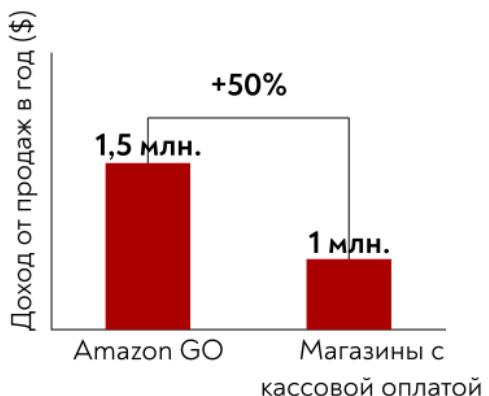
Бизнесы теряют 75% клиентов из-за долгого времени ожидания



% гостей в сфере верующих в улучшение опыта клиента из-за системы распознавания



Ожидаемые доходы могут вырасти на 50%



Выводы

Наш продукт востребован в этих 3 сферах

- Минимизирует риски кражи с стороны клиентов и персонала.
- Меньше очередей, т.к. клиентам не нужно оплачиваться у кассы.
- Нет надобности всегда брать с собой карту лояльности, т.к. система запоминает клиентов.

Несмотря на потенциальную конкуренцию, сервис "Take&Leave" превосходит аналоги и может привлечь клиентов в 3 сферах

**Потенциальные
новые конкуренты в
Казахстане**

**Потенциальные
сервисы-
альтернативы**

QR код	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Распознавание лица	✗	✗	✗	✓	✗	✓
Бонусы / cashback	✗	✗	✗	✓	✓	✓
Скидки от партнеров	✗	✗	✓	✓	✓	✓
Сфера развития	Рetail	Рetail	Все 3	Все 3	Рестораны	Все 3
Планируют зайти на рынок Казахстана	✗	✗	✗	✓	✓	✓

Выходы

- Только **Amazon** уже имеет функционирующую систему.
- Для Amazon, Сбербанк и WeChat важнее войти на более крупные рынки



Конкуренция от этих компаний не ожидается в ближайшие годы.

Apple Pay

- Доступен только для владельцев устройств **Apple** с технологией **NFC**.
- Необходимо брать с собой устройства заряженными.

"Рахмет"

- Услуги QR-код оплаты распространены в основном в бизнесе ресторанов



У **Home Credit Bank** есть возможность проникнуть в сферы рetail и гостиничного бизнеса и предложить уникальный продукт

При разработке инициатив рекомендуется сосредоточиться на сегменте "Работники", т.к. они наиболее активно используют безналичную оплату и имеют высокий средний чек за одно посещение в сфере рetailа.

	Молодые	Работники	Семейные
Описание	18 - 24 лет Нет проблем с технологиями	25 - 39 лет Легко обучаемые	40+ лет Сложно обучать
Подгруппы	Подростки и студенты	Работники разного уровня	Семьянины и пожилые люди
Количество в городах	8,3%	25%	32%
Средний чек безналичной оплаты, в тыс. тенге	5,0	9,9	6,9
Средний чек за посещение в трех сферах, в тыс. тенге	11,7	17,0	12,9



- 73% людей раздражают очереди



- 80% "Работников" готовы сменить магазин чтобы избежать очереди



Выходы

- - Основные усилия должны концентрироваться на "Работниках"
- Все сегменты испытывают дискомфорт в очередях: стресс, раздражение, чувство потери времени

До внедрения технологии услуги в трёх сферах требуют очень много времени и ресурсов

