

Бонусный модуль HandyBank и его возможности



Докладчик: **Дмитрий Гондусов**,
Генеральный директор системы HandyBank

Маркетинговая активность банков – виды бонусирования клиентов



- **Cash Back**
 - По всем торговым операциям
 - По определенным кодам MCC (бензин, одежда и т.п.)
- **Начисление бонусов** в денежном выражении или в эквиваленте (например, мили авиакомпаний). Как правило, бонусы необходимо накапливать до определенного минимального значения.

Бонусные баллы можно потратить на оплату:

 - любого товара/услуги
 - только товара/услуги из бонусного списка или единственного вида товара, например, авиабилета

Модели поведения клиента банка в программе Cash Back



Cash Back:

- Воспринимается клиентом преимущественно как получение прямой скидки от цены товара
- Не мотивирует на долгосрочное взаимодействие с банком. При получении более высокого процента Cash Back, клиент переведет поток торговых транзакций на более выгодную карту
- Снижает уровень маржи как банков, так и мерчантов

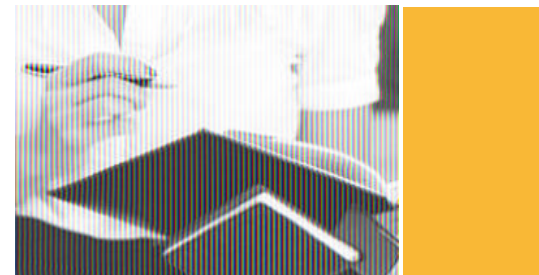
Модели поведения клиента банка в программе Cash Back



Вывод:

Cash Back является инструментом мгновенного действия по захвату клиентской торговой активности за счет других игроков рынка, но в долгосрочной перспективе является тупиковым вариантом конкуренции за клиента

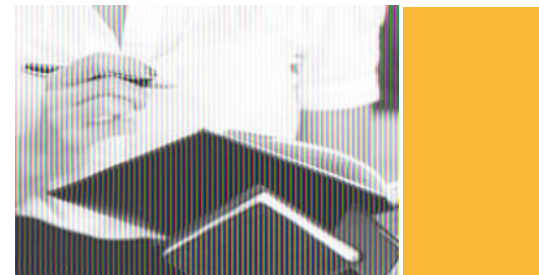
Модели поведения клиента банка в бонусных программах



Бонусные программы:

- Воспринимаются клиентом как разумный способ медленного накопления эквивалента денежных средств на необходимые ему товары и услуги
- Мотивируют на долгосрочное взаимодействие с банком, миграция клиента на конкурирующую бонусную программу затруднена или невозможна
- Повышают общую безналичную торговую активность

Модели поведения клиента банка в бонусных программах



Вывод:

- Бонусные программы являются инструментом изменения модели поведения клиента
- При этом закладывается фундамент для долгосрочных отношений клиента и банка, клиента и мерчанта
- Запуск бонусных программ не требует ни от банка, ни от мерчанта мгновенного снижения маржи, т.к. обязательства бонусной программы перед клиентом являются отложенными на срок накопления бонусов

Cash Back vs. Начисление бонусов



- С точки зрения развития долгосрочных отношений с клиентом банку предпочтительнее делать ставку именно на начисление бонусов, а не на Cash Back
- С точки зрения маржинальности бонусные программы являются более привлекательным инструментом, чем Cash Back

