

# Стратегия привлечения НОВЫХ КЛИЕНТОВ В Тинькофф Образование

Команда «Аня, 24»



**ТИНЬКОФФ**



В ходе решения кейса проанализировали большое количество идей продвижения и описали самые лучшие

### 1 Анализ

Анализ похожих сервисов показал основные их способы продвижения:

- Баннеры - Реклама в социальных сетях
- Отдельная вкладка в главном приложении

Анализ ЦА выявил основные группы и наиболее релевантные для нас:

- Люди, которые хотят изменить профессию
- Студенты средних вузов, идущих в финтех



### 2 Поиск решения

В ходе генерации идей мы разделили решения на

1. Новые идеи<sup>1</sup>
2. Способы продвижения идей<sup>2</sup>



Новая вкладка,  
Баннеры, истории



Открытые курсы  
и проф.тесты

Отсеяв неэффективные идеи, построили модель ЦА в Тинькофф Образование

Summary

### 3 Описание решения

Каждый из этапов модели привлечения повышает конверсию воронки

так мы показали примерные прототипы наших решений в приложении и на сайте

Тинькофф Образования и их влияние на воронку



### 4 Метрики, взаимодействие с экосистемой

Создав методику анализа метрик, которая состоит из сбора данных о посещении сервиса, можно выявить слабые места в нашей модели.



Очень важным также является работа со всей экосистемой Тинькофф чтобы максимально увеличить охват аудитории



## Проанализировав рынок сервисов образования компаний-гигантов, выяснили основные способы продвижения

### Компании и способы продвижения их образовательных сервисов



#### Сбер Университет

- Вкладка в сервисах в приложении банка
- Спам-рассылка через бота в приложении банка



#### VK Junior

- Вкладка в сервисах приложения
- Сотрудничество с сервисами крупных вузов



#### Яндекс Академия

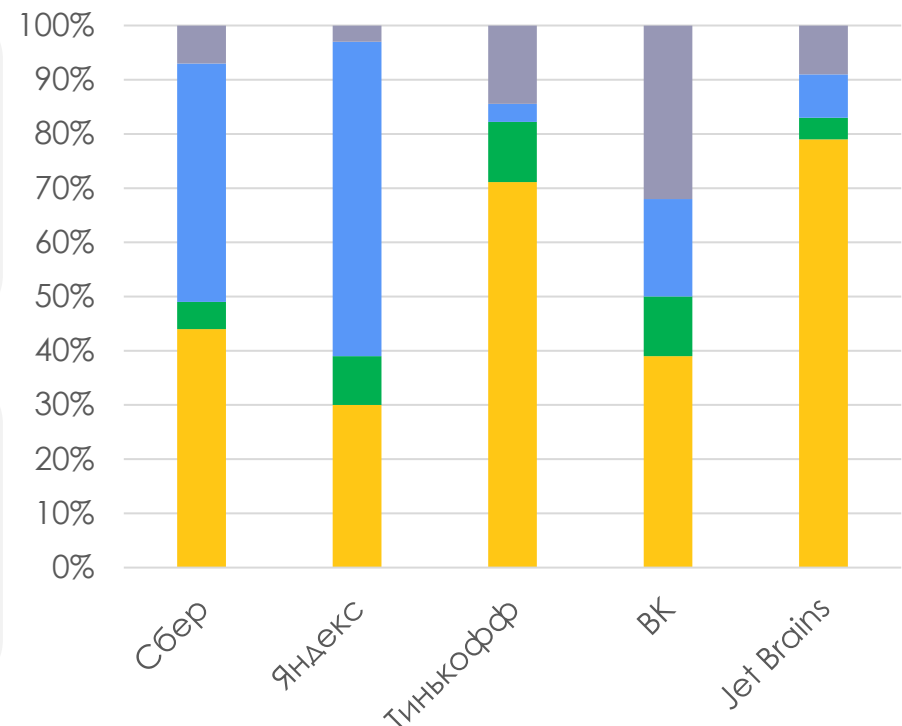
- Баннеры на начальном экране браузера
- Реклама на сайтах через Яндекс Директ



