



Changellenge
Cup IT

predator team

Глеб Герасимов
Георгий Писцов
Нина Челышева
Никита Битюцкий

Секция IT-Аналитика

Целевая аудитория

Пользоваться новой платформой могут только клиенты Райффайзенбанка => желающие ею воспользоваться являются потенциальными клиентами. То есть мы можем привлечь лояльных клиентов разного малого бизнеса.

Опции:

1. Увеличение активности текущих клиентов => монетизация нового сервиса за счет них
2. Привлечение новых клиентов

1. Люди, которые хотят помочь любимому месту
2. Желающие получить специальные предложения от бизнеса



“

Целевой аудиторией нашего приложения будут лояльные клиенты малого бизнеса, постоянные покупатели.

”

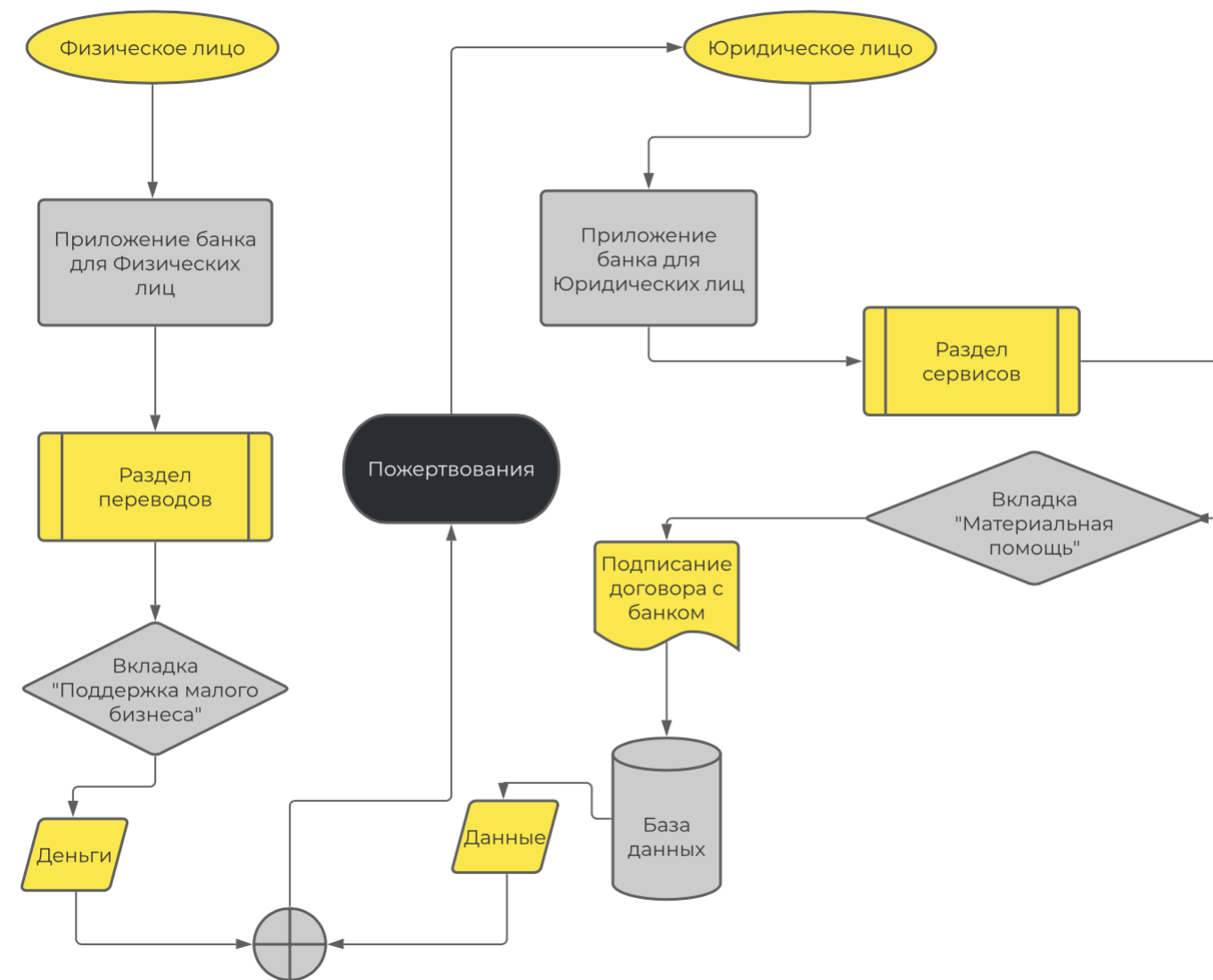
Стадии	Потребность	Интерес	Исследование	Ознакомление с сервисом	Пожертвование	Получение бонусов	Повторное использование
Действия	Потенциальный клиент самостоятельно находит сервис		Поиск среди аналогичных сервисов	Поиск нужного заведения среди предложенных и ознакомление с бонусной программой	Совершение операции по переводу денег	Пользователь получает бонусы	Пользователь повторяет процесс пожертвования
Мысли и эмоции	"Переживаю, что моя любимая кофейня закроется"	"Хочу помочь любимому месту и получить бонусы"	"Хочу найти прозрачный сервис, чтобы моя помощь дошла до этого заведения в полном размере"	"Интересно, насколько просто пожертвовать деньги бизнесу" -> "Вау, как просто!"	"Рад ощущать, что помогаю этому месту"	"Приятно, что я не просто помог бизнесу, но и получил что-то взамен"	"Думаю, что одним разом не стоит ограничиваться, этому месту все еще нужна помощь!"
Точки соприкосновения	Поисковая система, рекомендации друзей QR-код в заведении Реклама с Хабенским Push от банка		Потенциальный клиент осознает, что этот сервис единственный в своем роде	Пользователь просматривает приложение, заходит на разные страницы	Пользователь в один клик отправляет необходимую сумму	Уведомление о получении бонусов	Уведомление в приложении (либо по истечении определенного срока, либо после посещения того места)

