

**Alfa Case Camp 2024**

# Альфа-Старт

ПОДПИСКА  
НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

от команды hps



**наша команда** второкурсники  
программы бизнес-  
**ЭТО —** информатика вшэ



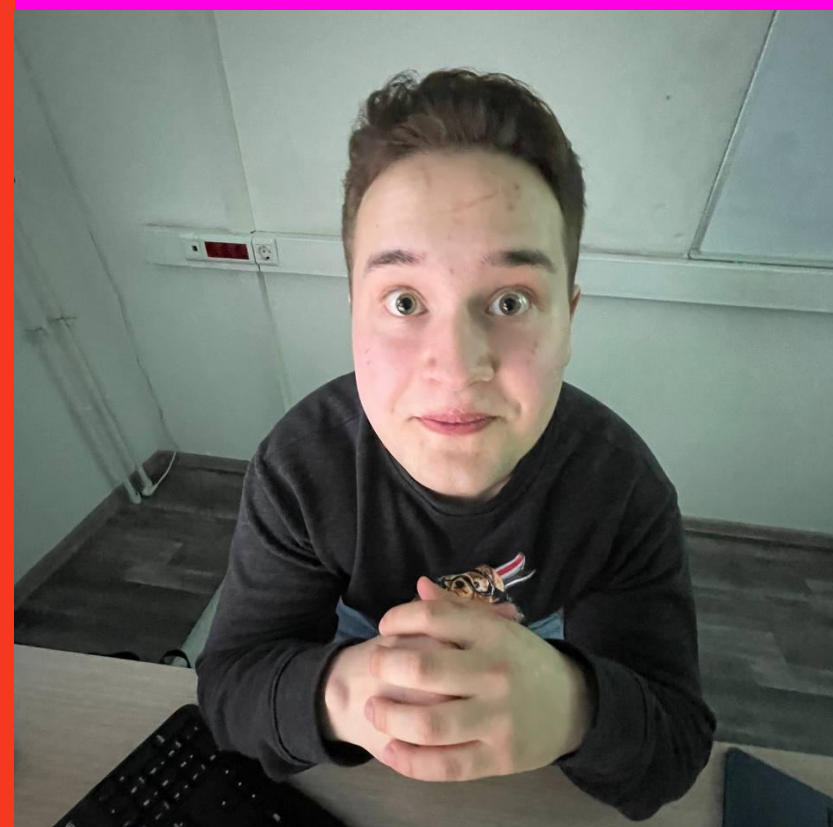
**Софья  
Бурьянова**

победитель кейса по  
экономике и  
предприниматель-  
ству НИУ ВШЭ



**Эрика  
Касенова**

стажировалась  
в Бостонском  
балете



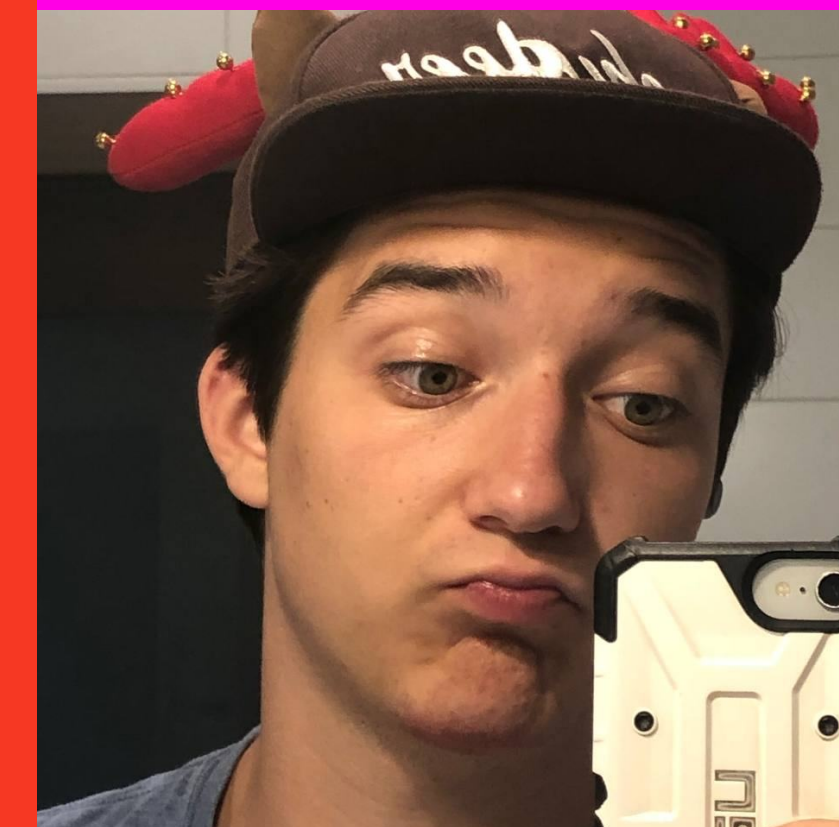
**Евгений  
Мочалов**

выпускник  
Московской школы  
программистов



**Кирилл  
Рыжов**

режиссировал  
клип для группы  
“Источник”