#### JetBrains Academy

- Баннеры на начальном экране браузера
- Внедрение рекламы в продуктах компании

### Распределение маркетинговых каналов\*



■ Прямой ■ Реферальный ■ Поисковый ■ Соц. Медия

Исходя из популярных на рынке решений, можно выявить наиболее перспективные идеи продвижения Тинькофф Образования

- i Вкладка сервиса в главном приложении
- i Баннеры сервиса в приложениях экосистемы
- i Спам-рассылка от ассистента в главном приложении

Остальные способы нарушают ограничения кейса (можно использовать только продукты экосистемы Тинькофф)



Анализ трафика показывает, что у Тинькофф Образования низкая доля реферальных и медийных каналов по сравнению с конкурентами

\* - Данные взяты из Similarweb

1

2

3

4

## Анализ целевой аудитории

Провели анализ ЦА, выявили потребности каждого сегмента и выделили две главные категории

## Сегменты ЦА

## Уровень Подготовки

## Характеристика

## Осведомленность

## Best fit product

## Потребности



Школьники

Ученики лучших  
школзаинтересованность  
работоспособность

60%

Тинькофф  
ПоколениеХотят узнать больше  
о профессиях в  
индустрииУченики обычных  
школзаинтересованность  
работоспособность

20%

Тинькофф  
ПоколениеНайти мотивацию  
для занятий

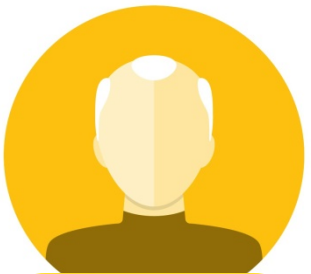
Студенты

Студенты лучших  
технических вузовзаинтересованность  
работоспособность

90%

Тинькофф  
Академия,  
Финтех, СтартХотят узнать больше  
о профессиях в  
индустрииСтуденты средних,  
гуманитарных вузовзаинтересованность  
работоспособность

40%

Тинькофф  
Финтех, СтартПрохождение  
отбора по  
математике

Выпускники

Специалисты

заинтересованность  
работоспособность

15%

Тинькофф  
Финтех мидлРабота компаний с  
Тинькофф  
ОбразованиемЖелающие  
сменить  
профессиюзаинтересованность  
работоспособность

30%

Тинькофф  
ФинтехПрохождение  
отбора по  
математике

**Провели брейншторм и разделили решения на две категории: новые идеи и способы продвижения идей**

**Новые идеи** – это то, что именно привлечёт пользователей зайти на Тинькофф Образование.

**Способы продвижения** – это то, как и где пользователи увидят эту идею (или другие продукты Тинькофф Образования)

**Новые идеи****Открытые курсы**

Курсы по математике – помогут расширить ЦА продуктов Тинькофф финтех

**Совместные курсы с вузами**

Сотрудничество с крупными вузами приведет к увеличению целевой аудитории

**Реферальная программа**

Денежный стимул поможет развить нетворкинг в сообществах студентов

**Тест по профориентации**

Неформальный тест, который может заинтересовать людей в новых профессиях

**Атлас профессий**

База знаний о современных направлениях Разработки, о которых не расскажут в вузе



Истории,  
баннер в  
приложениях  
экосистемы

Взаимодействие  
с экосистемами  
Тинькофф

Спам -  
рассылка через  
«Поддержку»

**Способы продвижения идей**

Отдельная  
вкладка в  
«Сервисы»

