

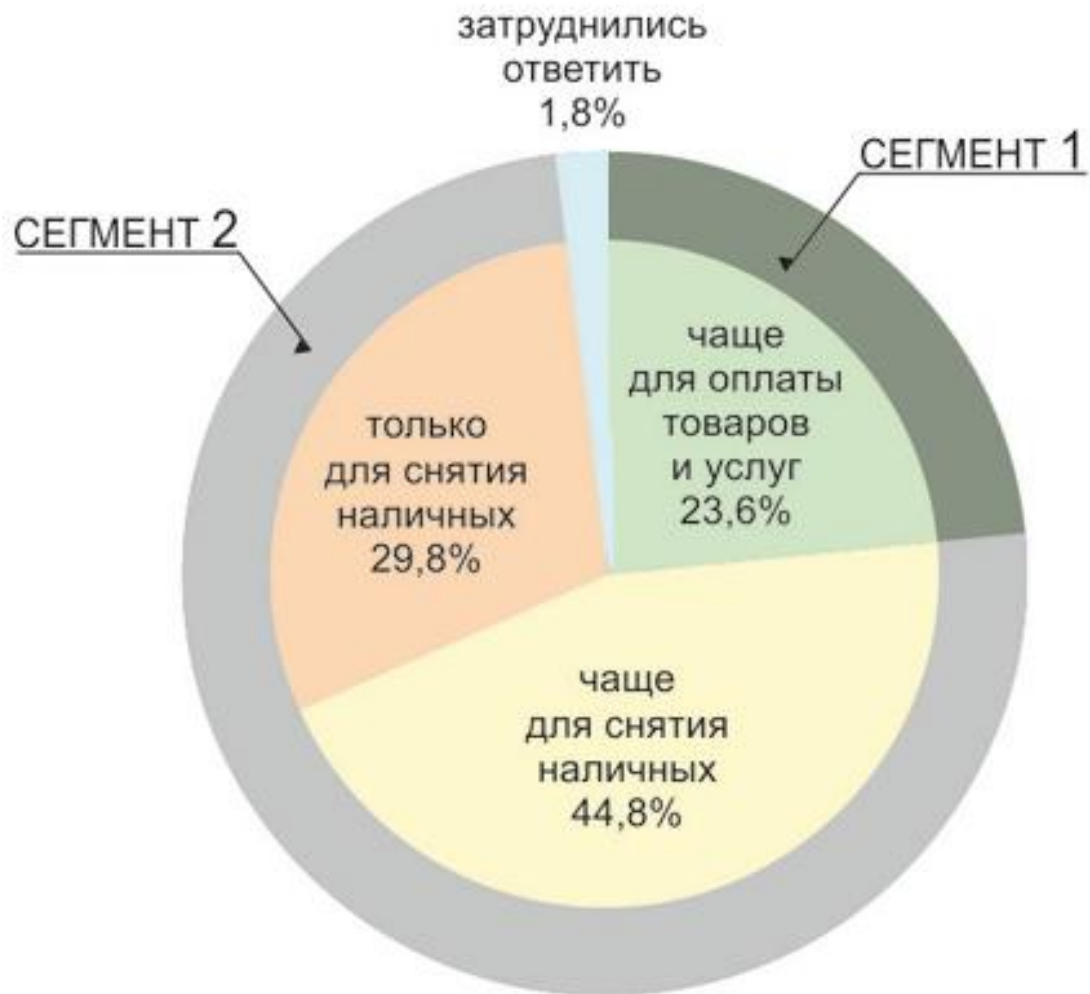


**Как удержать
деньги
клиентов
с помощью
ДБО**



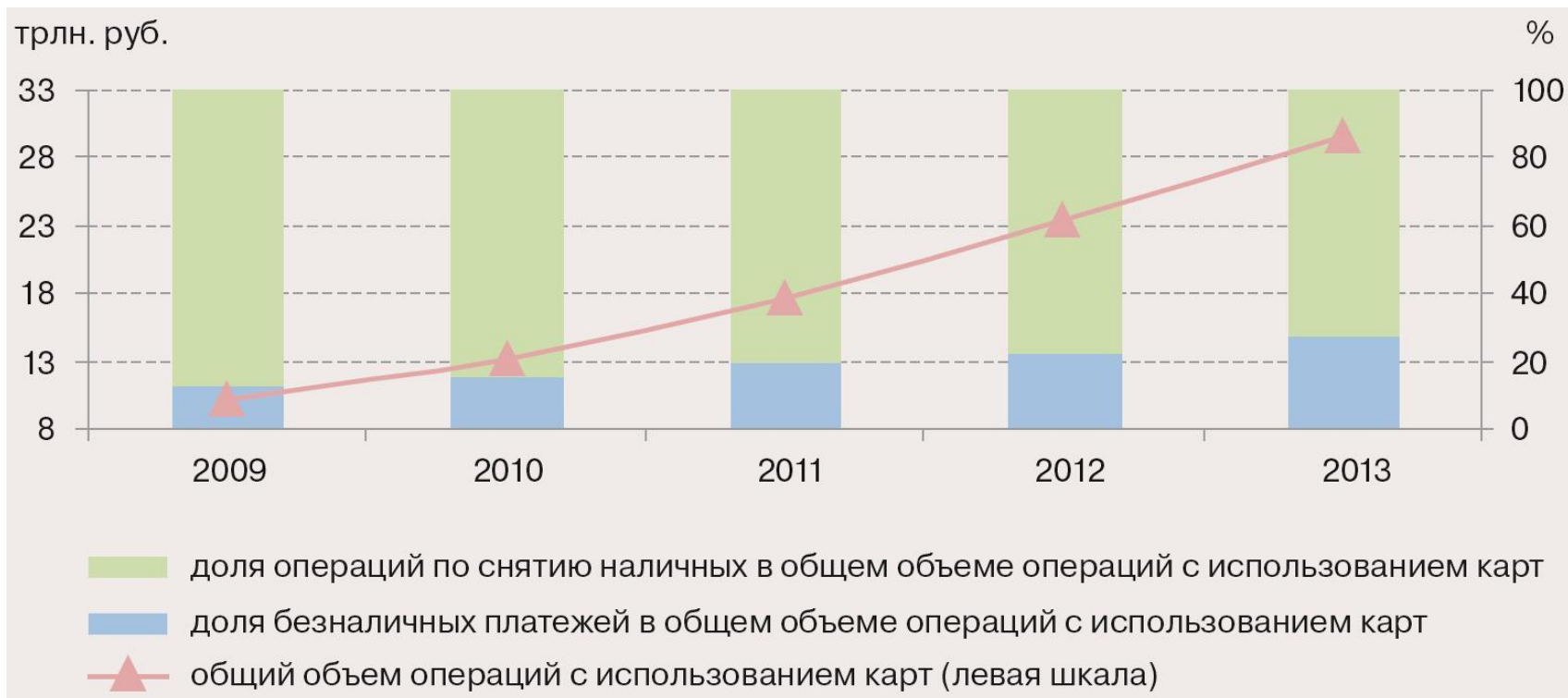
Докладчик: **Сергей Осадчук**,
Генеральный директор
системы HandyBank

Структура использования банковских карт



По материалам «Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей»,
аналитический отчет Центрального банка Российской Федерации (2014 г.)

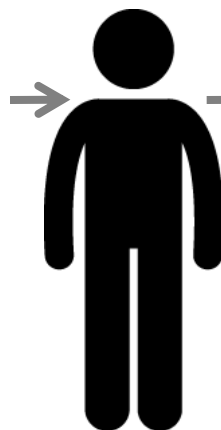
Структура операций с использованием платежных карт



По материалам «Национальная платежная система в 2013 году»,
аналитический отчет Центрального банка Российской Федерации (2014 г.)

Куда уходят деньги сегмента 2?

БАЛАНС	
Актив	Пассив
Основные средства	Уставный капитал
Материалы	Добавочный капитал
Касса	Прибыль
Расчетный счет	Резервный капитал
Расчеты	Расчеты
Затраты	



