



**Райффайзен
БАНК**

Стратегия развития молодежного сегмента Райффайзенбанка

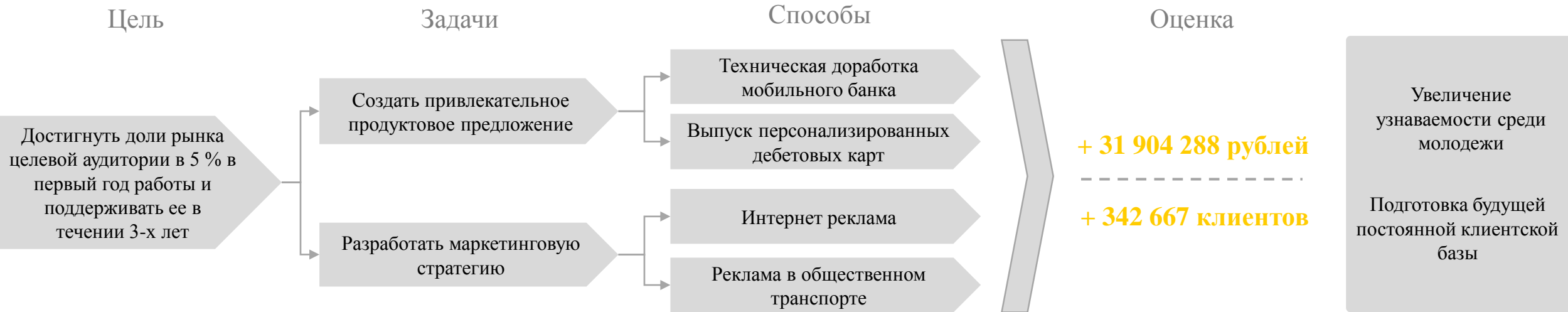
От команды Team of Four

Команда
Team of Four:

Жуйков Иван
Янушкевич Дмитрий
Мироненко Александр
Андреев Степан

Для достижения необходимой доли целевой аудитории* Райффайзенбанка в размере 5% рынка необходимо создать привлекательное продуктовое предложение и разработать маркетинговую стратегию продуктов

Дерево достижения цели



Способы достижения цели

Техническая доработка мобильного банка

Добавление в мобильный банк двух новых функций: индивидуальный финансовый помощник и раздел финансовой грамотности.

Выпуск персонализированных дебетовых карт

Выпуск 4 видов дебетовых карт персонализированных под 4 модели поведения людей по отношению к деньгам (Money Mindsets).

Интернет реклама

Данная рекламная кампания заключается в максимальном сближении с целевой аудиторией, используя интернет ресурсы.

Реклама на общественном транспорте

Использование общественного транспорта для расположения наружной рекламы.

Результат

Достижение цели: Достижение доли рынка ЦА в 5% и поддержание этого уровня в течении двух последующих лет.

*Целевая аудитория - молодые люди в возрасте 18–25 лет, проживающие в крупных городах, с уровнем дохода не менее 20 тыс. рублей.

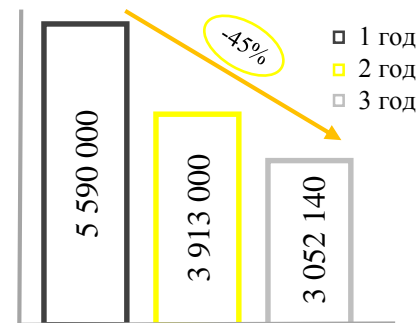


Маркетинговая стратегия позволит Райффайзенбанку привлечь 342 667 клиентов из целевой аудитории

Целевой аудиторией являются молодые люди в возрасте 18–25 лет, проживающие в крупных городах, с уровнем дохода не менее 20 тыс. рублей в месяц.

По данным TGI количество молодежи в возрасте 18-25 лет проживающей в городах с населением 100 тысяч +, составляет 8,6 млн. человек.