Приложение является мостом между физическим и юридическим мобильным приложением Райффайзенбанка. Чтобы участвовать в программе, юридическое лицо должно подать заявку и заключить дополнительное соглашение с банком.

Физическое лицо, являющееся клиентом банка, может воспользоваться сервисом в любой момент.

Физлица

Юрлица



Логическая модель данных

Minimal Marketable Product

Основные функциональные требования:

1. Возможность переводить деньги со счёта физического лица Райффайзенбанка на счёт юридических лиц.
2. Список всех заведений, участвующих в
3. История прописанных офферов от малого бизнеса, которые клиент банка получил
4. Отдельная страница каждого малого бизнеса с кратким обзором, местоположением, контактами и прямой кнопкой "пожертвовать"

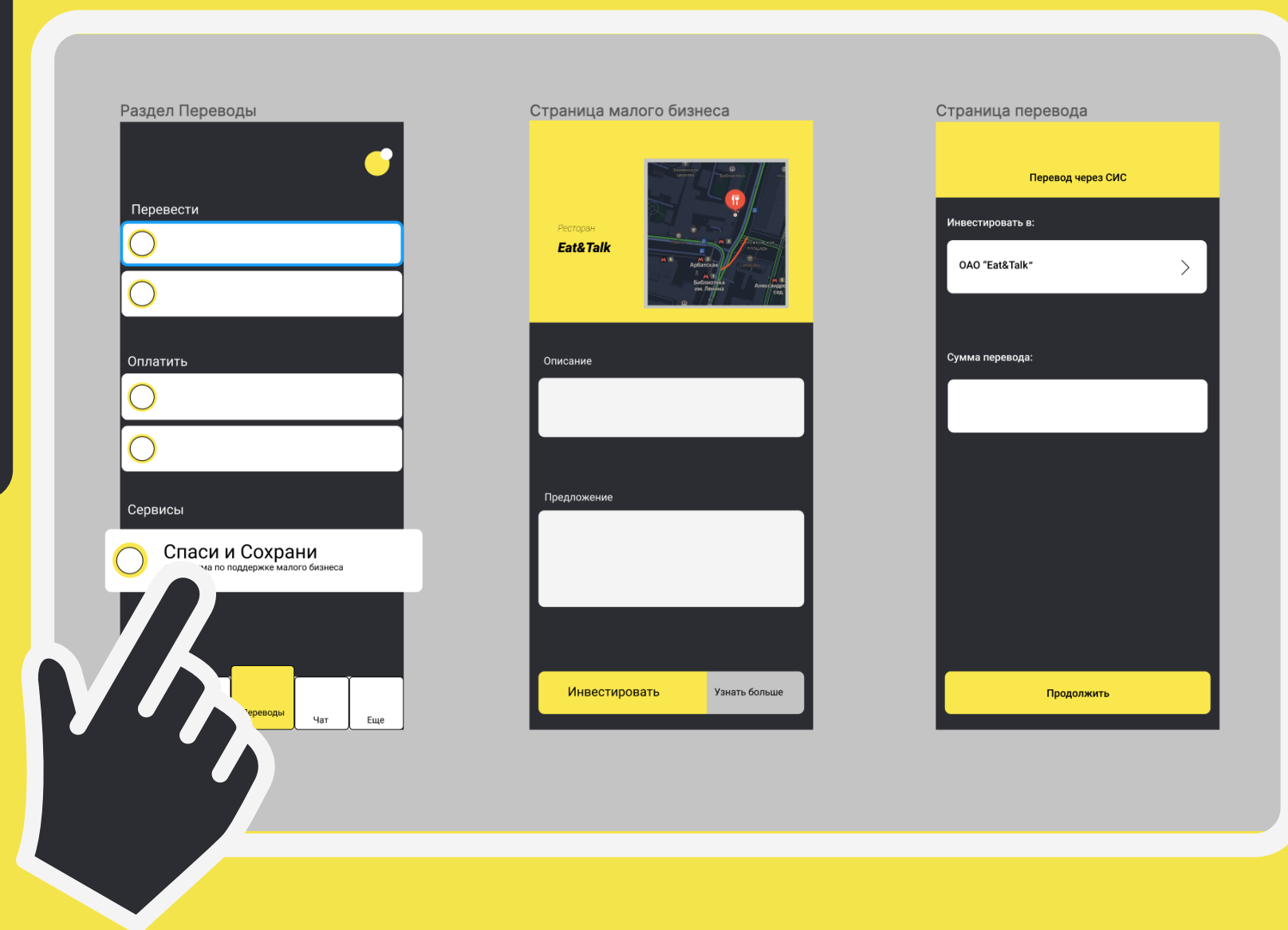


Дополнительный функционал:

1. Карта всех заведений, участвующих в этой программе, при нажатии на заведение переходишь на страницу
2. История переводов
3. Трекинг повседневной жизни и местоположения с целью предоставления этой информации клиенту. Тем самым нативно предлагаем инвестировать в них
4. Возможность подключить регулярные переводы определенным юридическим лицам

Также в мост мы добавляем некоторые уже имеющиеся функции приложений Райффайзенбанка, такие как:

1. Инвестиции по QR-коду
2. Отмена перевода, пока он находится в стадии "Зарегистрировано"
3. Stories — изображения с текстом с полезной информацией для клиентов. С помощью Stories клиенты узнают о предложениях и могут быстро их открыть.



