

СОЦКАЗНА ВТБ

КЕЙС: РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТОВ
ПОДДЕРЖКИ ИНИЦИАТИВ БАНКА ВТБ ПО
ВНЕДРЕНИЮ МЕХАНИЗМОВ УПРОЩЕНИЯ
ПОЛУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ
ГРАЖДАНАМИ РОССИИ

)))

SATA ^{team}

Цифровой
прорыв



В ближайшие 5 минут

01 Проблематика

02 Целевая аудитория

03 Задачи проекта

04 Концепция решения

05 Unique Value Proposition (killer-feature)

06 Метрики решения

07 Экономические показатели внедрения

08 Стоимость решения

09 RoadMap

10 Что использовали для аналитики

11 Почему выбрали такое решение

12 Команда

Проблематика

Низкая осведомленность

о мерах социальной поддержки

Сложность оформления

необходимой
“канцелярии” для
получения
социальных выплат

Страх цифровизации

из-за утечек
ПНД

Низкая ценность для клиента

при получении
социальной
поддержки через
определенный банк

Целевая аудитория

Наш целевой клиент – это:

- ▶ Возрастная категория: 18+ (основное ядро от 20 до 45 лет);
- ▶ Уровень достатка: Любой
- ▶ Основные критерии выбора: безопасность, удобство, интуитивность;
- ▶ Наличие детей: планируют или имеют ;
- ▶ Сфера деятельности: Любая.

Наши потенциальные клиенты это:

- ▶ все, кому положены социальные выплаты.