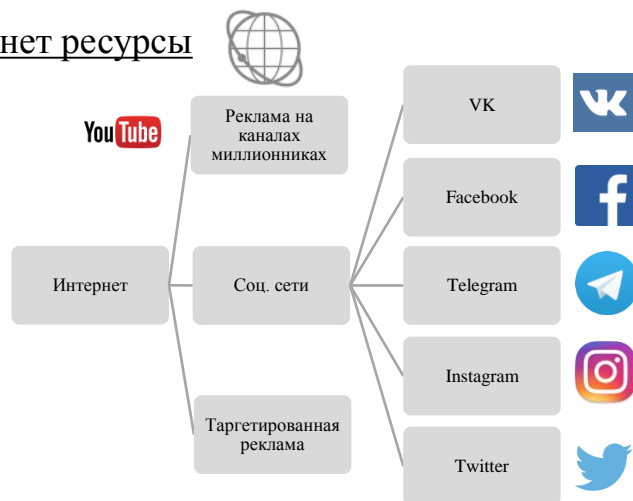
После учета требуемого уровня дохода молодых клиентов (не менее 20 тыс. руб. в месяц) и естественного выхода из возраста был получен следующий размер целевой аудитории, представленный в динамике на диаграмме.



Для достижения доли в 5% от ЦА в первый год необходимо привлечь не менее 279 500 чел., а для ее удержания, с учетом ежегодного оттока клиентов в 40%, во второй и третий год необходимо привлечь не менее 27 950 чел. и 35 217 чел. соответственно.

Проанализировав основные каналы привлечения клиентов, были выделены каналы, с максимальной концентрацией целевой аудитории.

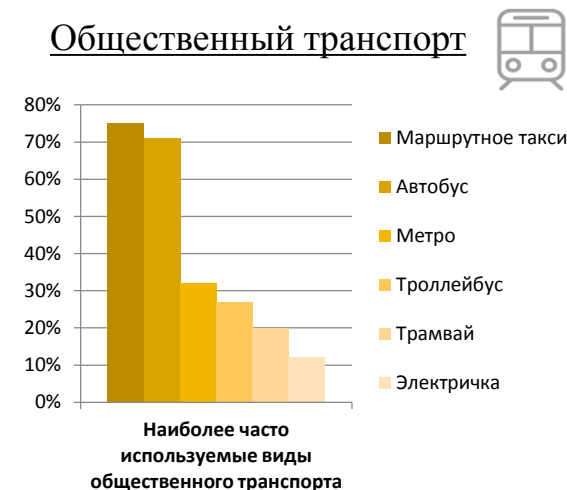
Интернет ресурсы



Данная рекламная кампания заключается в максимальном сближении с целевой аудиторией, при помощи следующих инструментов:

- Создание образовательного видео контента от Райффайзенбанка и распространение его через социальные сети.
- Индивидуальном подходе к каждому клиенту используя таргетированную рекламу через систему ключевых слов.
- Создание бот-программы в Telegram, предоставляющей справочные услуги.

Общественный транспорт



Использование в целевых городах* наиболее популярного вида общественного транспорта позволит получить максимальный эффект от рекламной кампании.

Результатом реализации маркетинговой стратегии стало увеличение узнаваемости Райффайзенбанка среди молодежи и привлечение новых клиентов.

*Источник: Приложение 1.

Доработка мобильного банка и IT-сервиса позволит выйти на новый уровень обслуживания

Техническая доработка мобильного банка

Индивидуальный финансовый помощник

Планирование расходов и доходов клиента на каждый день



Анализ структуры расходов и доходов автоматизированным помощником (Big Data Analysis)



На основе проведенного анализа выдаются рекомендации продуктов и услуг, которые могли бы быть интересны и полезны клиенту



Дальнейший анализ финансов клиента для более индивидуализированного подхода в выработке рекомендаций



Почему это привлекательно для молодежи?