Рекламные  
стенды в вузах -  
партнерах

Денежные  
бонусы за  
прохождение  
курсов



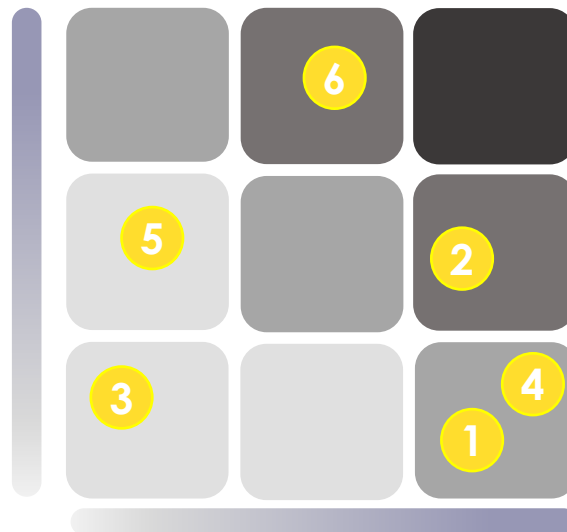
Идеи и способы продвижения по продвижению следуют из того, в каком информационном поле находится ЦА, какие у неё интересы, но не все идеи подходят под условия кейса

## Отсеяли неэффективные решения и построили модель привлечения ЦА в Тинькофф Образование

### 1 Анализ способов продвижения

- |   |                                       |   |
|---|---------------------------------------|---|
| 1 | Истории, баннер в желтом приложении   | ✓ |
| 2 | Взаимодействие с экосистемой Тинькофф | ✓ |
| 3 | Спам - рассылка через «Поддержку»     | ✗ |
| 4 | Отдельная вкладка в «Сервисы»         | ✓ |
| 5 | Рекламные стенды в вузах - партнерах  | ✗ |
| 6 | Денежные бонусы за прохождение курсов | ✗ |

Изданные реализации



Увеличение ЦА

### 2 Анализ идей

Не все идеи и способы их продвижения актуальны или эффективны – от них нужно отказываться и брать лучшее

#### Идея

Реферальная программа

Совместные курсы с вузами

Атлас профессий

#### Причины отказа

- 1) Низкий уровень конверсии
- 2) Требуется крупное финансирование

- 1) Уже развито с крупными вузами
- 2) Сложно реализовать в регионах

- 1) Устаревшая модель
- 2) Реализовано конкурентами (Сбер и тд)

### 3 Модель привлечения ЦА

Баннер, истории в желтом приложении  
Взаимодействие с экосистемой Тинькофф  
Отдельная вкладка в «Сервисы»

Тест по профориентации

Открытые курсы в Тинькофф Образование

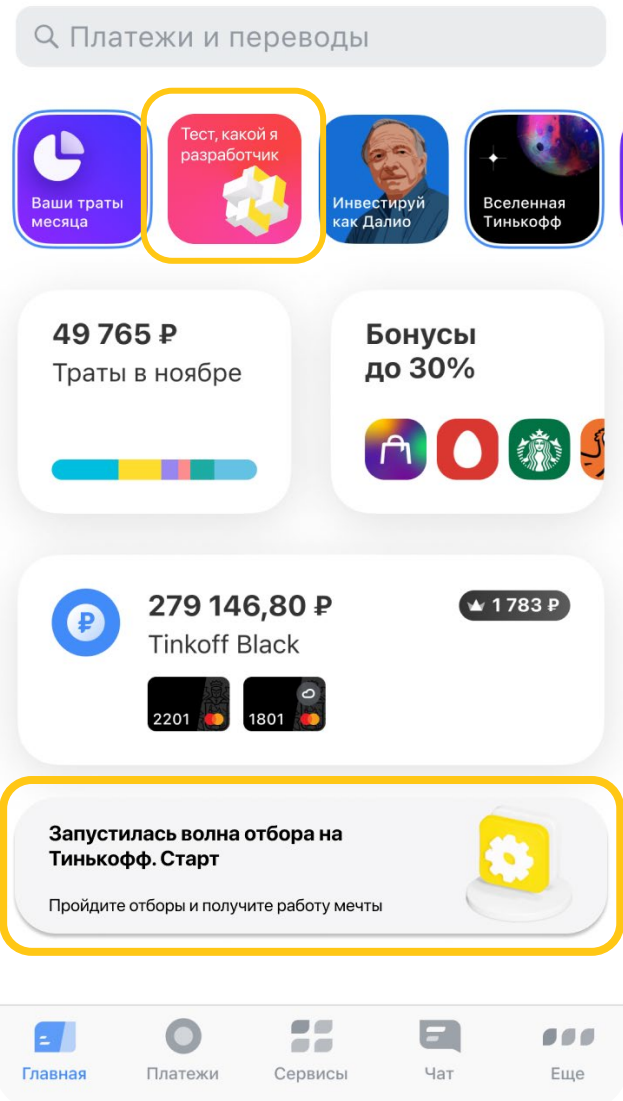
Участие в отборе на Тинькофф **Финтех, Старт**

