

Vision (Концепция)

Создание системы «Управление категориями кэшбэка клиентов банка»

Исходные данные

Описание предыстории

Банк стремится повысить лояльность клиентов и привлечь новых пользователей через внедрение программы лояльности. Одним из ключевых элементов этой программы является система кэшбэка, которая позволяет клиентам получать возврат части средств за покупки, совершенные с использованием продуктов банка

Постановка проблемы

| | |
|---|---|
| The problem of (Проблема) | <i>Неэффективное управление категориями кэшбэка в программе лояльности банка «N», которое не учитывает в полной мере как интересы клиентов, так и маркетинговые цели банка (партнерские категории)</i> |
| affects (Влияет на) | <i>Удовлетворенность клиентов программой лояльности Эффективность маркетинговой стратегии банка по продвижению партнерских категорий Удержание существующих клиентов и привлечение новых</i> |
| the impact of which is (В результате чего) | <i>Клиенты могут выбирать нерелевантные категории кэшбэка, что снижает их вовлеченность в программу Банк не достигает целевых показателей по продвижению партнерских категорий Снижается конкурентоспособность банка на рынке программ лояльности</i> |

| | |
|---|---|
| a successful solution would be (Решением этого является) | <p><i>Внедрение автоматизированной системы определения перечня категорий кэшбэка, которая:</i></p> <p><i>Использует рекомендательные технологии на основе искусственного интеллекта для персонализации категорий на основе структуры расходов клиента и его потребительских параметров</i></p> <p><i>Учитывает партнерские категории, утвержденные руководством банка, для достижения маркетинговых целей</i></p> <p><i>Постоянно совершенствуется на основе анализа эффективности и обратной связи от клиентов</i></p> |
|---|---|

Бизнес-цели

Описание бизнес-целей

Исходя из постановки проблемы я прихожу к следующему заключению по поводу бизнес-целей:

1. Удержание и привлечение клиентов – за счет персонализированного кэшбэка
2. Повышение доходов банка – через продвижение партнерских категорий
3. Улучшение клиентского опыта – удобный выбор категорий, прозрачность начислений, поддержка
4. Автоматизация и оптимизация – снижение затрат на ручную работу сотрудников

Описание заинтересованных лиц

Описание потребителей

| Name (Название) | Description (Описание) | Responsibilities (Обязанности) | Stakeholder (Заинтересованное лицо) |
|--------------------|---------------------------|-----------------------------------|--|
| | | | |

| | | | |
|---------------|---|---|--------------------|
| Клиенты банка | Физические лица, использующие продукты банка и участвующие в программе лояльности | Выбор категорий кэшбэка на заданный период Оплата товаров и услуг с использованием банковских продуктов Контроль начисления кэшбэка и обращение в поддержку в случае спорных ситуаций | Руководители банка |
|---------------|---|---|--------------------|

Описание стейкхолдеров

| Name (Название) | Description (Описание) | Responsibilities (Обязанности) |
|-------------------|---|---|
| Владельцы банка | Собственники банка, принимающие ключевые стратегические решения | <p>Определение общей стратегии развития банка</p> <p>Утверждение бюджета и финансовых моделей</p> <p>Контроль прибыльности и рисков</p> <p>Принятие решений о запуске и масштабировании программ лояльности, включая кэшбэк</p> |
| Руководство банка | Топ-менеджмент банка, который отвечает за операционное управление и стратегическое развитие | <p>Определение направлений развития программ лояльности</p> <p>Распределение бюджета на кэшбэк и партнерские программы</p> <p>Контроль эффективности кэшбэка</p> <p>Взаимодействие с партнерами и регуляторами</p> |

Конкуренты и альтернативные решения

Тинькофф Банк

Преимущества:

Персонализированные предложения кэшбэка в зависимости от покупок клиента.

Программы лояльности для различных категорий.

Широкая сеть партнеров и различных акций.

Легкость в использовании через мобильное приложение.

Недостатки:

Некоторые категории кэшбэка ограничены по времени.

Для получения максимального кэшбэка нужно выполнять дополнительные условия.

СберБанк (СберПрайм)

Преимущества:

Программа лояльности с возможностью получения кэшбэка на карты.

Доступность через СберМобайл с множеством предложений.

Партнерские акции и категории для кэшбэка.

Недостатки:

Меньше гибкости в сравнении с другими программами лояльности.

Кэшбэк начисляется на ограниченное количество категорий.

Критерии успеха

Количественные показатели

1. Процент активных пользователей кэшбэка
2. Увеличение транзакций по партнерским категориям
3. Число новых зарегистрированных пользователей программы кэшбэка
4. Процент пользователей, выбравших персонализированные категории
5. Процент удержания клиентов
6. Снижение количества обращений в поддержку по кэшбэк

Качественные показатели

1. Средняя оценка удовлетворенности клиентов (CSAT)
2. Net Promoter Score (NPS)
3. Уровень удовлетворенности партнеров
4. Процент вовлеченности клиентов в новые категории

Положение о концепции продукта

описание продукта

Продукт представляет собой автоматизированную систему определения категорий кэшбэка для программы лояльности банка. Система использует искусственный интеллект и рекомендательные технологии для персонализации кэшбэка в зависимости от структуры расходов клиента и его потребительских предпочтений. Программное решение также учитывает партнерские категории, утвержденные руководством банка, с целью

достижения маркетинговых целей, таких как продвижение партнерских категорий и увеличение вовлеченности клиентов в программу лояльности.

преимущество продукта

Персонализация: Система подстраивается под индивидуальные предпочтения клиентов, улучшая пользовательский опыт и повышая их удовлетворенность.

Маркетинговая эффективность: Интеграция с партнерскими категориями позволяет банку активно продвигать и достигать целей, связанных с определенными партнерами, увеличивая их участие в программе лояльности.

Автоматизация: Снижение операционных расходов за счет автоматического подбора категорий кэшбэка, что позволяет уменьшить необходимость ручного вмешательства.

Адаптивность: Программное решение постоянно совершенствуется на основе анализа эффективности программы и отзывов клиентов, что позволяет оперативно реагировать на изменения в потребительских предпочтениях и трендах рынка.

Высокая вовлеченность клиентов: Возможность персонализировать категории кэшбэка увеличивает заинтересованность клиентов в программе и способствует удержанию текущих и привлечению новых пользователей.

Перспектива продукта

Продукт обладает значительным потенциалом для расширения и внедрения новых функций, таких как интеграция с внешними данными и аналитическими системами для более глубокого понимания поведения клиентов. В перспективе система может быть адаптирована под различные рыночные сегменты и расширена для использования в других областях финансовых услуг. В долгосрочной перспективе продукт станет важным инструментом в арсенале банка для повышения конкурентоспособности на рынке, что позволит улучшить финансовые показатели, повысить лояльность клиентов и укрепить партнерские отношения с внешними поставщиками услуг и товаров.

Бизнес-риски

Технические риски

1. Сбои в системе кэшбэка
2. Безопасность данных

3. Проблемы интеграции с партнерами
4. Ошибки в алгоритмах персонализации

Риски связанные с разработкой

1. Нехватка компетенций в команде
2. Неудачная архитектура
3. Перерасход бюджета и сроков (базовый случай)

Юридические риски

1. Несоответствие законодательству
2. Защита персональных данных
3. Непрозрачные условия для клиентов

Финансовые риски

1. Перерасход бюджета
2. Финансовые махинации с кэшбэком
3. Снижение партнерских выплат