- Клиенты получают персонализированный подход в предоставлении услуг
- Рекомендации продуктов и услуг как банковского, так и небанковского сектора
- Более тесное партнерство банка и клиента, помощь клиенту в решении жизненных задач

Раздел финансовой грамотности



Финансовый словарь, статьи и инструкции как клиенту накопить, не потерять, выгодно вложить и грамотно распорядиться сбережениями, как защитить и отстоять свои права потребителей финансовых услуг



Финансовые калькуляторы – клиент может рассчитать сумму платежей и выплат по кредиту, как накопить нужную сумму и другое



Личные интервью и история успеха выдающихся русских бизнесменов, финансистов и менеджеров, которые вдохновят и мотивируют молодых клиентов

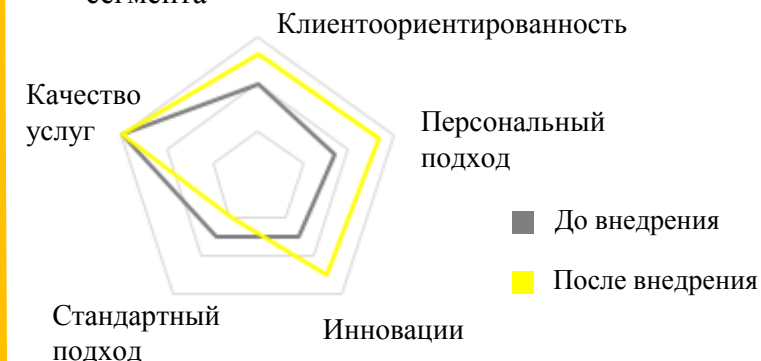


Почему это привлекательно для молодежи?

- Клиент получает возможность сознательно использовать финансовые инструменты
- Понимание работы банковского сектора и финансовой системы
- Молодой клиент получает необходимую мотивацию для личностного роста

Почему это привлекательно для банка?

- Долгосрочные партнерские отношений с клиентом, помогающие ему ориентироваться в мире финансов
- Повышая финансовую грамотность и умение обращаться с финансами, молодой клиент получает возможность стать успешнее и увеличить свое благосостояние, в чем заинтересован как сам клиент, так и банк
- Увеличение лояльности молодых клиентов, что способствует меньшему оттоку данного сегмента



В результате Райффайзенбанк получает возможность реализовать принцип «разницы в отношении» к молодежному сегменту

Предложение персонализированных дебетовых карт, включающих в себя пакет уникальных предложений, под каждую из четырех моделей поведения людей по отношению к деньгам* позволит повысить лояльность целевой аудитории и привлечь новых клиентов молодежного сегмента в Райффайзенбанк.

Общий пакет предложений по четырем картам включает в себя



- ISIC (International student Identity Card)



- Индивидуальный дизайн карты



- Скидка на Apple Music и Яндекс.Музыка – 15%



- Поддержка Apple Pay и Samsung Pay



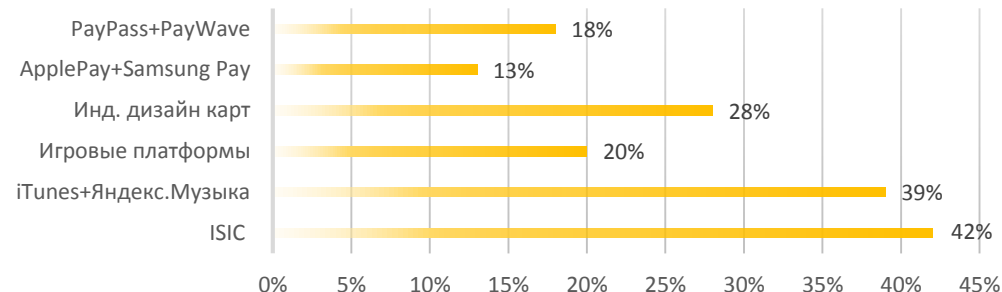
- Скидка на покупки на игровых платформах – 5%



- Поддержка PayPass и PayWave

Выбор составляющих пакета предложений обусловлен их популярностью у молодого населения страны

Популярность услуг среди молодежи



Достигатели

Уникальные предложения

- Накопительный счет
- Cash back 5% на все покупки от 5 до 10 тысяч

«Мыслят на перспективу»

