

Explaining Banking Products (Презентация банковских продуктов)

Несмотря на активное продвижение многоканальных способов контакта с клиентами (omni-channel), встреча «один-на-один» клиентского менеджера (КМ) с клиентом по-прежнему является наиболее продуктивным способом понять нужды и запросы клиентов и предоставить наилучшую комбинацию продуктов и услуг.

Недавно пакет услуг, предоставляемых одним из Больших Банков, был существенно обновлён, и информация о них была доступна клиентам на веб-сайте банка. Изабелла, вице-президент по лояльности и поведению клиентов (customer loyalty and insight), и её команда принимали самое активное участие в разработке этого пакета, а также провели тренинги с КМ о том, как лучше всего объяснить эти услуги клиентам, и разработали пятиминутную презентацию для встречи «один на один» с клиентом. Изабелла считала, что такая презентация клиенту должна существенно повлиять на прибыльность этого клиента в будущем.

Соответственно, был проведен эксперимент: КМ предлагали клиентам, которые были выбраны случайным образом, в течение пяти минут объяснить всю суть нового пакета услуг. У каких-то клиентов не было времени, а какие-то клиенты соглашались прослушать презентацию.

Несколько месяцев спустя, Изабелла с нетерпением подводила итоги эксперимента. Полные данные приведены в файле “Explaining banking products», рабочий лист «Table 1».

Данные по первым пяти клиентам приведены в таблице внизу, где указаны ID клиента (Client ID) и прогнозируемая годовая прибыль (Profit, в USD): слева по клиентам, которые не прослушали презентацию; справа по клиентам, которые прослушали презентацию.

No Presentation		Presentation	
Client ID	Profit	Client ID	Profit
137	380.37	43	633.9
1809	333.11	257	406.61
1929	438.91	477	382.2
Average	591.18	Average	562.25

К сожалению, средняя прибыль с презентацией (562.25) оказалась ниже, чем без презентации (591.18). Изабелла пыталась понять, что же могло привести к такому странному и разочаровывающему результату: ведь и она, и её команда были уверены, что обновлённый пакет услуг действительно хорош, и что пятиминутная презентация «один-на-один» была сделана очень профессионально и должна быть полезна. Изабелла скачала данные о профилях клиентов и обратила внимание на их возраст, пол и средне-месячный доход (в USD). Полные данные приведены в файле “Explaining banking products», рабочий лист «Table 2», и данные по первым и последним пяти клиентам приведены ниже.

Customer profile data			
Client ID	Age	Gender	Monthly Income
43	37	M	3905,48
137	37	M	4665,64
257	39	M	4744,88
477	36	M	3815,35
754	31	M	3916,61
...
99250	35	F	3361,19
99293	40	F	5103,11
99516	32	M	4882,56
99526	32	F	5561,87
99744	44	F	10153,13

Изабелла надеялась, что анализ данных поможет понять причину неожиданного уменьшения прибыли по клиентам, которые прослушали презентацию.