Путь пользователя

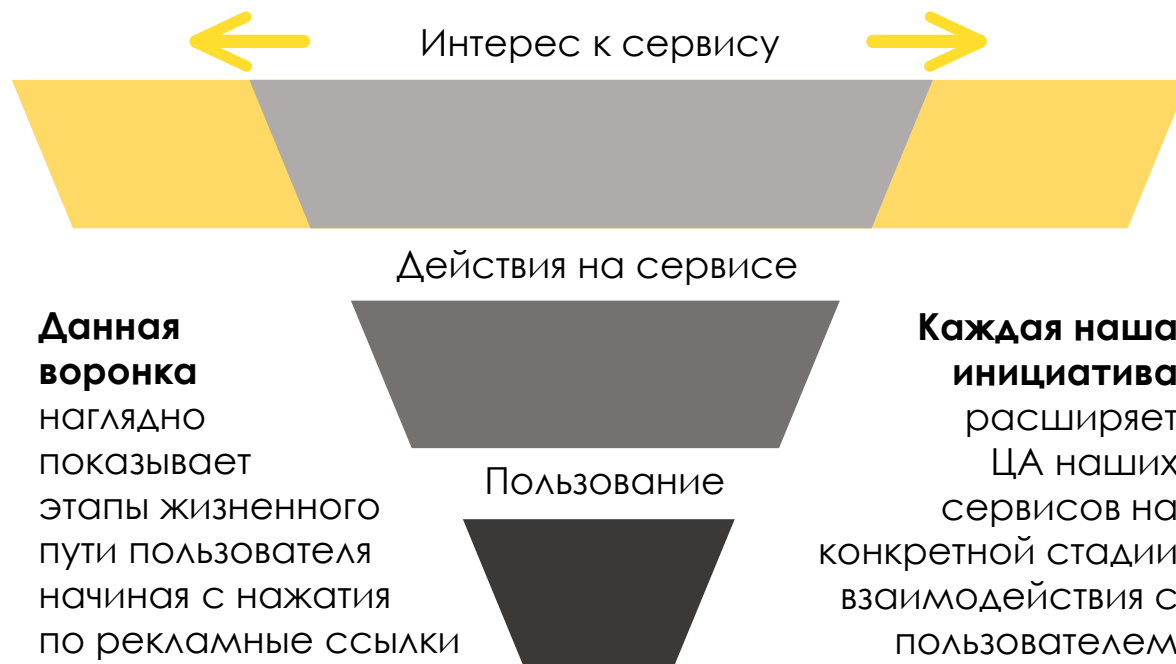




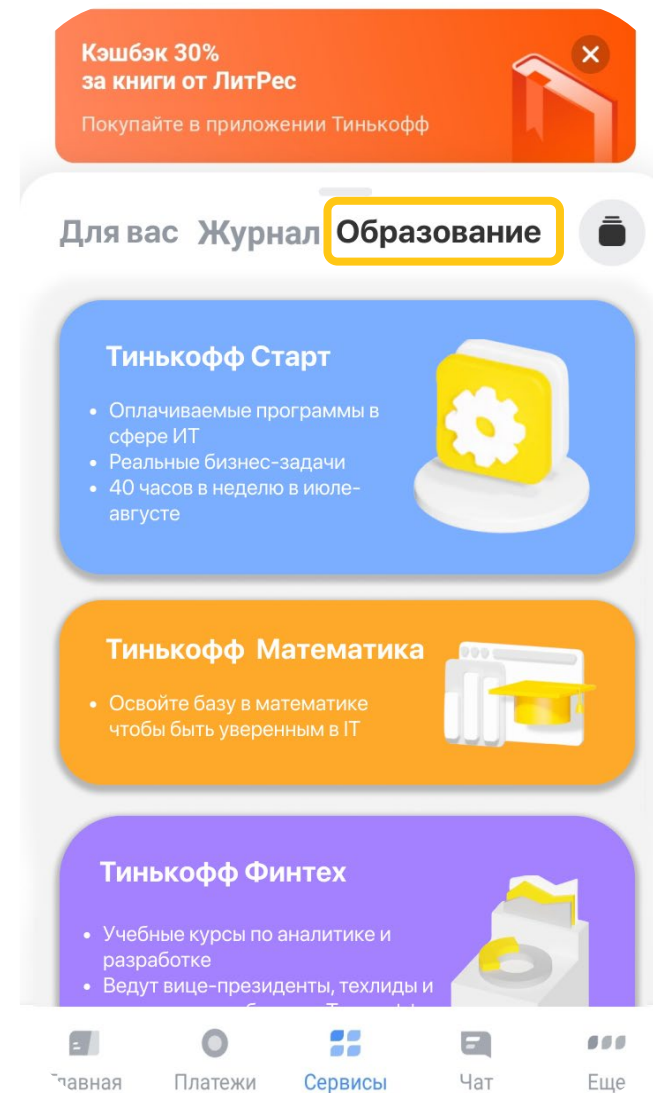
## Новые способы продвижения могут повысить первый этап воронки пользователей Тинькофф Образования



Баннеры и истории в экосистеме Тинькофф



Данные способы продвижения имеют очень **низкие затраты**. Баннеры и истории можно создавать по шаблону. Новая вкладка будет постоянно **знакомить пользователей** с продуктами Тинькофф Образования. Эти способы будут также использоваться в разных продуктах **экосистемы Тинькофф**, постоянно **расширяя аудиторию** нашего сайта