Исследователи

Уникальные предложения

- Льготная обслуживание банковской карты
- Исключительно функция зарплатной карты

Консерваторы

Уникальные предложения

- Cash back 7% на все покупки
- Бесплатный съем денежных средств во всех банкоматах



Испытатели

Уникальные предложения

- Дебетовая карта с овердрафтом на сумму до 10 тысяч рублей со ставкой процента до 20% в год

«Живут в текущем моменте»

Процентное соотношение ЦА по моделям поведения по отношению к деньгам



Данный комплексный индивидуальный пакет услуг позволяет Райффайзенбанку увеличить лояльность целевой аудитории, удовлетворяя их быстро меняющиеся потребности.

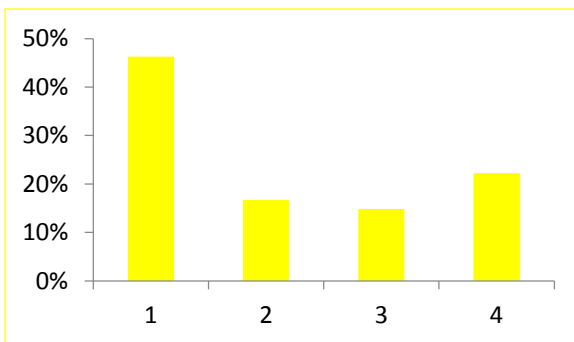
По итогам разработки маркетинговой стратегии и введении новых банковских продуктов достигается цель в 5% ЦА, но и проект выходит на самоокупаемость за 2 года и приносит прибыль на 3-й год

Для достижения главной цели учитывались расходы и доходы на каждого клиента в год

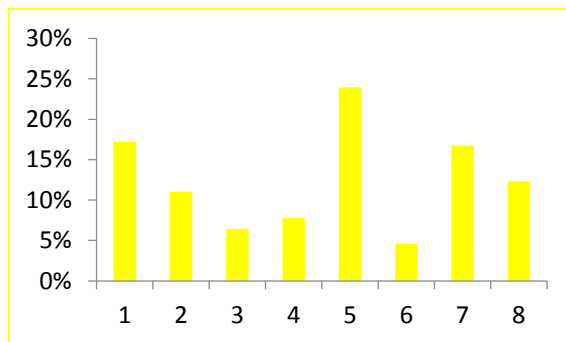
Благодаря превышению доходов над расходами на каждого клиента, была подготовлена рабочая финансовая модель, функционирующая с условием сохранения доли рынка.

Учитывая уменьшение доли единоразовых расходов на одного клиента, структура расходов и доходов будет следующей