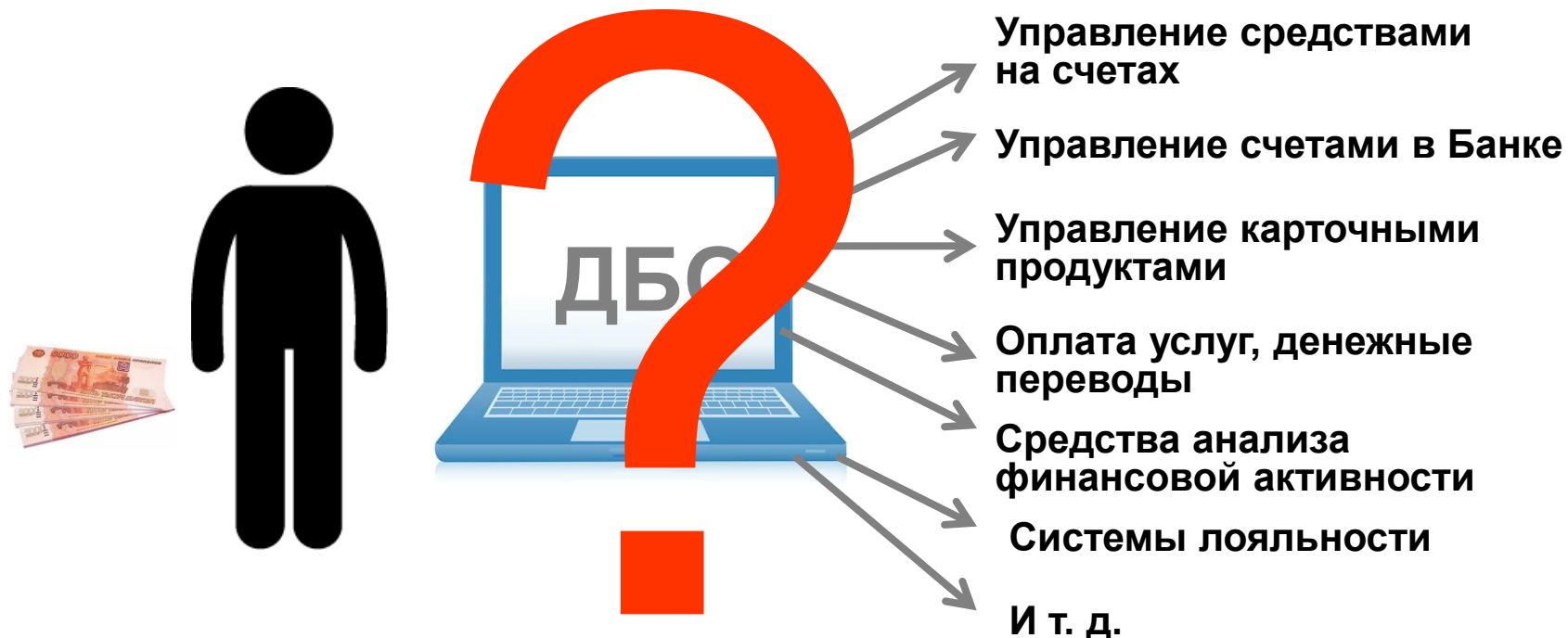
За телефон

За интернет

И т. п.

Наличные, снятые в банкомате, идут на совершение платежей в кассах ТСП и оплату услуг в терминальных сетях

Почему сегмент 2 не использует интернет-банкинг?



Развитие систем интернет-банкинга ориентируется на конкуренцию за продвинутых клиентов. Для вовлечения массового пользователя предложение такого продукта оказывается «недостаточно эффективным»

Как удержать деньги клиентов?

Способ решения:

предложить сегментоориентированный, т.е. **ПРОСТЕЙШИЙ** платежный сервис

Далее по кругу:

Есть удобный платежный сервис

Не все снимаю с карты,
чтобы им воспользоваться

Совершаю платежи безналично
(в том числе картой в ритейле)



Статистика использования функций интернет-банкинга



По материалам «Рынок розничных платежных услуг: поведение потребителей», аналитический отчет Центрального банка Российской Федерации (2014 г.)

Условия успеха вовлечения в ДБО

Предлагаемый клиентам продукт должен удовлетворять следующим критериям:



а) Доступность

б) Простота

в) Достаточный перечень сервисов для удовлетворения основной (платежной) потребности

Клиент, приученный к пользованию ПРОСТЫМ сервисом, начинает развиваться дальше



- **Совершение платежей с банковского счета сопровождается появлением необходимых для этого остатков**
- **Наличие остатков на счете естественно приводит к мысли о возможности управлять своими финансами**
- **Из пользователя платежного сервиса клиент становится пользователем многофункционального интернет-банкинга**

Что делать?

- Продолжать предлагать ДБО, не ориентированное на массового пользователя?
- Инвестировать в доработку существующего решения?
- Наряду с ДБО для сегмента 1 подключить готовое ДБО для сегмента 2



Платежный сервис от HandyBank – эффективный инструмент вовлечения сегмента 2 в ДБО

Спасибо за внимание!

Осадчук Сергей
+7 (495) 740-01-11
osadchuk@handybank.ru
www.handybank.ru