**Фёдор  
Сокол**

занял второе место  
на чемпионате  
России на  
прыжкам в воду



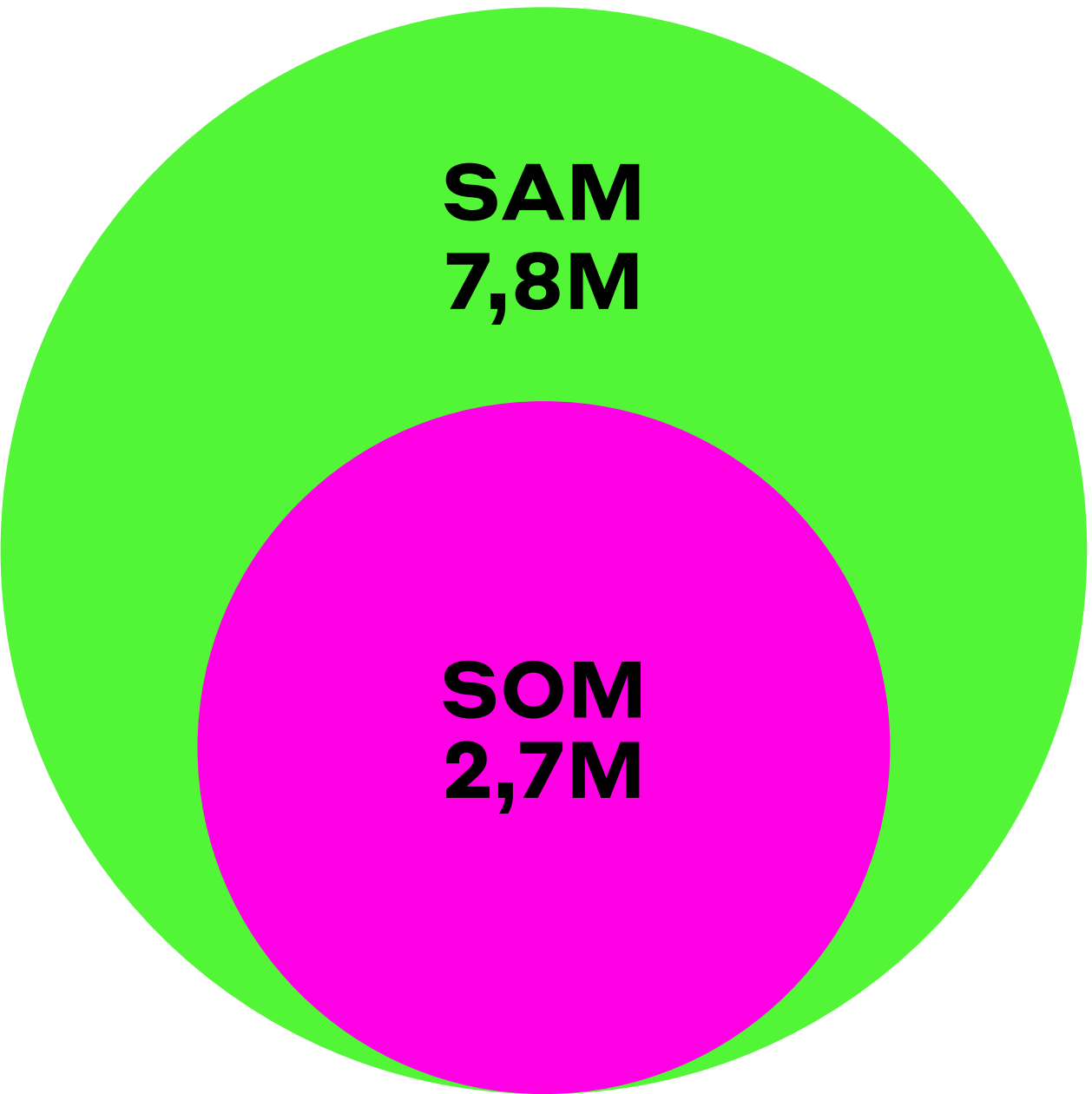
# 01. executive summary

## целевая аудитория

**18-22**

возраст

активно занимающиеся  
самообразованием и  
стремящиеся к личностному  
развитию.



## предложение

подписочное решение  
для осознанной молодёжи,  
при помощи которого, вместе  
с банком, клиент может  
создавать для себя ценность

## Альфа-Старт

- курсы саморазвития
- геймификация
- особые условия по вкладам
- повышенный потолок кэшбэка
- бесплатное обслуживание
- розыгрыши от банка и партнёров

