

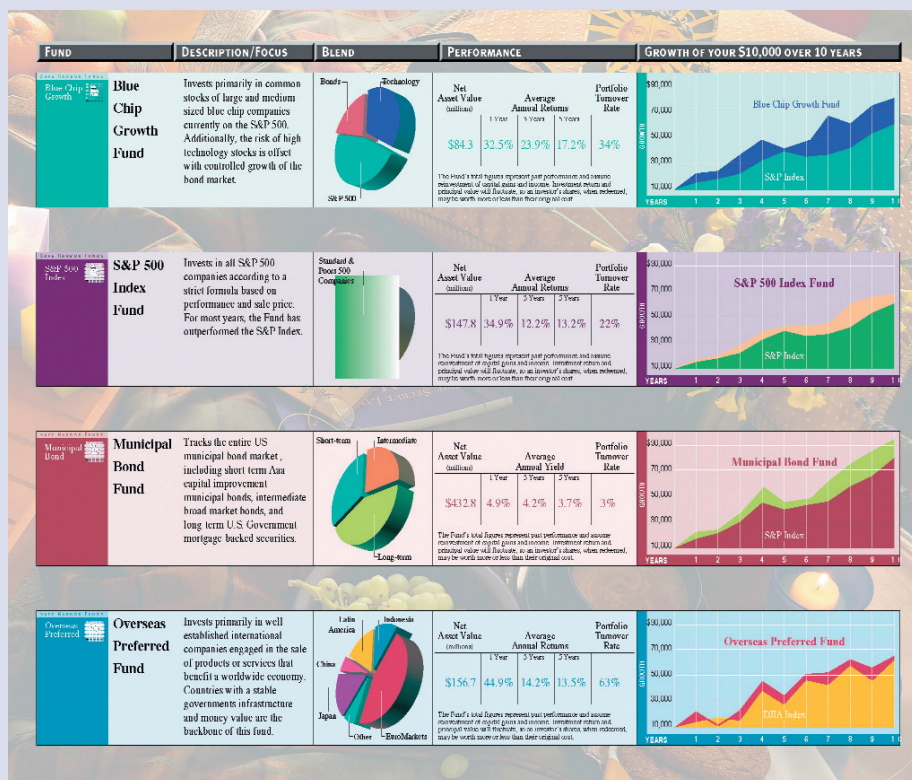
UPGRADE выписка: 100%-ный позитив

Одна из наиболее актуальных задач для современных российских банков – выстроить эффективные коммуникации с клиентами. В рамках классической коммуникационной стратегии банк информирует своих клиентов о новых продуктах и специальных предложениях, повышая тем самым общую образованность клиентов и их лояльность. Традиционно в отечественной практике инструментами общения банка с клиентами являются СМИ, Интернет, наружная реклама и работа персонала непосредственно в отделениях. Однако одним из самых эффективных инструментов общения банка с клиентом являются прямые персонализированные коммуникации, почти не применяющиеся в России.

В западной практике широко распространено интегрирование персональных маркетинговых сообщений в клиентские выписки по счету, что позволяет превратить их в инструмент продажи новых продуктов: цветные документы с фрагментами ярких рекламных баннеров и обращением привлекают внимание к таргетированным посланиям.

Необходимые для применения американско-европейского опыта в России технологии предлагает компания Хегох: комплекс программно-аппаратных решений позволяет финансовой структуре решить задачу прямых персонализированных коммуникаций «банк–клиент».

«Мы помогаем наладить процесс построения массовых коммуникаций с учетом персонального подхода – информируя клиентов о состоянии их счета в банке. Помимо информации о движении средств в выписки можно интегрировать массу интересных клиенту предложений: специальные кредиты на отпуск, если человек любит путешествовать, или кредитную карту для любителей шоппинга, – говорит Елена Бритвина,



Персонализированный сравнительный план прироста капитала на примере различных ПИФов

менеджер отраслевого маркетинга Хегох Россия. – По мнению экспертов из Deloitte, повышение уровня информированности и знаний существующих клиентов о банке позволяет снизить до 30% показатель потери интереса к финансовому институту, что для ТОП-10 американских банков выражается в сохранении \$360 млрд».

Сформированное персонализированное сообщение может быть доступно клиентам банка через почти дюжину каналов, в числе которых: электронная почта, система «клиент–банк», почтовое отправление. Унификация сообщения для всех продуктов банка и его понятная структура позволяют предупредить вопросы клиентов по состоянию счета, снизив тем самым нагрузку на колл-центр, а также в целом повысить

их лояльность. Концентрируя внимание клиента на состоянии его счета, банк получает дополнительную выгоду в виде снижения просрочки по платежам, а значит, и обслуживанию договоров. В условиях ужесточающейся конкуренции выигрывают те банки, которые успеют выстроить наиболее эффективные коммуникации с клиентами.

Технологии Хегох позволяют решить задачи по формированию и генерации выписок. На практике существуют два варианта: Хегох может как полностью взять на себя реализацию проекта такого взаимодействия, так и предложить банку ряд решений, позволяющих самостоятельно наладить прямые коммуникации с клиентами.

Технологии Хегох позволяют создавать персонализированные документы централизованно, вне зависимости от дальнейшего канала их распространения. Важно, что редактировать шаблоны выписки можно с помощью гибкого инструментария, а формат вывода и способ доставки определяются в зависимости от информационного повода и/или целевой аудитории. ^[NB]

СПРАВКА

Технологии Хегох позволяют создавать персонализированные документы централизованно, вне зависимости от дальнейшего канала их распространения. Важно, что редактировать шаблоны выписки можно с помощью гибкого инструментария, а формат вывода и способ доставки определяются в зависимости от информационного повода и/или целевой аудитории.