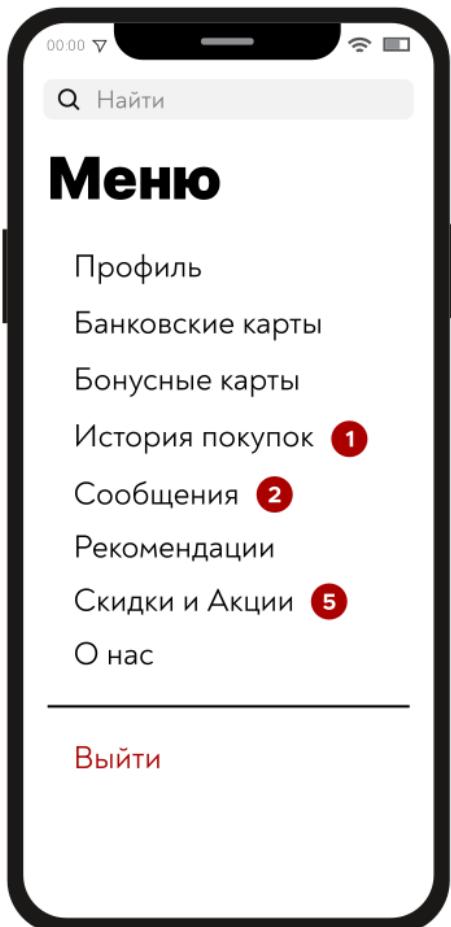


Новый СЖМ позволяет обслуживать все группы клиентов и обеспечивать максимальную надежность для партнеров.



Персонализация приложения банка Home Credit позволяют пользователям отслеживать историю покупок, полученные бонусы, а также получать рекомендации по товарам.

Эскиз приложения



Дополнительные функции приложения

1. История покупок

Позволит клиенту просмотреть даты покупок и сообщить об ошибке, а так получить уведомления о последней транзакции

2. Система рекомендаций

История покупок будет анализироваться на облаке и выдавать наиболее интересные товары клиенту или акции связанные с ними

3. Бонусные карты

Все сведения о бонусах и накопленных баллах у партнеров банка Home Credit могут быть просмотрены в приложении

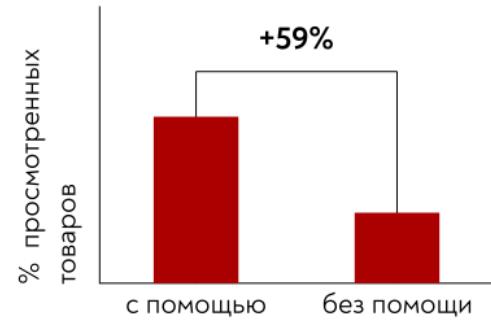
Примеры



Результаты

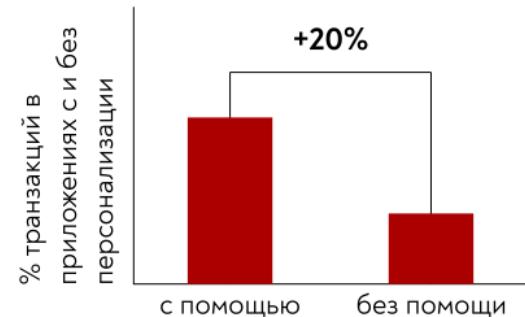
3 сферы

75% покупателей склонны выбирать персонализированное приложение



Банк

44% клиентов стали более лояльны, если приложение персонализовано



Новая геймифицированная программа "Take it easy" от Home Credit Bank позволит за месяц продвижения обеспечить активную клиентскую базу нового сервиса "Take&Leave".

Принципы зарабатывания очков

+15 очков за каждое достижение покупок на 50 тыс. тенге у партнеров Home Credit Bank.

+10 очков за каждое достижение транзакций на 50 тыс. тенге.

+5 очков за скачивание приложения твоей персональной ссылкой Home Credit Bank.

+10 очков за пользование приложением Home Credit Bank каждые 3 месяца.

Потенциальные награды

100 очков

1. 2% cashback
2. Скидки на 20% всех партнеров

1

3

5

2

4

200 очков

1. 2,5% cashback
2. Скидки на 40% всех партнеров

400 очков

1. 3,5% cashback
2. Скидки на 80% всех партнеров

Дополнительные бонусы

1. Акция "Пригласи друга" через персональную ссылку и получи 1000 тг.