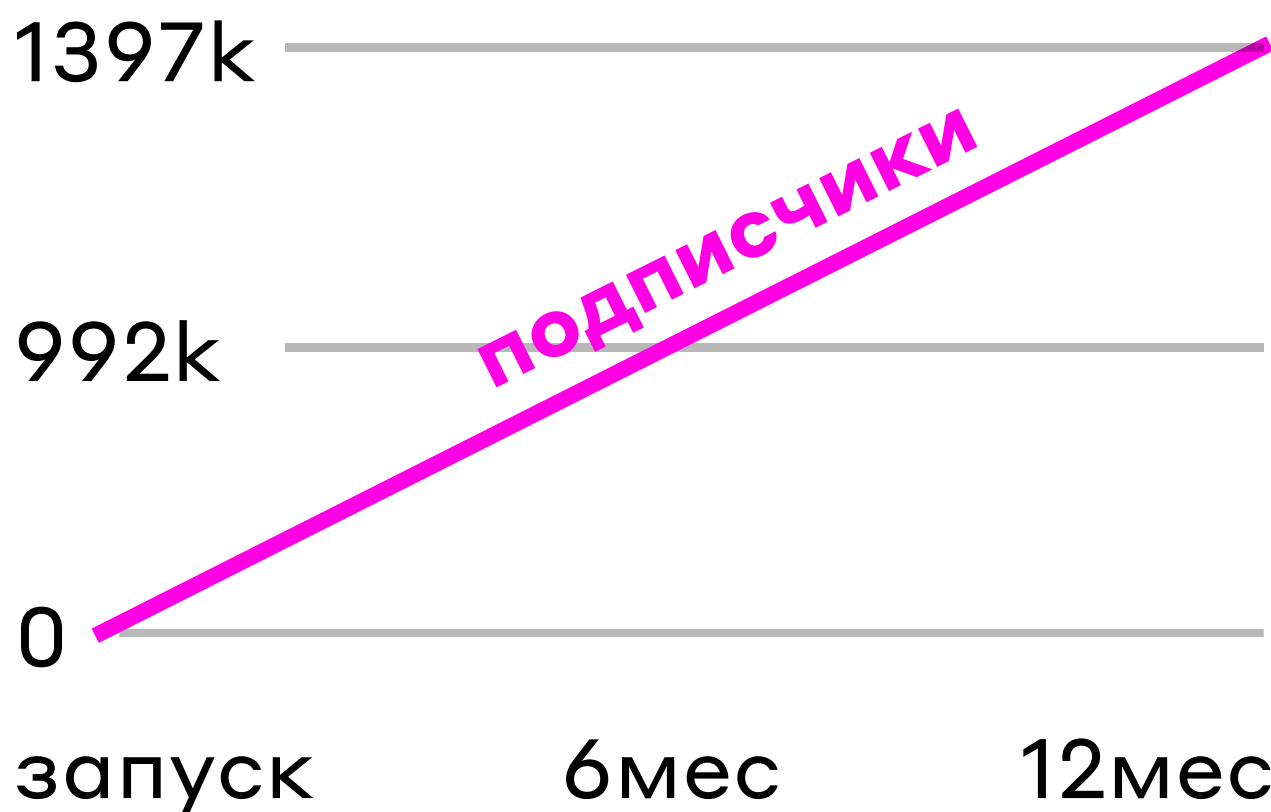
### Headline

Твоё первое взрослое  
решение

## прогнозы

**24,24%**

максимальная ставка  
дисконтирования



IRR

**30,2%**

NPV

**9,5** млн ₽

## 02. Анализ целевой аудитории

### целевая аудитория

**18-22**

активно занимающиеся самообразованием и стремящиеся к личностному развитию.

Эти молодые люди уделяют много времени учебе, часто посещают дополнительные курсы и онлайн-семинары. Они активно пользуются интернетом и социальными сетями для поиска информации и общения.

Мы выбрали эту аудиторию, потому что подростки, которые вкладываются в образование, демонстрируют высокий уровень ответственности и целеустремленности. Они внимательно подходят к выбору продуктов и услуг, что делает их перспективными клиентами для нашего банка. Наша задача - завоевать их доверие на раннем этапе, чтобы они стали лояльными клиентами в будущем, когда начнут зарабатывать и управлять своими финансами.

Основной целью нашей стратегии является привлечение подростков к использованию наших банковских продуктов и услуг, начиная с базовых продуктов, таких как образовательные курсы по финансовой грамотности, и переходя к более сложным финансовым инструментам по мере их взросления и достижения финансовой стабильности.