Экономическая эффективность

Схожесть с чаевыми

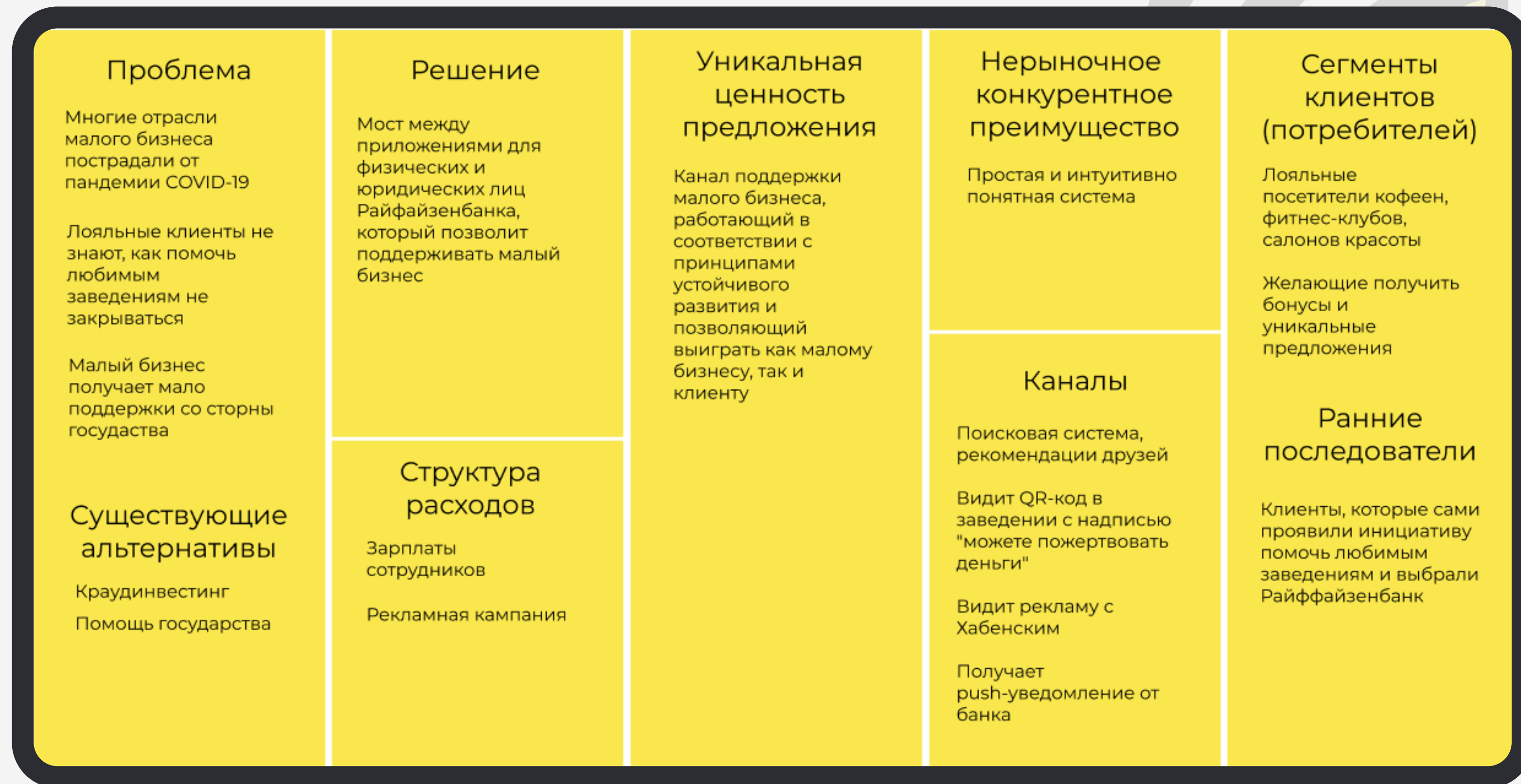
Готовность людей жертвовать деньги отражается в статистике по размерам чаевых. В 2019 году средний размер чаевых был равен 7,5% при общем количестве людей, оставляющих их равном 45% от всех посетителей. Если эти же деньги получала бы сама организация, то ее прибыль увеличилась бы в среднем на 3%.



С комиссией за пожертвования в размере 3% можно получение прибыли в размере 0,01% от прибыли клиентов-бизнесов



Риск	Описание	Предполагаемое решение
Низкая заинтересованность со стороны физических лиц	Люди просто не будут жертвовать деньги по причине отсутствия эмоциональной привязанности к месту	Райффайзенбанк может создать обучающие материалы для малого бизнеса, в которых будут советы по бонусным предложениям
Быстро пропадет хайп	Возможна ситуация, в которой сначала люди заинтересованы в этой концепции, но спустя некоторое время этот интерес пропадает, так как его основой был хайп	Проводить регулярные рекламные кампании
Недобросовестный бизнес	Клиенты со стороны бизнеса могут не выплачивать обещанные бонусы	Эффективная служба поддержки
Незначительный приток денег	Из-за сложной экономической ситуации в стране физические лица могут оказаться не способными жертвовать большие суммы малому бизнесу	Качественные special offers
Репутационные издержки Райффайзенбанка	Так как возможность жертвовать деньги предоставляет Райффайзенбанк, то в случае недопонимания между физлицом и малым бизнесом, Райффайзенбанк будет одним из "обвиняемых"	Внимательно следить за работой зарегистрированных в сервисе бизнесов



Changellenge
Cup IT

predator team:



Глеб Герасимов

ФЭН 24'
НИУ ВШЭ

grgerasimov@edu.hse.ru



Георгий Писцов

ФКН ПМИ 24'
НИУ ВШЭ

gkpistsov@edu.hse.ru



Нина Челышева

ФКН ПМИ 24'
НИУ ВШЭ

nyuchelysheva@edu.hse.ru



Никита Битюцкий

ФЭН 23'
НИУ ВШЭ

nikitabityutskiy@gmail.com