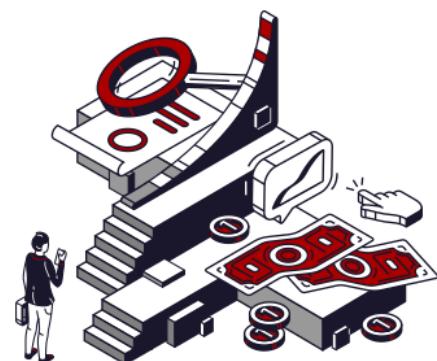
2. Каждому пользователю уникальные скидки от партнеров на товары наиболее интересные им



Выводы

Причины роста активности клиентов и прибыльности партнеров

1. Геймификация проекта
2. Программа привязана к работе с новым сервисом "Take&Leave"
3. Все выгодные условия работают в рамках сервиса "Take&Leave"



Комбинация онлайн и оффлайн маркетинговых мер позволит банку Home Credit охватить 62,5% целевой аудитории.

Продвижение

Онлайн

- Обзор системы от блоггеров



- Таргетированная реклама



Оффлайн

ТВ:

- КТК
- Хабар
- Казахстан



Радио:

- Авторадио
- Европаплюс
- Шалкар (казахоязычное)



- Промо акции в самых крупных гипермаркетах страны:

- Magnum
- Technodom.kz

Описание



Обзор системы от **Sekavines, Zheka Fatbelly**

Акцент: новейшие технологии



Обзор системы от **Rashev, Territima**

Акцент: экономия времени



Обзор системы от **Alibekov, Super.Mamasita**

Акцент: удобство системы, обзор пользования системой с подробными инструкциями

Результаты

1. Охват целевой аудитории - около 62,5% всей возможной аудитории

2. Покрытие всех возрастных и лингвистических групп

3. Снижение барьеров для клиентов



Приложение №1. Ожидаемый период окупаемости новой технологии оплаты составляет 2 года после открытия с учетом всех возможных рисков и мероприятий по их минимизации.

Заработка одной торговой точки в год

Отказ от 10 кассиров	+12 млн. тенге/год
Обслуживание оборудования и доп. электричество	-4.8 млн. тенге/год
Оптимизация работы поставки продуктов	+2 млн. тенге/год
Повышение потока клиентов в час	+47.2 млн. тенге/год
Итоговая польза от технологии	+65 млн. тенге/год

Финансовые показатели одной торговой точки потенциального партнера:

Инвестиции	=	200 млн. тенге	Ожидаемая прибыль	=	395 млн. тенге
NPV	=	15 млн. тенге	Прибыль до технологии	=	330 млн. тенге
Увеличение потока клиентов	=	20%	Период окупаемости	=	3.5 года

Затраты на оборудование и установку в одной торговой точке площадью 1000 м²:

Камеры и ПО
200,000,000 тг.

Компьютеры для машинного обучения
150,000,000 тг.

Дополнительные архитектурные решения
44,750,000 тг.



Маркетинговые затраты:

Реклама на блоггеров
20,000,000 тг.