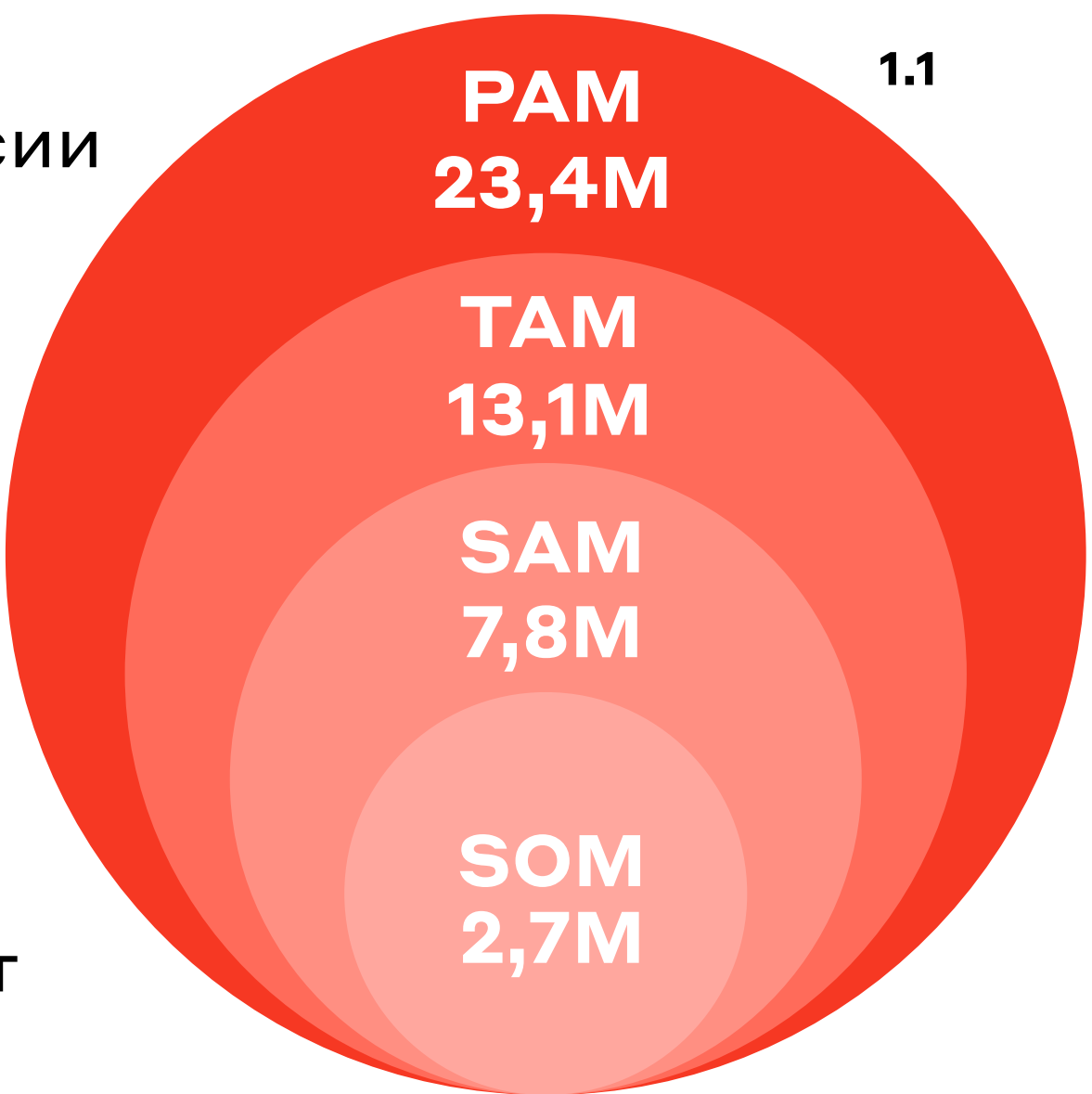
### customer development

Рынок всех возможных клиентов - население России в