

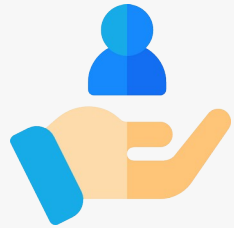


ВТБ-онлайн

Разработка дорожной карты мероприятий по повышению финансовой грамотности клиентов пенсионного возраста и разработка концепции по привлечению новых клиентов



Цели банка (до 2022)



Увеличить клиентскую базу в рознице в 1,5 раза до 18 млн клиентов



Стать банком #1 выбора для клиентов и обеспечить лидирующие позиции по качеству сервиса и удобству клиентских путей



Повысить уровень доступности и качества финансовых услуг для граждан с ограниченными доступами к ним, таким как пенсионеры.

Проблематика

- **Основная проблема: Низкая финансовая грамотность клиентов пенсионного возраста.**
- <0,5 % пользователей пенсионного возраста.
- Трудности с цифровизацией (переход в мобильное приложение)
- >15% клиентов не доходят до последнего шага в процессе заполнения заявления в течение 3 дней.



Группы ЦА:

1 60 - 70 лет

Работают и активны
Самостоятельны в
принятии финансовых
решений



2 70 - 80 лет

Не работают и активны
Реже выходят из дома
Пользуются помощью
родственников



3 80 + лет

Не работают и почти не
выходят из дома
Не активны (очень много
инвалидов)
Самая уязвимая группа



