Текст к презентации

1. Стратегии сбыта:  
*Эксклюзивная:*Акцент на качестве и бренде. Компания работает только с несколькими премиальными партнерами в каждом регионе. Максимальный контроль над распределением.

*Селективная:*   
Поддержка партнеров, которые имеют высокий уровень экспертизы и предлагают продукты в определенных регионах или сегментах рынка.

*Интенсивная:*   
Максимальное проникновение на рынок. Широкое сотрудничество с различными партнерами, включая розничных продавцов и онлайн-платформы.

2. Каналы распределения:  
 *Физические отделения (банковские филиалы):*

Банк имеет сеть физических отделений, где клиенты могут приходить лично для проведения банковских операций, получения консультаций и других услуг.

*Банкоматы:*

Автоматизированные банкоматы предоставляют клиентам возможность осуществлять базовые банковские операции, такие как снятие наличных, внесение денег, проверка баланса и т.д., без прямого взаимодействия с банковским сотрудником.

*Интернет-банкинг:*

Альфа-Банк предоставляет услуги через онлайн-платформы, где клиенты могут управлять своими счетами, проводить транзакции, оплачивать счета и получать другие услуги удаленно через интернет.

*Мобильное банковское приложение:*

Банк также предоставляет мобильное приложение, позволяющие клиентам получать доступ к банковским услугам и совершать операции с мобильных устройств.

*Телефонное обслуживание:*

Альфа предоставляет услуги клиентам через контактные центры и телефонное обслуживание, где сотрудники банка могут отвечать на вопросы, предоставлять информацию и помогать с различными банковскими операциями.

*Партнерские отношения и посреднические компании:*

Альфа сотрудничает с другими компаниями и использует посредников для расширения своего охвата клиентов.

Разнообразие каналов распределения позволяет Альфа Банку достигать широкого круга клиентов и обеспечивать удобство использования их услуг.

3.Типы посредников

1. Торговые посредники:

*Агенты и брокеры:*

Это могут быть финансовые агенты и брокеры, предоставляющие услуги клиентам от имени банка. Например, брокер может помогать клиентам в выборе инвестиционных продуктов.

*Финансовые консультанты:*

Независимые финансовые консультанты могут предоставлять консультации и рекомендации клиентам по выбору банковских продуктов и услуг.

*Партнеры и аффилированные компании:*

Альфа имеет партнерские отношения с другими компаниями, такими как страховые компании или инвестиционные фонды, чтобы предоставлять комплексные финансовые услуги.

2. Неторговые посредники:

*Информационные посредники:*

Включают в себя средства массовой информации и веб-сайты, которые предоставляют информацию о банковских продуктах и услугах. Эти ресурсы могут помогать клиентам принимать информированные решения.

*Образовательные учреждения:*

Банк сотрудничает с образовательными учреждениями для проведения финансовых образовательных программ и семинаров.

*Общественные и благотворительные организации:*

Банк сотрудничает с общественными и благотворительными организациями для предоставления финансовых услуг и программ поддержки.

4. Количество уровней

*Производитель:*   
Компания являемся производителями и основными поставщиками своих банковских услуг.

5. Надбавки к цене продукции

*Торговые надбавки:*

Ориентировочно, торговые надбавки составляют 20% от первоначальной цены продукции.

*Маркетинговые надбавки:*

Маркетинговые надбавки составляют около 15% от первоначальной цены продукции.

6. Система мотивации посредников со стороны компании

*Комиссионные аспекты:*

Посредники могут получать комиссионные с продаж банковских продуктов и услуг. Это может быть процент от суммы сделки, фиксированная сумма или комбинация обоих.

*Бонусы за объемы продаж:*

Банк может предоставлять бонусы или премии посредникам за достижение определенного объема продаж или достижение целевых показателей.

*Продукты с высокими маржинальными показателями:*

Предоставление посредникам доступа к продуктам с более высокими маржинальными показателями может быть дополнительным стимулом, так как это может привести к более высоким доходам от сделок.

*Конкурентные условия сотрудничества:*

Банк может предоставлять более выгодные условия сотрудничества в сравнении с конкурентами. Это может включать в себя более высокие ставки комиссий, лучшие бонусные программы или более гибкие условия.

*Поддержка маркетинга и рекламы:*

Банк может предоставлять посредникам маркетинговую и рекламную поддержку, что поможет им успешнее привлекать клиентов.

7. Проблемы и недостатки

*Физические отделения (банковские филиалы):*

Высокие операционные расходы:

Обслуживание физических отделений требует значительных затрат на аренду, оборудование и персонал.

Ограниченные часы работы:

Филиалы часто имеют ограниченное время работы, что может быть неудобно для клиентов, особенно для тех, кто работает в обычные часы.

*Банкоматы:*

Ограниченный функционал:

Банкоматы могут предоставлять ограниченный набор услуг по сравнению с физическими отделениями, и для некоторых операций все равно требуется посещение банка.

Стоимость обслуживания:

Банк может взимать комиссии за использование банкоматов других банков, что может быть невыгодно для клиентов.

*Интернет-банкинг:*

Проблемы безопасности:

Рост киберугроз и мошенничества может вызвать опасения по безопасности данных клиентов.

Технические сбои:

Проблемы с интернет-соединением или технические сбои могут привести к недоступности онлайн-сервисов.

*Мобильное банковское приложение:*

Необходимость современных устройств:

Для использования мобильных банковских приложений требуется наличие современных мобильных устройств, что может быть ограничением для некоторых клиентов.

Проблемы совместимости:

Некоторые приложения могут быть несовместимы с определенными операционными системами или устройствами.

*Телефонное обслуживание:*

Долгие ожидания:

Высокая загруженность может привести к долгим ожиданиям при звонке в банковский контакт-центр.

Ограниченная возможность общения:

Телефонное обслуживание не всегда позволяет решить сложные вопросы и проблемы.

*Партнерские отношения и посреднические компании:*

Необходимость в управлении отношениями:

Сотрудничество с партнерами требует внимательного управления отношениями и обеспечения соответствия стандартам банка.

Потеря контроля:

Банк может потерять часть контроля над предоставляемыми услугами, когда они предоставляются через посредников.

8. Каналы распределения технологии Alfa Pay

*Официальные магазины приложений:*

Приложения App Store для устройств Apple и Google Play для Android.

*Блоги и обзоры влиятельных людей:*

Обзоры от известных людей, упоминание в блогах.

*Партнерства с другими приложениями или компаниями:*

Сотрудничество с другими компаниями или приложениями может привести к взаимной выгоде.