возрасте от 14-35 лет<sup>2.1</sup>

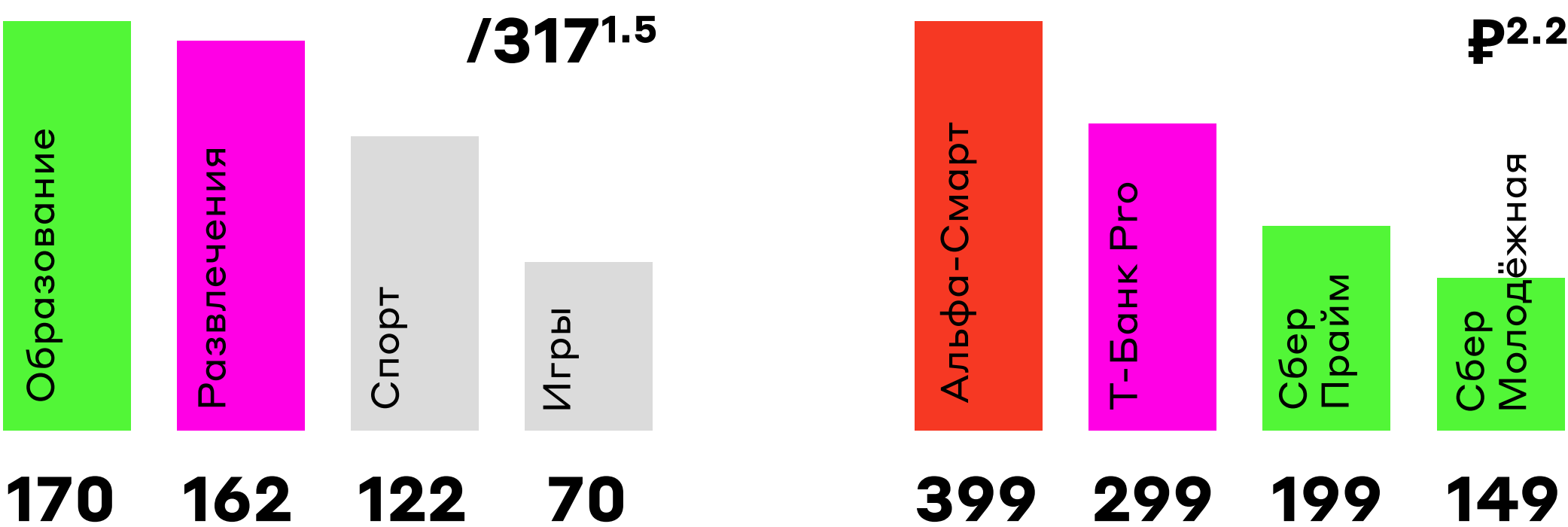
Banked аудитория в возрасте от 14-22 лет

