



PROFINIT
new frontier group

Powered by



Jak přetavit data v hodnotné informace, které nesou peníze

Martina Dvořáková

19. 10. 2014

KDO

?

CO

?

KDY

?

Zaměřeno na prodej

Potřebujeme zisk, co budeme prodávat?

PROFINIT
new frontier group



Ten náš je nejlepší

PROFINIT
new frontier group



Produkt musí být vidět!

PROFINIT
new frontier group



Jaká je vaše business strategie?

PROFINIT
new frontier group

PRODUCT CENTRIC COMPANY

STRATEGIE
VYTVÁŘET TO NEJLEPŠÍ

KULTURA
NOVÉ PRODUKTY

PROCESY
VÝVOJ NOVÝCH
PRODUKTŮ



VS

CUSTOMER CENTRIC COMPANY

STRATEGIE
ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ
ZÁKAZNÍKA

KULTURA
USPOKOJIT + MOTIVOVAT

PROCESY
ZÍSKÁNÍ PŘEHLEDU
+ MANAGEMENT ZKUŠENOSTÍ



Zaměřeno na zákazníka



Profil klienta u finančních institucí

PROFINIT
new frontier group

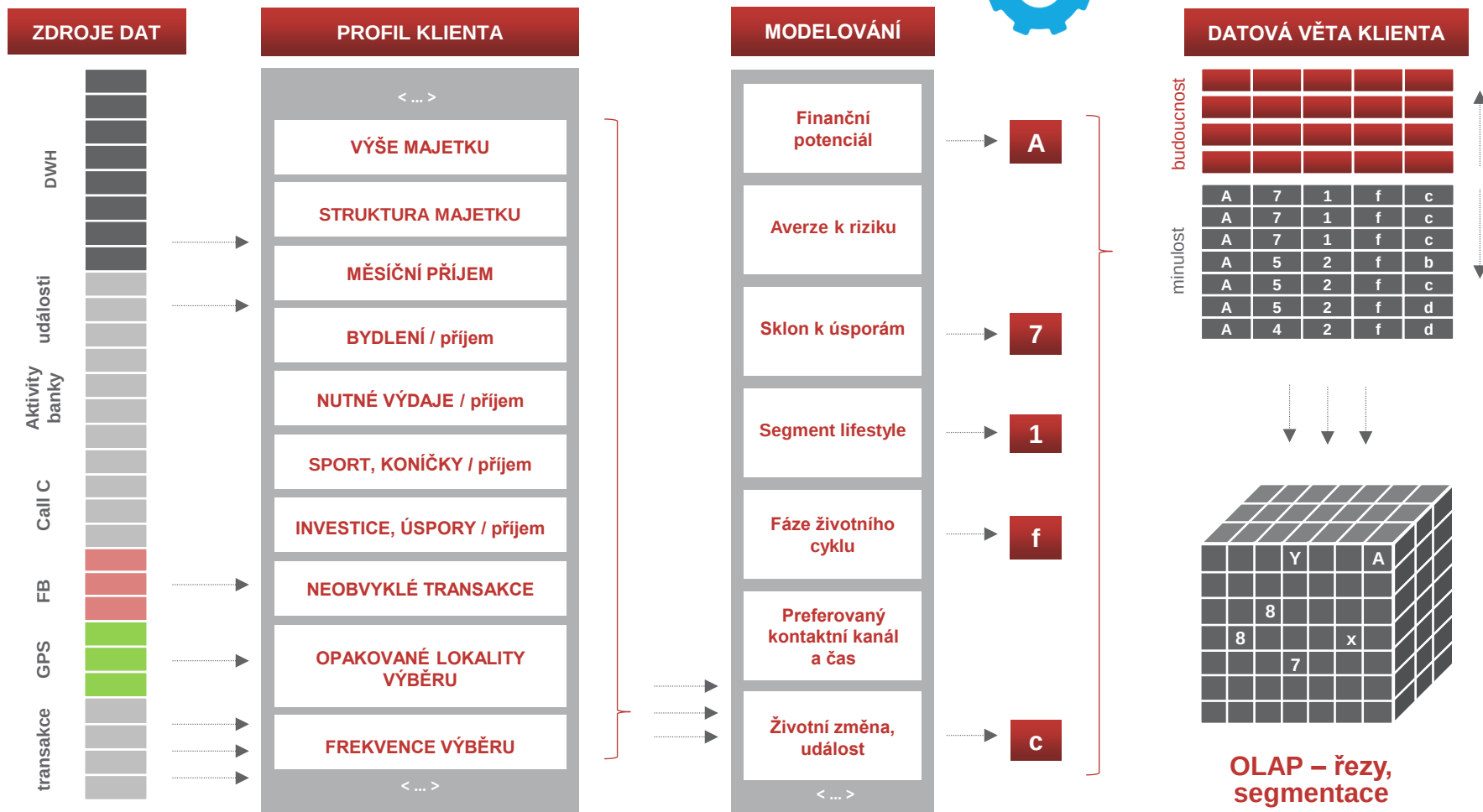