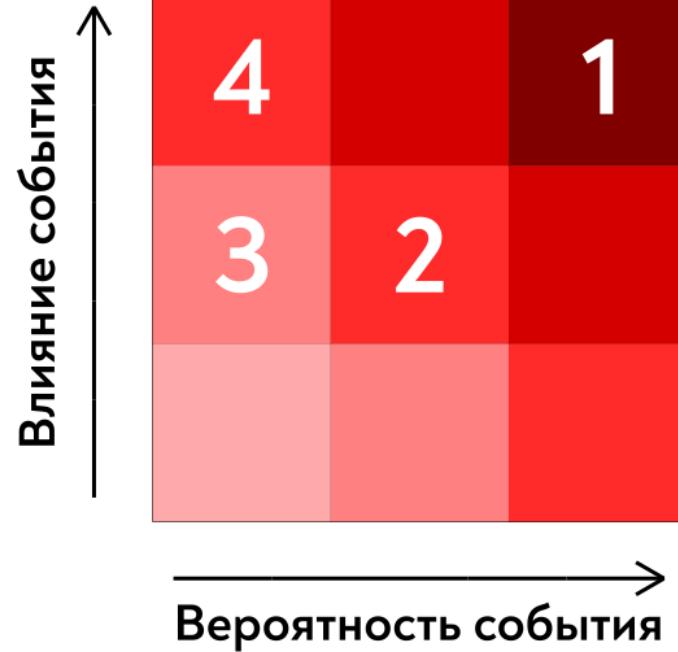
Таргетированная реклама
10,000,000 тг.

Промо-акции и баннеры
500,000 тг.

Финансовые показатели банка для открытия 2 торговых точек

Инвестиции	=	420 млн. тенге	Ожидаемый доход	=	15 млрд. тенге/год
NPV	=	20 млн. тенге	Доход до новой технологии	=	12 млрд. тенге/год
ожидаемое кол-во новых клиентов	=	30%	Период окупаемости	=	2 года

Приложение №2. Анализ рисков во время реализации плана стратегии развития



- 1** Продукт не окупится из-за низкой платежеспособности клиентов и низкого интереса клиентов к предлагаемому удобству.
- 2** Потенциальные клиенты могут быть не заинтересованы в других услугах банка "Home Credit" и не будут активными пользователями банковского счета.
- 3** Клиентам не интересна технология распознавания лиц из-за нарушения приватности их данных.
- 4** Технология может выдавать большое количество ошибок во время работы торговых точек.

Партнерами должны выступать крупные сети магазинов и ресторанов, которые имеют филиалы в районах с большой проходимостью или высоким средним доходом.

С запуском торговых точек с новой технологией система кэш-бэков и череда акций будет предоставлена только клиентам банка.

В рекламной кампании должны быть показаны высокий уровень защиты технологии от кражи данных и сохранение приватности данных.

Выбор поставщика технологии должен проведен через тестирование в торговых точках потенциальных партнеров.

Приложение №3. Средний чек в трех сферах

Какой средний чек вашей безналичной оплаты?



Средний чек в трех сферах, тыс. тенге

	Рetail	Рестораны	Гостиницы (за одну ночь)
"Молодые"	5,3	8,9	21,0
"Работники"	9,8	16,2	25,1
"Семьянины"	7,3	9,7	21,7