Banked аудитория в возрасте от 18-22 лет

Активные клиенты Альфа-банка в возрасте от 18-22 лет



Для анализа интересов нашего целевого сегмента мы использовали опросы и интервью. Особое внимание было уделено предпочтениям респондентов в образовательном контенте.<sup>1.4, 1.8</sup>



## 03. Гипотезы

### Как выделиться на фоне конкурентов и привлечь новую аудиторию?<sup>1.6</sup>

Сфокусироваться на развитии исключительно банковских продуктов, предоставляя уникальный и качественный сервис, ориентированный на молодежь, через **инновационные подходы (AI) и геймификацию**

#### **Сбер:**

СберПрайм: СберМаркет, СберЗвук, Ситимобил, Лайфстайл и развлекательные сервисы

#### **Т-банк:**

Подписка Pro и Premium: повышенные ставки по вкладам, кешбэк до 30% нефинансовые, лайфстайл и развлекательные сервисы.

### Как помочь нашим клиентам достичь финансовой стабильности?<sup>1.6</sup>

Если обучать клиентов управлению личными финансами, то в долгосрочной перспективе это приведет к росту их благосостояния и **увеличению использования** более сложных финансовых продуктов нашего банка.

### Как построить долгосрочные отношения с клиентами, начиная с подросткового возраста?<sup>1.6</sup>

В связи с ростом интереса к финансовой грамотности среди молодежи релевантно добавить в подписку образовательный контент.

**С 4 млн до 31,5 млн** увеличилось количество инвесторов на московской бирже с 2019 года

**67%** молодых людей ценят, когда окружающие воспринимают их как финансово успешных

**89%** пользователей тратили бы больше времени на приложение, если бы в нем были реализованы элементы геймификации .

**67%** студентов сочли игровое обучение более мотивирующим и увлекательным, чем традиционные курсы

### Какие привилегии для банковских продуктов мы можем предоставить пользователям?<sup>1.6</sup>

- **Накопительные счета** – стимуляция открытия счетов
- **Альфа-чек** – бесплатное информирование об операциях (реализовано в Альфа-Смарт)
- **Инвестиции** – поощрения за использование брокерского счёта
- **Кешбеки** – не отставать от программ лояльности конкурентов



# 04. Сравнительный анализ

## RICE приоритизация

Элемент наполнения подписки	RICE score <sup>1.7</sup>
Розыгрыши на товары от партнеров банка	4488000
Бесплатное обслуживание	1632000
Альфа чек - нужно выбрать вариант пуш или СМС уведомление	1428000
Бесплатный доступ к курсам по финансовой грамотности и карьерным консультациям на платформе КУРС	1414400
Особые условия по раннему закрытию вклада	1088000
Возможность создания и прокачки цифрового аватара за выполнение заданий внутри приложения	1020000
Персонализированный кэшбек с внедрением технологий искусственного интеллекта	979200
Розыгрыш акций, у тех у кого есть подписка и Альфа инвестиции	773500
Повышение потолка кэшбэка на 1000 рублей на кредитных картах	735000
Цифровой ассистент для управления собственными финансами	589333