Структура доходов*

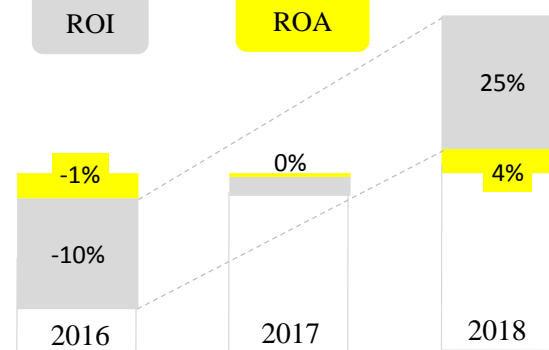


Структура расходов*



ROI

ROA



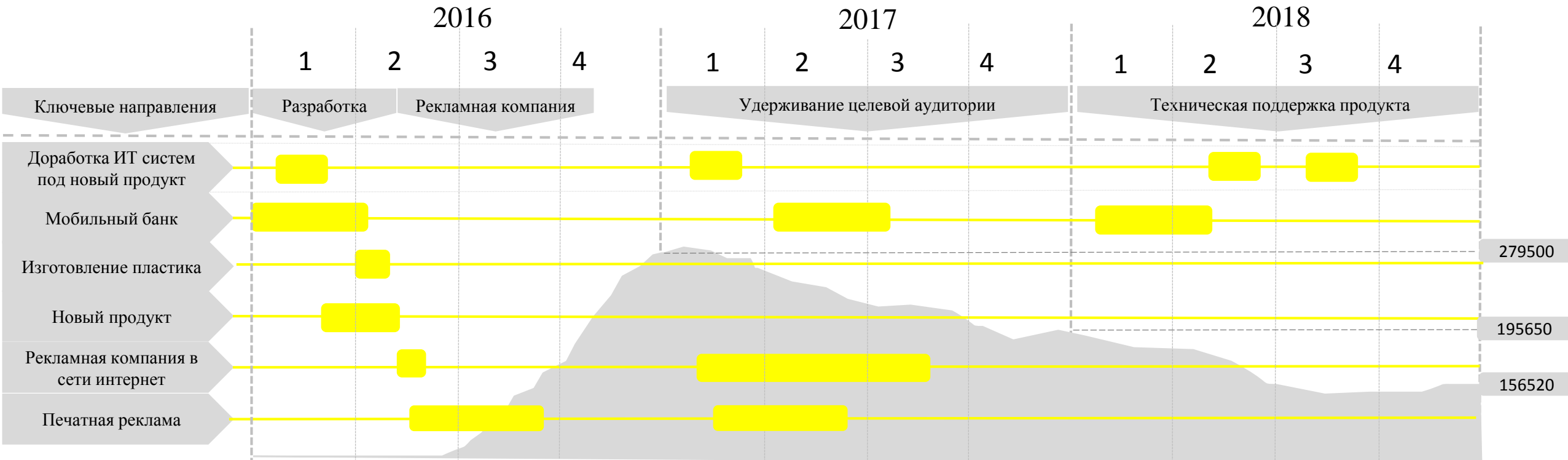
Прибыль на 3-ий год
составит
31 904 288р.

Несмотря на постепенное увеличение затрат на рекламу и доработку мобильного банка и IT-сервиса и уменьшения общих доходов банка, рентабельность увеличивается с каждым годом.

В результате, данная финансовая модель позволяет:

- Сохранять долю рынка при уменьшении количества клиентов
- Возможность предоставления льгот при индивидуальном подходе
- Выйти на самоокупаемость за 2 года и получить прибыль уже на 3-ий год

Поэтапное внедрение проекта и поддержание его работоспособности



В результате внедрения разработанного проекта при соблюдении установленных сроков Райффайзенбанк достигнет следующих поставленных целей:

**Достижение доли рынка
целевой аудитории в
размере 5%**

**Выход на самоокупаемость
за 2 года**

**Получение прибыли на 3-й
год**



Жуйков Иван

Бакалавриат: Санкт-Петербургский
Гуманитарный Университет
Профсоюзов
Магистратура: Санкт-Петербургский
Экономический Университет
HQ Award Changellenge 2015 (Spring,
Autumn)



Мироненко Александр

Бакалавриат: Санкт-Петербургский
Гуманитарный Университет
Профсоюзов
HQ Award Changellenge 2015 (Spring,
Autumn)



Дмитрий Янушкевич

Бакалавриат: Санкт-Петербургский
Гуманитарный Университет
Профсоюзов
Магистратура: Санкт-Петербургский
Экономический Университет
HQ Award Changellenge 2015



Жуйков Иван

Бакалавриат: 4 курс СПбГУАП
Участник ПМЭФ 2014-2016

Приложение



Приложение №1

1 Целевые города и целевая аудитория

Целевая аудитория		
1 год, чел.	2 год, чел.	3 год, чел.
5 590 000	3 913 000	3 052 140
Всего молодежи		
1 год, чел.	2 год, чел.	3 год, чел.
8 600 000	6 020 000	4 695 600
Естественный выход из возраста		
-	30,20%	22,04%

Источник данных по общему количеству молодежи: TGI, база 18-25 лет, целевые города – 100 тыс.+

Целевая аудитория рассчитана исходя из статистических данных, согласно которым около 65% от выбранного количества молодежи являются работающими, и уровень их дохода составляет не менее 20 тыс. руб.