Jak z dat získat informace?

Plnění klientského modelu



Powered by



Hard data

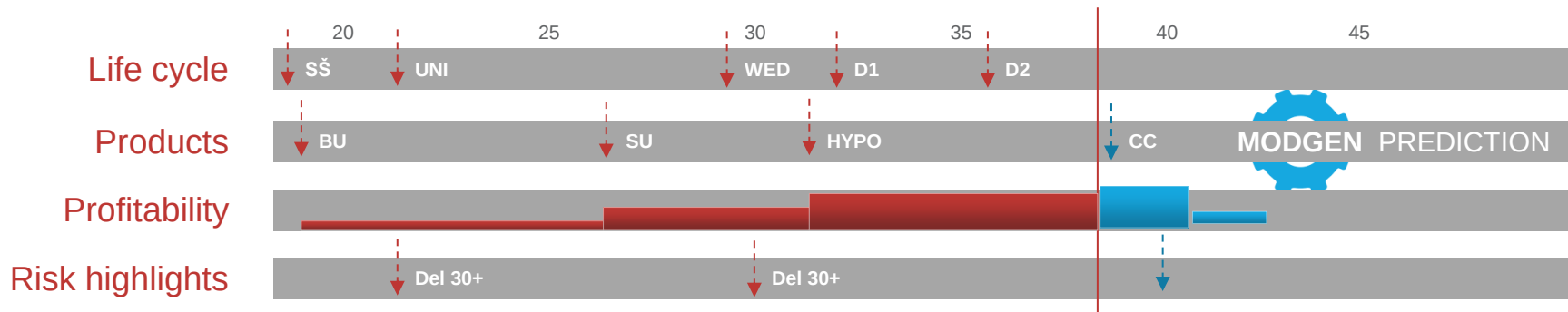
Smart data

360° customer view

Monitoring klienta

PROFINIT
new frontier group

Životní cyklus klienta:



Aktuální dění u klienta:

Lifestyle		Loajalita		X-sell		Finance		Riziko	
Lifestyle segment	F3	Spokojenost	low	NBO	kons	Finanční potenciál	H	Risk score	4
Fáze životního cyklu	M	Loajalita / stabilita	high	Prst odvolání souhlasu	3%	Finanční gramotnost	high	Fraud score	0,5%
Sklon ke spotřebě / luxusu	4	Pravděpodobnost odchodu	3%	Doporučený balíček	MAX	Sklon k zadlužení	high	Pravděpodobnost delikvence	5%
Preferovaný kontaktní kanál a čas	ET	Retenční strategie	C4	Prst reakce na akční produkt	25%	Cenová citlivost	5	Zadluženost	80%

Automatizace nabídky

PROFINIT
new frontier group

Aktuální dění u klienta:

Lifestyle		Loajalita		X-sell		Finance		Riziko	
Lifestyle segment	F3	Spokojenost	low	NBO	kons	Finanční potenciál	H	Risk score	4
Fáze životního cyklu	M	Loajalita / stabilita	high	Prst odvolání souhlasu	3%	Finanční gramotnost	high	Fraud score	0,5%
Sklon ke spotřebě / luxusu	4	Pravděpodobnost odchodu	3%	Doporučený balíček	MAX	Sklon k zadlužení	high	Pravděpodobnost delikvence	5%
Preferovaný kontaktní kanál a čas	ET	Retenční strategie	C4	Prst reakce na akční produkt	25%	Cenová citlivost	5	Zadluženost	80%

Aktuální potřeby klienta:

Loajalita	›	Konsolidace splátek / delší splatnost
X-sell	›	Kreditní karta
Finance	›	Snížení poplatků, úroků
Riziko	›	Pojištění schopnosti splácet

Komunikace nabídky klientovi

PROFINIT
new frontier group

Aktuální dění u klienta:

Lifestyle		Loajalita		X-sell		Finance		Riziko	
Lifestyle segment	F3	Spokojenost	low	NBO	kons	Finanční potenciál	H	Risk score	4
Fáze životního cyklu	M	Loajalita / stabilita	high	Prst odvolání souhlasu	3%	Finanční gramotnost	high	Fraud score	0,5%
Sklon ke spotřebě / luxusu	4	Pravděpodobnost odchodu	3%	Doporučený balíček	MAX	Sklon k zadlužení	high	Pravděpodobnost delikvence	5%
Preferovaný kontaktní kanál a čas	ET	Retenční strategie	C4	Prst reakce na akční produkt	25%	Cenová citlivost	5	Zadluženost	80%

Aktuální potřeby klienta:

Loajalita	›	Konsolidace splátek / delší splatnost
X-sell	›	Kreditní karta
Finance	›	Snížení poplatků, úroků
Riziko	›	Pojištění schopnosti splácet

Dopad pro klienta:

Splátky: 28 500	➔	Splátky: 23 900
RPSN: 6,4%		RPSN: 5,1%
Splatnost: 184		Splatnost: 240

Komunikace nabídky klientovi

PROFINIT
new frontier group

Aktuální dění u klienta:

Lifestyle		Loajalita		X-sell		Finance		Riziko	
Lifestyle segment	F3	Spokojenost	↓ low	NBO	kons	Finanční potenciál	H	Risk score	↓ 4
Fáze životního cyklu	M	Loajalita / stabilita	high	Prst odvolání souhlasu	3%	Finanční gramotnost	high	Fraud score	0,5%
Sklon ke spotřebě / luxusu	4	Pravděpodobnost odchodu	3%	Doporučený balíček	MAX	Sklon k zadlužení	↑ high	Pravděpodobnost delikvence	↑ 5%
Preferovaný kontaktní kanál a čas	ET	Retenční strategie	C4	Prst reakce na akční produkt	↑ 25%	Cenová citlivost	↑ 5	Zadluženost	80%

Aktuální potřeby klienta:

Loajalita	›	Konsolidace splátek / delší splatnost
X-sell	›	Kreditní karta
Finance	›	Snížení poplatků, úroků
Riziko	›	Pojištění schopnosti splácet

Dopad pro klienta:

Splátky: 28 500	➔	Splátky: 23 900
RPSN: 6,4%		RPSN: 5,1%
Splatnost: 184		Splatnost: 240

Distribuce:

- Internet Banking
- Direct mail
- Call centrum
- Mobilní push-up
- Media

Změna konceptu oslovení díky datům

1. PULL strategie - využijte aktuální příležitosti

- Klient sám má potřebu
 - › Není třeba ho tlačit akčními nabídkami
 - › Komunikujeme řešení na konkrétní potřebu