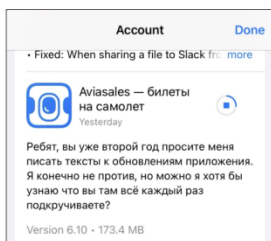
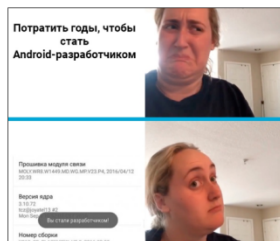
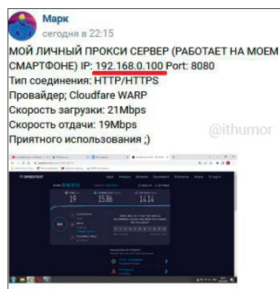
Новая вкладка «Образование» в сервисы

**Неформальный тест по профориентации позволит людям познакомиться с новыми специальностями****Какой ты разработчик в Тинькофф**

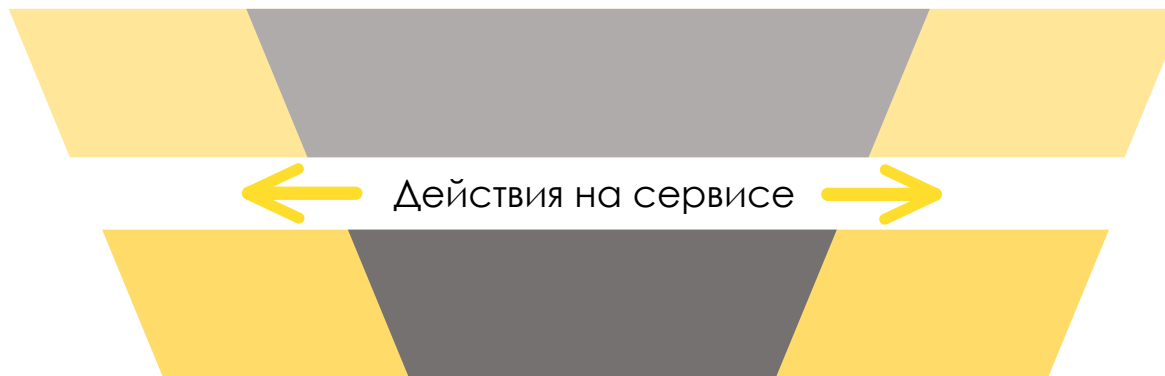
Мы разработали неформальный тест, который поможет разобраться с выбором направления в курсах Финтех или Старт от Тинькофф образования