2 Расчет коэффициента естественного выхода из возраста 18-25 лет

Общее количество молодежи по всей России в возрасте 16-26 лет

Возраст, лет	Количество, чел.
16	919031
17	971158
18	962773
19	1018652
20	1081695
21	1153159
22	1185109
23	1425972
24	1596466
25	1829574

Изменение количества молодежи по всей России в возрасте 18-25 лет

1 год	2 год	3 год	Всего
10 253 400	9 394 984	8 717 549	28 365 933

Таким образом, коэффициент выбытия из возраста 18-25 лет во второй год составляет 30,2%, а в третий 22,04%



Приложение №2

1 Популярность услуг, состоящих в предлагаемом пакете

Общее кол-во ЦА	Предложение	%	чел.
5900000	ISIC	42	2478000
	iTunes+Яндекс.Музыка	39	2301000
	Игровые платформы	20	1180000
	Инд. дизайн карт	28	1652000
	ApplePay+Samsung Pay	13	767000
	PayPass+PayWave	18	1062000



Приложение №3

1 Структура общих доходов

Доходы	2016	2017	2018
Дебетовая карта	698 750 000р.	489 125 000р.	391 300 000р.
Накопительный счет	251 550 000р.	176 085 000р.	140 868 000р.
Мобильный банк	181 675 000р.	127 172 500р.	101 738 000р.
Проценты на остаток	335 400 000р.	234 780 000р.	187 824 000р.
Всего доходов	1 467 375 000р.	1 027 162 500р.	821 730 000р.

2 Структура общих расходов

Расходы на аудитории	2016	2017	2018
Кол-во ЦА	279500	195650	156520
Расходы на дебетовую	209 625 000р.	20 962 500р.	29 347 500р.
Расходы на обслуживание	134 160 000р.	93 912 000р.	75 129 600р.
Накопительный счет	33 651 800р.	3 365 180р.	4 711 252р.
Пополнение банкомат	95 030 000р.	66 521 000р.	53 216 800р.
Расход на кэш-бэк	540 832 500р.	378 582 750р.	302 866 200р.
Расход на мобильный банк	291 518 500р.	204 062 950р.	163 250 360р.
Пополнение в отделении	55 900 000р.	39 130 000р.	31 304 000р.
Всего расходов	1 360 717 800р.	806 536 380р.	659 825 712р.



Приложение №4

1 Финансовая модель

Год	2016	2017	2018
Кол-во ЦА	279500	195650	156520
Расход рекламы на клиента	136р.	516р.	- р.
Расходы на разработку ИТ системы на клиента	286р.	613р.	831р.
Стоимость рекламы	38 000 000р.	101 000 000р.	- р.
Доход с 1	5 250р.	5 250р.	5 250р.
Расход на 1	4 347р.	5 055р.	4 756р.
Доход всего	1 467 375 000р.	1 027 162 500р.	821 730 000р.
Расход всего	1 478 717 800р.	1 027 536 380р.	789 825 712р.
Рентабельность проекта (ROA)	-1%	0%	4%
Рентабельность рекламы (ROI)	-10%	0%	25%
ЧП	- 11 342 800р.	- 373 880р.	31 904 288р.
Расходы на разработку ИТ-системы	80 000 000р.	120 000 000р.	130 000 000р.



Приложение №5

	Расходы на одного клиента	
1	Открытие карты (17%)	750р.
2	Обслуживание карты в год (11%)	480р.
3	Открытие накопительного счета в отделении (6%)	280р.
4	Пополнение счет банкомат (8%)	340р.
5	Расходы на мобильный банк (24%)	1 043р.
6	Расходы на кэш-бэк	832р.
7	Пополнение в отделение (5%)	200р.
8	Расход рекламы на клиента (17%)	136р.
9	Расходы на разработку ИТ системы на клиента (12%)	286р.
	Всего расходов (100%)	4 347р.

	Доходы на одного клиента	
1	Дебетовая карта в год (46%)	2 500,00р.
2	Накопительный счет (17%)	900,00р.
3	Мобильный банк (15%)	650,00р.
4	Процент на остаток (22%)	1 200,00р.
	Всего доходов	5 250,00р.