2. RETENČNÍ strategie - neobtěžování

- Vyhneme se obtěžování klienta relevantní nabídkou

3. PUSH - Cíleně vyvoláme potřebu

- Zacílení na relevantní skupiny zákazníků s konkrétní nabídkou

➤ Posun od kobercových náletů k cíleným mikrokampaním

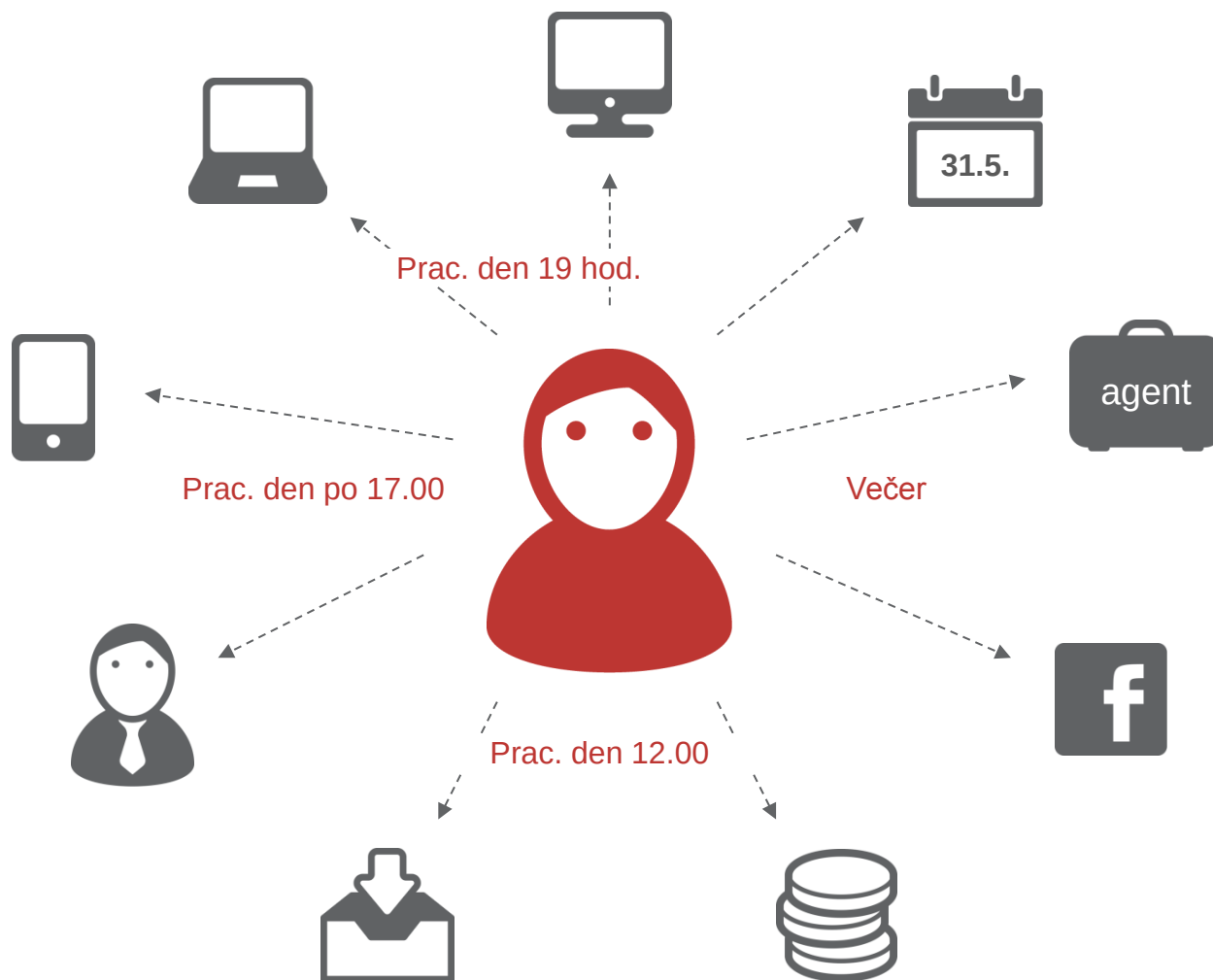
- Vyšší konverze
- Nižší náklady
- Vyšší spokojenost

**Když se data správně použijí,
povedou vás k vyšším ziskům
správným směrem**



Kontakt management

oslovení správným kanálem ve správnou dobu



Kontakt management

oslovení správným kanálem ve správnou dobu

PROFINIT
new frontier group