Бонусный модуль NandyBank – функционал



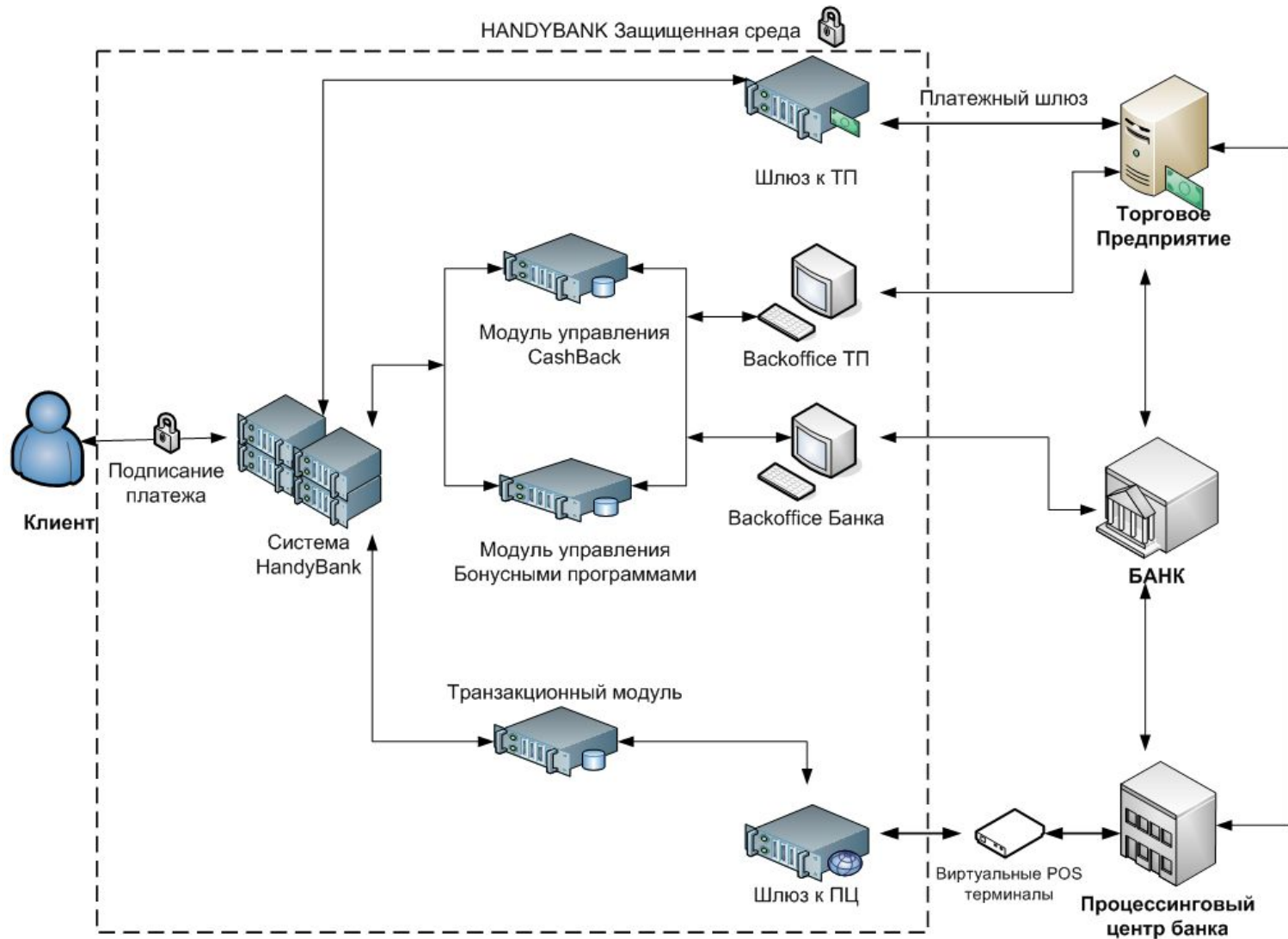
- Объединяет возможности интернет-банка с маркетинговыми программами банка (ко-брендовые карты, программы Cash Back и т.п.)
- Показывает клиенту движение по бонусному счету клиента в интерфейсе интернет-банка и/или отражает начисления Cash Back
- Учитывает индивидуальные правила бонусной программы банка или программы Cash Back

Бонусный модуль NandyBank – функционал



- Бонусы можно как накапливать, так и использовать для оплаты по различным сценариям бонусной программы
- Формирует реестр бонусных операций банку и мерчантам
- ИТВ мерчанта и банка возможно как через карточный процессинг банка, так и напрямую через собственный процессинг NandyBank

Бонусный модуль HandyBank – технологическая схема



Интерфейс бонусного модуля

ЛОГОТИП БАНКА



Служба поддержки
8-800-2000-740

Бонусы

[Счета](#)

[Документы](#)

[Быстрый набор](#)

[Оплата услуг](#)

[Магазины](#)

[Стандартный платеж](#)

[Госплатежи](#)

[Конвертация](#)

[Частный перевод](#)

[Денежные переводы](#)

[Заказы](#)

[Сервисы](#)

[Закреть сеанс](#)

[Помощь](#)

Бонусные карты

Программа	Бонусная карта	Срок действия	Баллы
Трансаэро	карта 6763 XXXX XXXX 0015	до 05.11.12	705.36
Перекресток	карта 7563 XXXX XXXX 0021	до 31.12.12	9012.08

История бонусных операций

Дата	Время	Тип операции	Приход	Расход
20.01.12	12:07	Покупка билета - бонус за платеж	551.06	
24.01.12	21:51	Оплата МТС за счет бонусных средств		300.00
03.02.12	16:14	Retail - бонус за платеж	49.15	

Бонусные программы Банка