Приложение №4. Анализ эффекта маркетинговых инициатив

Количество людей в РК

19,017,505

Количество людей до 18 лет

4,560,000

Количество людей старше 45 лет

3,838,000

Количество людей в сегменте 18-45 лет

10,600,000

Маркетинг



3,600,000 подписчиков

20 млн. тенге

Охват таргетированной рекламы

4,000,000 просмотров

10 млн. тенге

Промо-акции и наружная реклама

150,000 просмотров в месяц

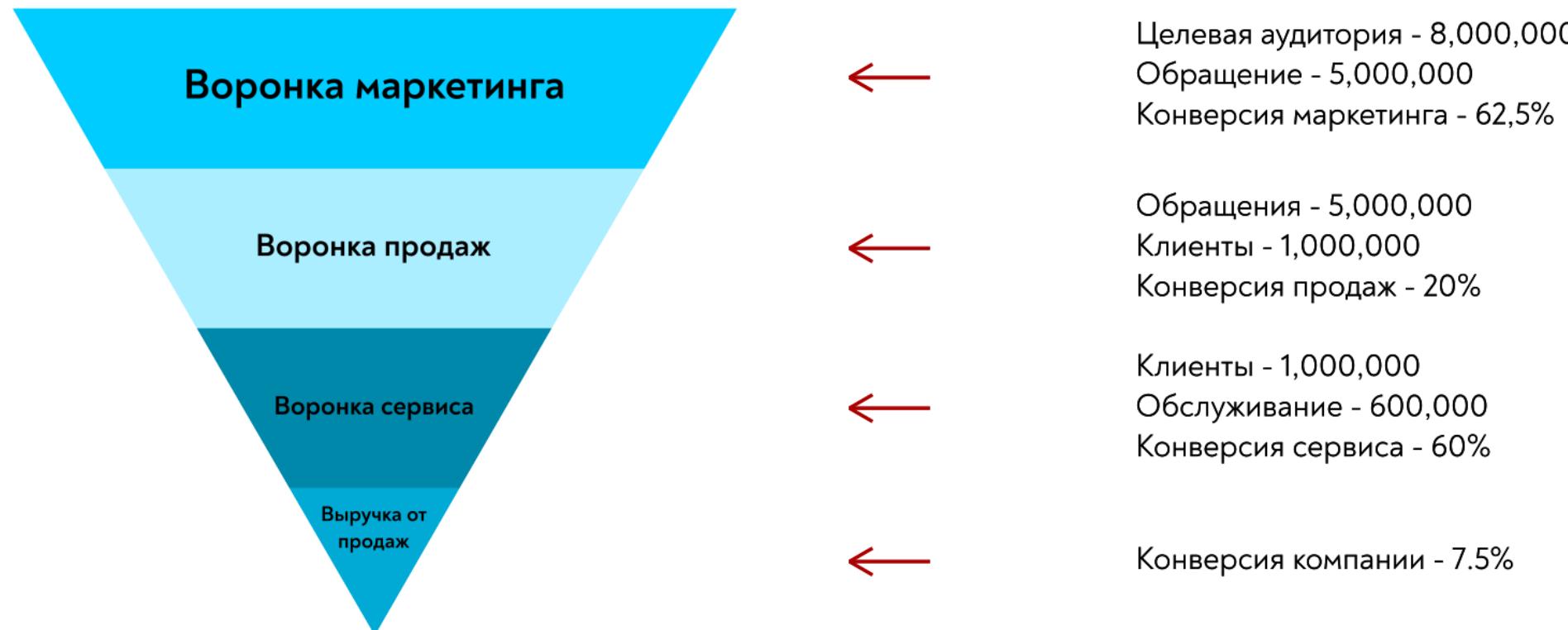
500 тыс. тенге

Вывод

- Прогнозируемый охват целевой аудитории = **62,5%**



Приложение №5. Анализ ожидаемой конверсии целевой аудитории в клиентов банка



Приложение №6. План реализации стратегии развития новых торговых точек

Внедрение новой технологии оплаты принесет увеличение клиентской базы на 12% при начальных инвестициях в 420,000,000 тенге; открытие 2 точек продаж запланировано на III квартал 2021 года.

	2020		2021				2022			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Подготовка	Договоры с 2-мя партнерами									
	Договоры с дистрибуторами									
	Рекламная кампания									
	Установка и тестирование				■					
	Разработка приложения					→				
	Открытие						■			
Развитие	Поиск новых партнеров								■	
	Открытие новых филиалов									■
Продвижение (B2C)	Подготовка рекламы	■			■					
	Акции для частых клиентов						■			
	Кэш-бэк система для всех клиентов банка									■
Продвижение (B2B)	Конференции для бизнеса							■		
	Участие в мероприятиях								■	

III квартал 2021 года:

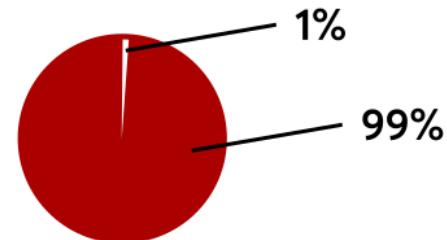
- высокая вероятность восстановления стабильности экономики в Казахстане