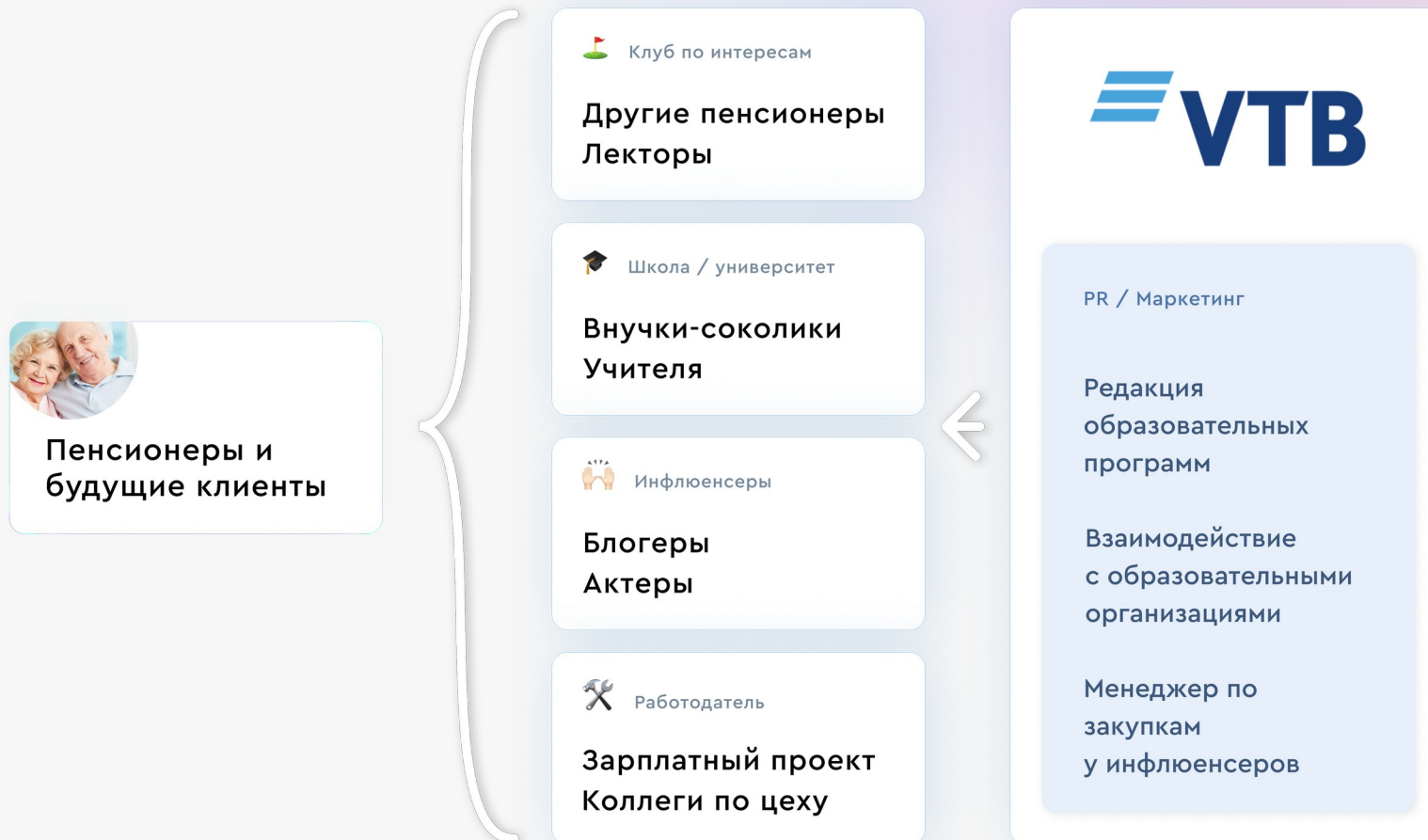
Деятельность и образ жизни ЦА

Каким источникам информации доверяют пенсионеры

- Телевидение;
- Радио (радиоточка в квартире);
- Известные личности (актёры, деятели искусства);
- Бумажные газеты;
- "Сарафан" (соседка баба Зина, которая уже получает пенсию на карту).



Концепция «Отцы и Дети»





План продвижения сервиса по переводу пенсии в ВТБ

- Видеоряд по ТВ о важности финансовой грамотности. Аналогичный аудиоряд пустить в сетку радиовещания. Использовать инфлюенсеров.;
- **Очные лекции/семинары**, где пенсионеров будут обучать финансовой грамотности;
- Занятия по финансовой грамотности для детей в школах, чтобы дети продвигали услуги банка пожилым родственникам;
- Ролики с инфлюенсерами среди подростков о необходимости обучения пожилых родственников финансовой грамотности.



Реализация решения

Бесплатные занятия на базе КЦСОН
(комплексный центр социального
обслуживания населения) во всех регионах
России

Что нужно:

Разработка
сопроводительного
материала

Разработка
программы занятий

Несколько
спикеров от ВТБ



Информация о реализации решения

Предлагается провести цикл из нескольких лекций (всего 5 лекций раз в неделю по 1-1,5 ч).

Темы:

- Как выбрать банк;
- Как пользоваться картой;
- Как перевести пенсию в ВТБ;
- Как пользоваться онлайн-сервисами;
- Как уберечься от мошенников.



Привлечение новых клиентов

- Проработать функции мобильного приложения специально для пожилых людей (например: "перевести соточку соколику").
- Проработать бонусы за привлечение друга (баба Зина привела бабу Фросю, обе получили по 2000 руб на карту).
- Проработать акцию "соколик или сына привёл бабушку в ВТБ, получил единоразвый бонус 2000 руб на карту".





Стратегия

- Количество КЦСОН (и аналогичных культурно-досуговых центров для пенсионеров) по России: **326**
- Вместе с другими площадками, на базе которых проводятся мероприятия для пожилых людей: **600**
- Количество слушателей в каждом центре: **20**
- У каждого слушателя может быть знакомых, которым он может порекомендовать: **10**
- Всего можем привлечь: **120 — 360 тыс клиентов**



Стратегия

- Суммарная стоимость проведения курса лекций в клубах для пенсионеров: **54 660 000 руб.**
- Затраты на привлечение одного клиента: **389 руб.**



Стратегия

- Количество школ в России: **41 349**
- Среднее число учеников на 1 школу: **344**
- У каждого ученика есть как минимум **1 пожилой родственник**
- Всего можем привлечь новых клиентов-пенсионеров:
- **14 224 056 чел**




Стратегия

- Стоимость проведения занятий по финансовой грамотности во всех школах страны: **2 521 659 800 руб.**
- Стоимость привлечения одного клиента: **177 руб.**



Выводы

- Разработана концепция "Отцы и дети", позволяющая привлечь до **14,5 млн** новых клиентов пожилого возраста.
- Концепция и план мероприятий по увеличению уровня финансовой грамотности клиентов пенсионного возраста обойдется до **389 руб.** за одного клиента.



Спасибо за внимание
и понимание!