Задачи проекта

2

клика

для получения
социальной выплаты
жителем

**Укрепление
семьи**

за счет снижения
финансовой
напряженности

**Social
Tech**

Создание
и
развитие
тренда

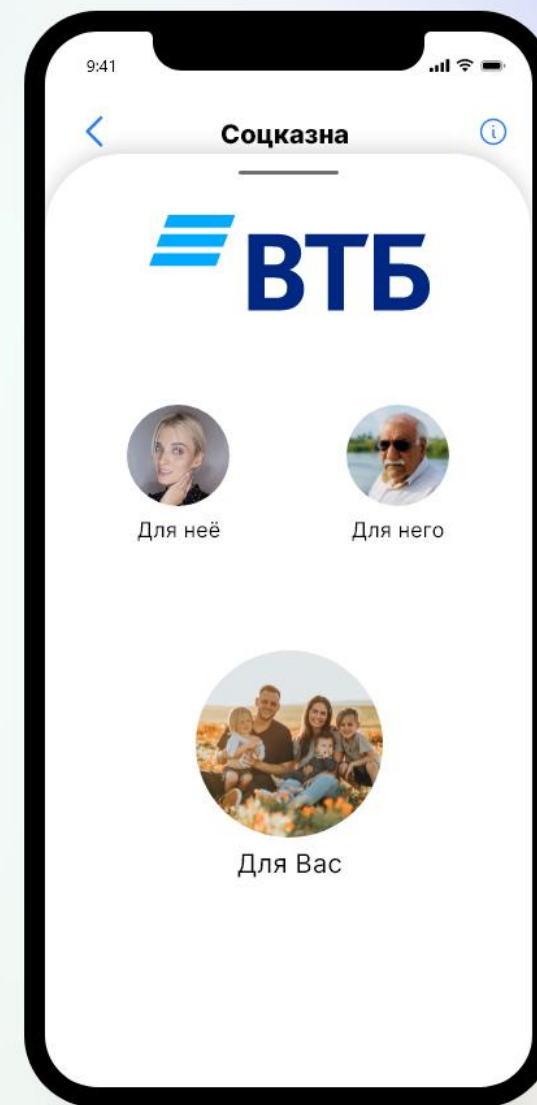
**Трансформация
ВТБ**

в long life social bank

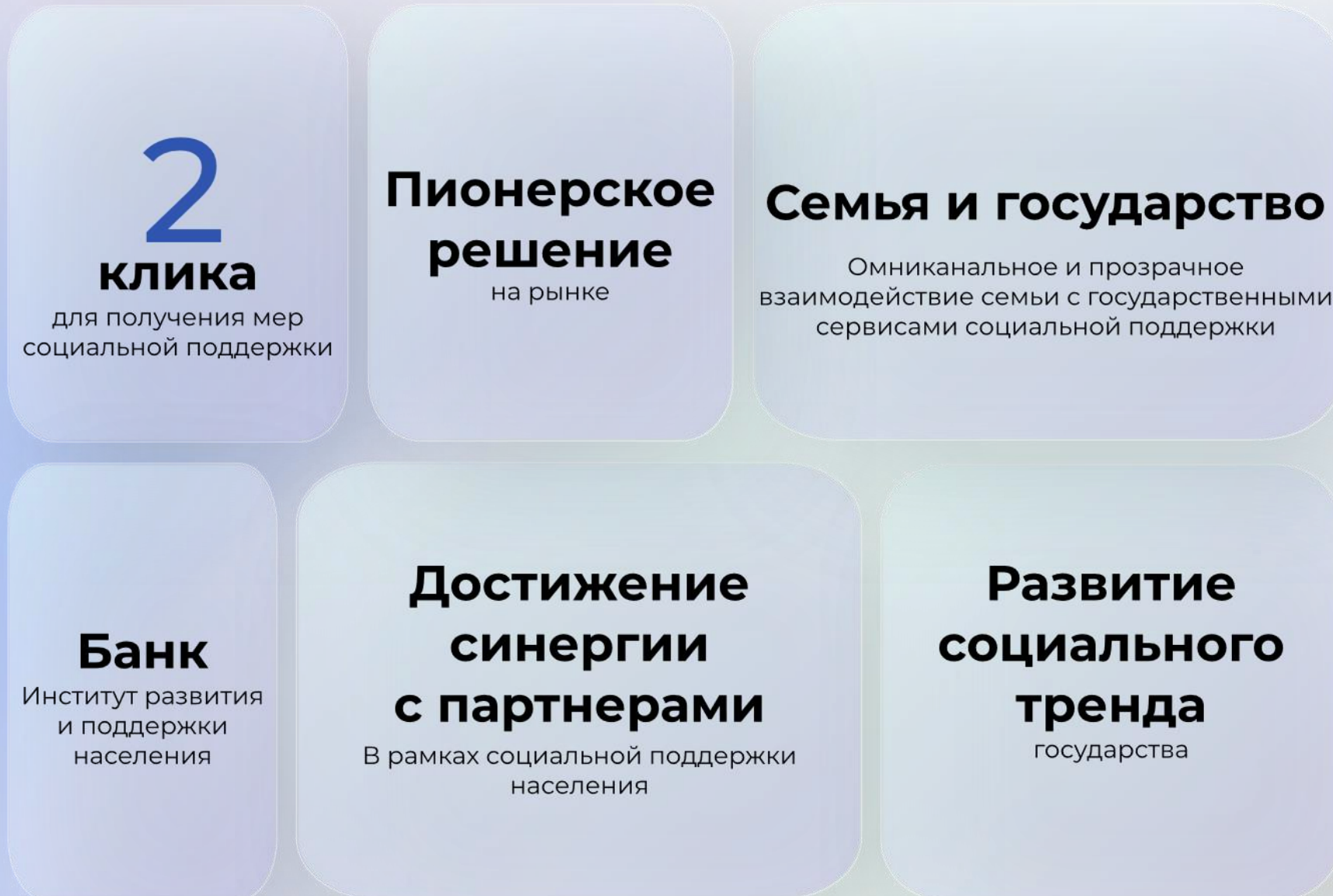
**Повышение
финансовой
грамотности**

в контексте
социальных выплат

Концепция решения



Unique Value Proposition (killer-feature)



Метрики решения

1

минута*

на отправку заявлений на
выплаты

- * Без походов к работодателю
- * Без обращения в социальную защиту для самозанятых и временно неработающих
- * Без заполнения бумаг и обращения к госуслугам напрямую

142 092

заявлений

в месяц

- * позволят снизить нагрузку на соцзащиту и МФЦ
- * Снижение нагрузки на мануальную обработку заявлений

15

минут

от регистрации до
отправки заявления для
новых клиентов ВТБ

- * Банк заполнит все сам
- * Осталось только дать свое согласие

Экономические показатели внедрения

В МЕСЯЦ

CAC

45

рублей

COGS

327

млн, рублей

NPAT

1.8

млрд, рублей

В ГОД

CAC

48

рублей

COGS

3.9

млрд, рублей

NPAT

17.5

млрд, рублей

Стоимость решения

Годовой объем
выплат

26.8 млрд ₽

Стоимость решения

70 млн ₽


Маркетинговые
расходы/год

4.7 млрд ₽

Стоимость
привлечения
клиента

1 670 ₽

RoadMap

- 
- A vertical blue line with circular markers at each quarter, serving as a timeline for the roadmap.
- 1Q 2022** ● Архитектура и маркетинг
 - 2Q 2022** ● Разработка MVP и пилот
 - 3Q 2022** ● Маркетинговые активности
 - 4Q 2022** ● Подключение социального калькулятора
 - 1Q 2023** ● А/В тестирование функционала
 - 2Q 2023** ● Рефакторинг на основе А/В тестирования
 - 3Q 2023** ● Предложения инициатив государству

Что использовали для аналитики



- 01** Данные с Росстата о численности населения
- 02** Текущий функционал в ВТБ онлайн
- 03** Опрос ЦА (родители 18-45 лет)
- 04** Данные о мерах социальной поддержки в РФ
- 05** Список доступных социальных выплат в ЕПГУ / ГосУслуги
- 06** Данные ЕГИССО

Почему выбрали такое решение



**Потому что нет
ничего
важнее семьи**

- 01** Максимальное вовлечение пользователей в сервисы ВТБ;
- 02** Единая точка входа для взаимодействия с сервисами социальной поддержки жителей страны;
- 03** Данное решение имеет очевидную социальную пользу;
- 04** Люди наглядно видят что их налоги идут на пользу общества;
- 05** Снижение социальной напряженности в обществе;
- 06** Данное решение можно применить в любом банке;

Команда SATA



Кузнецова Ольга

Роль: Product manager

Телеграм:

@UnrealParapulka



Галимьянов Артём

Роль: Chief Data Science

Опыт работы:

ИПС РАН



Телеграм:

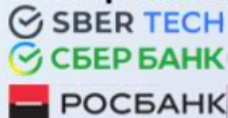
@byGalimyanov



Лепа Илья

Роль: Java Back, captain

Опыт работы:



SOCIETE GENERALE GROUP



Телеграм:

@aligery



Сенцов Филипп

Роль: Product Owner

Опыт работы:



Телеграм:

@Fil_Sen



Мезенцев Юрий

Роль: Python Back

Опыт работы:



Телеграм:

@Yureeek