Эти вопросы не смогут идеально выбрать вам траекторию развития, но смогут познакомить вас с типичными задачами разных видов разработчиков

5/7

**Выбери лучший мем(самый смешной  
самый жизненный)**

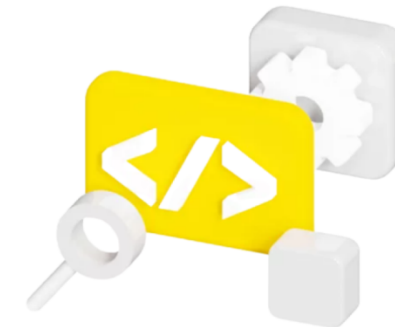
Интерес к сервису



Пользование



**Новый тест** поможет людям в шуточной форме узнать об основных направлениях разработки в Тинькофф, познакомит **с новыми профессиями**. Подобный уже есть для аналитики, но его сложно найти на самом сайте. Через него пользователи **привыкнут к сайту**, к его дизайну, захотят познакомиться с ним поближе и **узнают о продуктах**. Также этот тест может выйти за рамки Тинькофф и стать популярным в общественной сфере

**Вы Системный инженер (SRE)**

Системный инженер отвечает за надежность работы платформ Тинькофф: мониторит сбои, быстро на них реагирует и следит, чтобы всё работало. Он автоматизирует процесс разработки и тестирования новых продуктов

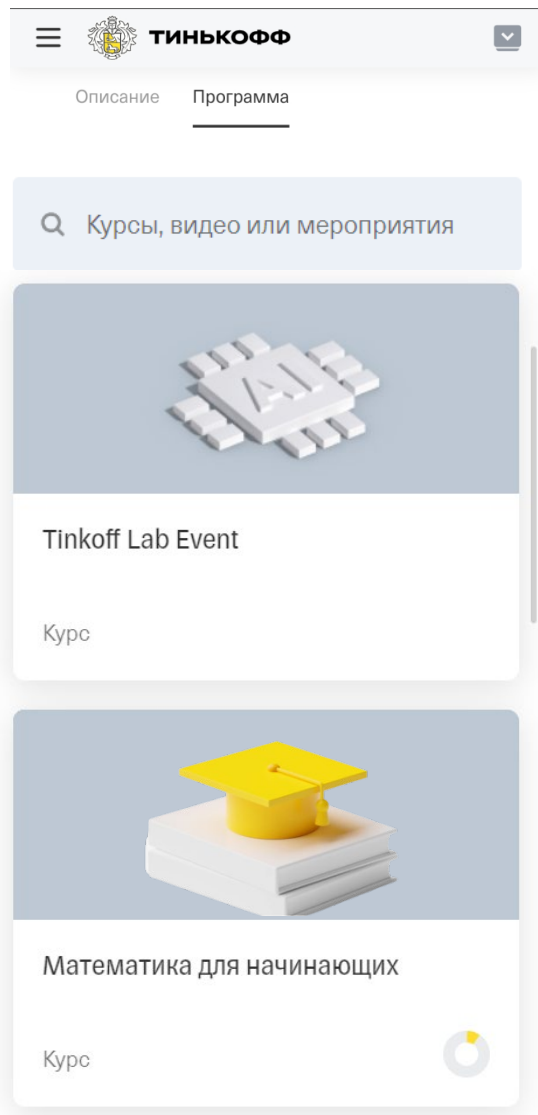
Сейчас открыт набор на стажировки Тинькофф Старт по направлению системного инженера. Подать заявку можно кликнув ниже

