



GIANTS TEAM



Райффайзен
БАНК

Changellenge 

ВЫБИРАЙ БАНК СМОЛОДУ:

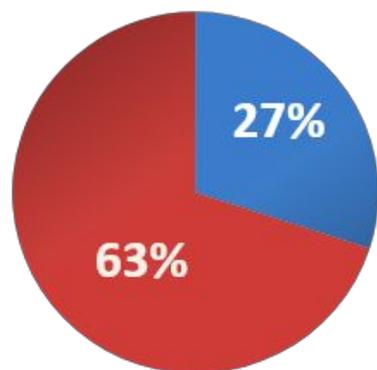
предложение Райффайзенбанка
для молодёжи от команды
Giants

ПРОБЛЕМА ФИН.НЕГРАМОТНОСТИ СРЕДИ МОЛОДЁЖИ

73%

Родителей не привлекают детей к семейному бюджету

Молодые люди от 18 до 24 лет, имеющие более одной карты



Пользуются той, на которой больше средств

Затрудняются ответить

80%

Опрошенных (18-24 года) пользуются различными платёжными инструментами

7%

Пользуются картами с cash-back и программами лояльности

~Около 650 тысяч выпускников в 2016 году

- Около 5 млн человек – студенты ВУЗов России
- Около 10 млн человек (18-24 года) живёт в 15 городах - миллионниках



**Райффайзен
БАНК**



СТРУКТУРА РЕШЕНИЙ



наше предложение

Пакет услуг - «Молодёжный»

- Опция «Копилка»
- LightOverdraft
- Бесплатное обслуживание
- Скидки в трендовых магазинах и кафе
- ApplePay + SamsungPay
- Твой собственный уникальный дизайн дебетовой карты

Комплекс самых крутых банковских продуктов и услуг для молодых и успешных



**Райффайзен
БАНК**



Опция «Копилка»

Проблема: У современной молодежи много различных статей расходов. При этом, многим очень сложно дается накопление средств для каких-то конкретных целей или событий.

Задача: Предложить молодежи опцию, которая поможет откладывать ежедневно/еженедельно/ежемесячно определенную сумму денег для важного события.

Клиентам заранее выставляется дата, раньше которой невозможно снятие накопленной суммы, иначе проценты по вкладу сгорают.

Решение: Опция «Копилка»

Разберем на конкретном примере: студент 2-го курса Орлов Денис Глебович решил заранее позаботиться о подарке на юбилей своей бабушки. Так как бюджет на 1 неделю составляет всего 2 тысячи рублей, то в среднем, в неделю Денис может выделить порядка 100 рублей – иногда больше, иногда меньше. И в начале каждого месяца клиент сам решает сколько денег положить на счет и через приложение переводит необходимую сумму. Каждый месяц на накопленную сумму начисляется 1%.

LightOverdraft

Проблема: Молодежь часто сталкивается с проблемой нехватки средств на счету дебетовой карты, при этом нужная сумма зачастую для этой категории является незначительной.

Задача:

Создание услуги, которая позволяла бы пользователям уходить в небольшой минус с дальнейшим погашением с процентом.

Решение:

Услуга Light Overdraft. Держателям дебетовых карт, чья ежемесячная сумма финансовых операций по карте составляет не менее 10.000 рублей, может быть подключена эта услуга, включающая в себя возможность микрокредитования на сумму до 3 тысяч рублей с последующим погашением долга в течение 30 дней с начислением процента от 5 до 10% в зависимости от суммы долга.



Бесплатное обслуживание при условии оплаты картой товаров или услуг на сумму не менее 10.000р в месяц после трех месяцев активации. Стоимость ежемесячного обслуживания в первые три месяца и далее при невыполнения вышеуказанных условий: 99 р

Скидки у магазинов и кафе – партнеров. Кинотеатры, сети быстрого питания, магазины спортивных товаров, модной одежды и обуви. Дополнительное привлечение молодежи

ApplePay и SamsungPay – набирающие популярность удобные и быстрые способы оплаты

Возможность создания собственного дизайна личной банковской карты клиента через онлайн-конструктор. Персонализация и выражение своего стиля



финансы

По данным РосСтат в городах миллиониках проживает около 10 млн человек в возрасте 18-25 лет, которые зарабатывают в среднем 20 т.р.

по статистике 80% студентов пользуются банковскими услугами, итого получается что потенциальных клиентов в данном сегменте 8 миллионов

Посредством рекламы через молодёжные каналы (ТНТ, Пятница и СТС), мы привлечём 1,87% клиентов, а именно 150т. человек, также реклама через популярных видеоблогеров, у которых в среднем 1,3 млн подписчиков на канале, из которых 1млн находятся в нужном нам сегменте. Реклама через данный канал даст примерно 25% от подписчиков на каналах, это $250т = 3.12%$ от общего рынка.

так же мы запускаем масштабную кампанию в соцсети и устраиваем ежегодный марафон, что привлечёт к нам примерно 80т. новых клиентов, а это 1%
Итого: 5.99% рынка. 2908 рублей – трата на привлечение одного человека

480 тысяч человек привлечено. 9 месяцев на внедрение новой продукции.
Расходы банка: 3млрд88млн р. на создание и обслуживание карт
реклама: 1млрд120млн р. 9 месяцев в год

1й год
расходы:
1млрд3млн
прибыль: 640т
итого: -756,8т
убыток

2й год
расходы:
2млрд792млн
прибыль:
2млрд560млн
итого: -232т

3й год
расходы:
4млрд188млн
прибыль:
4млрд480млн
итого: 292т доход

КОМАНДА



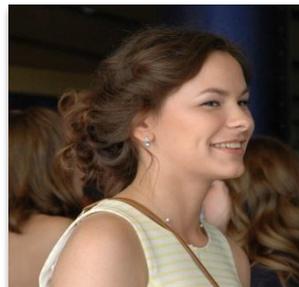
Александр
Бакалавриат: СПбТУиЭ
Аналитик
Знает как лучше и делает
также



Алексей
Бакалавриат: СПбТУиЭ
Стратег
Видит будущее и строит
его под себя



Ксения
Бакалавриат: СПбГУ
Творец идей
Свежий взгляд на
креативное мышление



Екатерина
Бакалавриат: НИУ ВШЭ
Критик
Найдет недостатки,
укажет причину