## статистика

**286** млрд ₽

потратили  
банки на программы  
лояльности<sup>1.6</sup>

**27** млн. человек

суммарное количество  
активных  
пользователей  
подписок на 2022 год<sup>2.3</sup>

**15%**

пользователей  
считают повышенный  
процент по  
накопительному счету  
важной категорией  
подписки<sup>2.3</sup>

# 05. Концепция и ценностное предложение

наполнение продукта	
Финансовые продукты	Нефинансовые продукты
<p>Повышение потолка кэшбэка на 1000 рублей на кредитных картах</p> <p>Особые условия по раннему закрытию вклада</p> <p>Розыгрыш акций, у тех у кого есть подписка и Альфа инвестиции</p>	<p>Бесплатный доступ к курсам по финансовой грамотности и карьерным консультациям на платформе КУРС</p> <p>Розыгрыши на товары от партнеров банка</p> <p>0 ₺ за обслуживание</p> <p>Альфа чек - нужно выбрать вариант пуш или уведомление</p> <p>Возможность создания и прокачки цифрового аватара за выполнение заданий внутри приложения<sup>2.4, 2.5</sup></p>
Интеграция решений производится в существующие сервисы: приложение для IOS и Android и Web-версию онлайн-банка.	

предложение

## Альфа-Старт

**Headline**  
Твоё первое взрослое решение

**Subheadline**  
С Альфа-Старт вы получаете максимум выгоды для входа во взрослую жизнь: увеличенный лимит по кэшбэку, бесплатные курсы, улучшенные накопительные счета, участие в розыгрышах, нулевые затраты на оповещения и возможность создания цифрового аватара.

Учитесь, инвестируйте и выигрывайте с подпиской Альфа-Старт, которая открывает двери к финансовой независимости и успеху.

Подписка может быть приобретена в дополнение к любой карте альфа-банка, при условии, что клиенту от 14 до 35 лет.<sup>2.1</sup>

## 06. Бизнес модель

### Ключевые партнёры

Существующие партнеры по кэшбэкам и другим продуктам Альфа-банка

### Структура издержек

Операционные расходы

Юридические расходы

Розыгрыши

Маркетинг

Упущенная прибыль на обслуживание карт, Альфа-чека, накопительных счетов

### Ключевые виды деятельности

Создание курсов

Расширение кадров

Сопровождение продукта

Рекламная кампания

Взаимодействие с партнерами

### Ключевые ресурсы

Маркетинговые

Человеческие

Финансовые

Интеллектуальные

Социальные (партнерства, связи, контакты, деловые и общественные отношения)

### Ценностное предложение

Самообучение

Геймификация

Лояльные условия по финансовым решениям

Программа вознаграждений

Бонусная программа

### Каналы сбыта

Приложение

Сайт

Отделения банка

Курьеры

Промоутеры

### Отношение с клиентами

Совместное создание: ценность формируется через предоставление клиенту инструментов для саморазвития и самообразования

### Потоки поступления доходов

Ежемесячная оплата подписки

Кредитные карты и вклады

Остальной заработок с финансовых решений банка

### Потребительские сегменты

Молодые люди 18-22 лет активно занимаются самообразованием и личностным развитием, посещая дополнительные курсы и онлайн-семинары, а также используя интернет и социальные сети для поиска информации и общения.



# Приложение 1. Аналитика

- 🔗 Анализ объёма рынка
- 🔗 Финансовая модель
- 🔗 Ценностное предложение
- 🔗 Кастдев (анкета)
- 🔗 Анализ ЦА ("Какой тип контента вас интересует больше всего?")
- 🔗 Гипотезы
- 🔗 RICE
- 🔗 Интервью
- 🔗 Описание наполнения подписки

## Приложение 2. Источники информации

- 🔗 Возраст молодежи повысили до 35 лет включительно
- 🔗 Доставок и зрелищ: как устроена экономика подписных сервисов
- 📖 Сервисы подписок в России 2023 – Дайвинг в море мультисервисных подписок (Frank RG)
- 🔗 How Gamification Boosts Consumer Engagement (Gartner)
- 🔗 54 Gamification Statistics You Must Know (Finances Online)