**Тинькофф Старт**

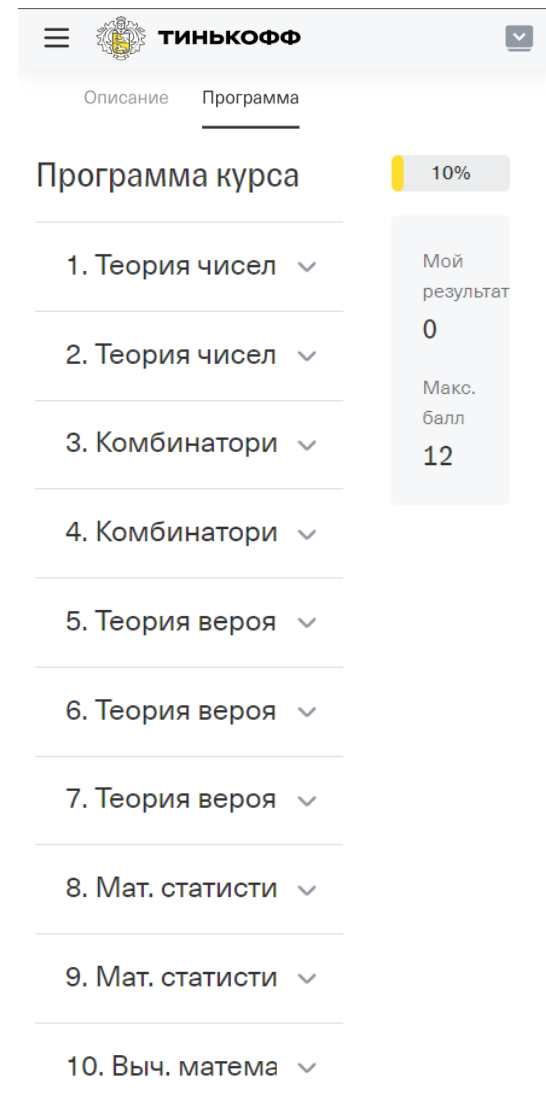
- Оплачиваемые программы в сфере ИТ





**Открытый курс по математике для начинающих поможет большему количеству людей проходить отбор****Курс по математике на главной странице**

После прохождения тестов по профориентации клиент переходит к продуктам Тинькофф Финтех, но перед ним встает **преграда – отбор по математике**, который способны пройти только студенты лучших вузов. Чтобы это исправить, мы решили сделать **открытый курс** по математике для начинающих, и поместить его **на главную страницу** сайта edu.tinkoff. Это значительно повысит долю тех, кто будет проходить остальные продукты Тинькофф Образования

**Примерная программа курса по математике**

## Множество метрик помогут выявить проблемные этапы воронки, проанализировать показатели во временном разрезе

Показатели  
увеличения  
аудитории

$$L_1 = \frac{N_1}{N_1^*}$$

$$L_2 = \frac{N_2}{N_2^*}$$

$$L_3 = \frac{N_3}{N_3^*}$$

Показатели для анализа воронки, показанной на предыдущих слайдах

$N_1$  - старое,  $N_1^*$  - новое: кол-во уникальных пользователей перешедших на этот этап за определённый промежуток времени – за месяц, неделю и так далее

$N_2, N_2^*$  - по аналогии - кол-во уникальных пользователей перешедших на этот этап