- достаточное время для тестирования новой системы и договора с партнерами

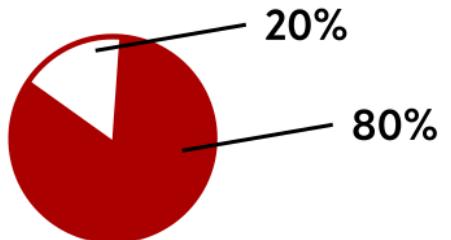
- период возвращения из отпусков большинства офисных работников

Приложение №7. Анализ рынка

Насчет важности критерия безопасности в сфере ретейл



Спортмастер ежегодно теряет 1% от выручки (около 50-60 млн.) из-за кражи



80% из этих краж являются мелкими и соответственно, не получают уголовные наказания

Насчет важности критерия практичности в сфере ретейл

Опрос выявил, что для 40% людей наличие очереди в розничной торговле является причиной почему они не хотят совершить покупку в этом магазине

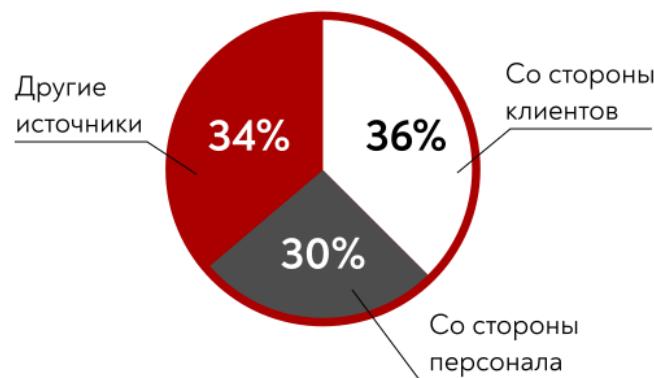
Причины по которому использование системы биометрии может быть более привлекательным для наших клиентов чем система QR-кодов наших конкурентов

Резкий рост безналичных транзакций в сфере розничной торговли Казахстана показывает попадание сферы ретейл под критерий окупаемости



Приложение №8. Анализ рынка

80% краж со стороны персонала совершаются на кассе



Анализ по схеме 5 сил Портера показывает, что вероятность успеха на рынке без кассовой оплаты довольно высокий

Высокая производительность системы биометрии позволит переиграть потенциальных конкурентов на рынке

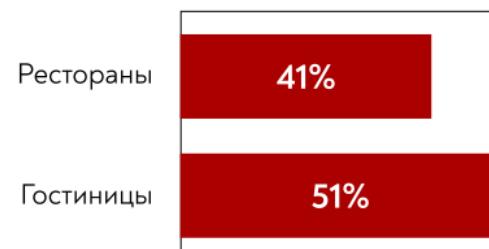
Есть традиционные способы оплаты способные забрать клиентов, если система биометрии будет не удобной для клиентов

Низкая вероятность появления конкурентов из-за технологических, экономических и социальных барьеров

Home Credit Bank будет единственным на рынке Казахстана предоставлять биометрию для безкассовой оплаты

Рыночная власть поставщиков невелика; откажутся от партнерства если инициатива не прибыльная

% гостей, которые будут посещать заведения чаще, если их узнает сотрудник, не называя свое имя или не предъявляя карту лояльности



Мнение клиентов ресторана, если они получили более быстрое обслуживание благодаря распознаванию лица



Приложение №9. Анализ CJM для сфер ресторанов и гостиниц

CJM для ресторанов

При входе скан лица



Заказываешь еду



Официант записывает счет



Официант отправляет твой счет в приложение



Деньги списываются и приходит чек

CJM для гостиниц

Заранее привязываешь бронь к приложению



Номер комнаты приходит на приложение



Сканирование перед входом в номер



Услуги фиксируются по весам



При выселении сканируешь лицо и подтверждаешь в приложении