$N_3, N_3^*$  - по аналогии - кол-во уникальных пользователей перешедших на этот этап

$$K_{1-2} = \frac{N_1}{N_2}$$

$$K_{2-3} = \frac{N_2}{N_3}$$

$$K_{\text{итог}} = \frac{N_1}{N_3}$$

Прочие метрики

**ANC** – среднее кол-во кликов на сайте для одного пользователя

**AT** – среднее время проведения на сайте для одного пользователя

**ALD** – средний уровень глубины проведения на сайте для одного пользователя

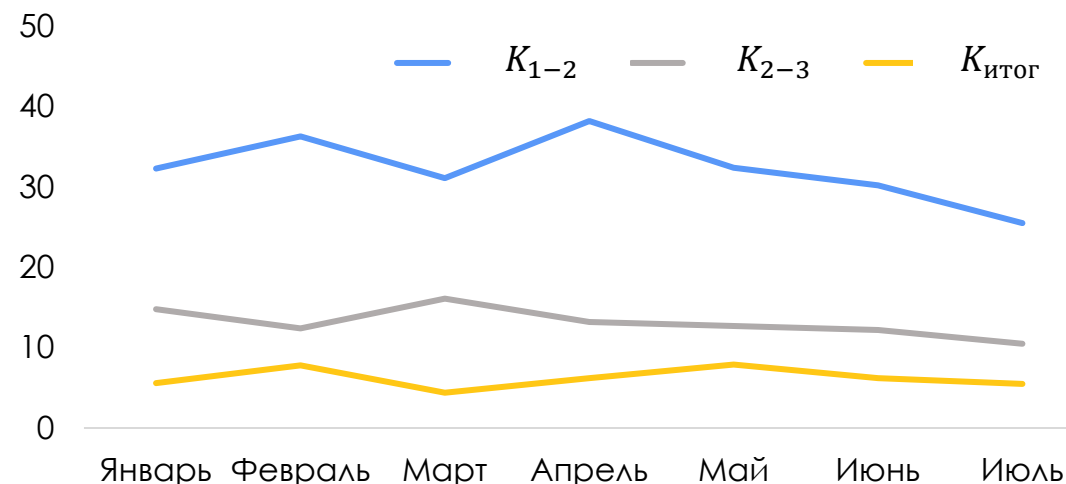
### Методика анализа метрик

Для оценки эффективности предложенных методов предлагаются метрики, показанные выше.

1. Самым главным является  $K_{\text{итог}}$
2. Аналогично на каждом этапе оцениваются  $K_{i-j}$  конверсии
3. Также можно сравнивать абсолютные показатели до и после введении новых методов продвижения ( $L_i$ )
4. И помимо этого анализируем абсолютные показатели просмотров, кликов, времени нахождения на сайте Тинькофф Образование

Все метрики стоит рассматривать в динамике – см. график справа

Возможная динамика показателей конверсии



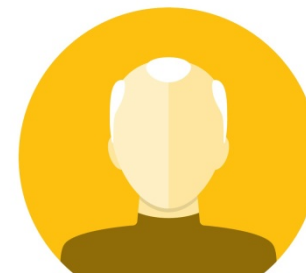
Кросс-взаимодействие с экосистемой Тинькофф направлено на 3 сегмента целевой аудитории



Школьники



Студенты



Выпускники



Истории в  
**Тинькофф Джуниор:**  
-Тесты на профориентацию  
для школьников  
-Реклама Тинькофф  
Поколения



**Тинькофф Инвестиции:**  
-Бонусы в виде акций в приложении  
за прохождение тестов на профориентацию  
  
-Студенты с сильной математикой и активной жизненной  
позицией часто увлекаются инвестициями



**Тинькофф**  
Банк

Баннер в главном меню, истории в желтом приложении о наших продуктах  
помогут большему количеству людей узнать о нас



Статьи в Тинькофф Журнал с историями успеха людей, прошедших курсы  
Тинькофф Образования





**ТИНЬКОФФ**

**Tinkoff Case Day 2022**

## Команда «Аня, 24»



**Паук  
Андрей**

МФТИ

Анализ экосистемы,  
создание слайдов и  
их дизайн



**Молчанов  
Кирилл**

СПбГУ

Анализ рынка  
сервисов



**Шамсутдинов  
Вадим**

МФТИ

Капитан, анализ  
решений, дизайн  
интерфейсов



**Клим  
Дудко**

ВШЭ

Анализ целевой  
аудитории



**Касюк  
Вадим**

МФТИ

Анализ метрик,  
построение  
решения

