

«Портфель предложений»

*Активное продвижение банковских услуг
инструментами директ-маркетинга*

Дважды победитель!

Этот проект **УЖЕ победил** на международном профессиональном конкурсе ДМ-Марафон-2007 (Россия) в номинации «Лучшая ДМ-кампания, ориентированная на вовлечение в диалог и формирование баз данных», а также взял приз зрительских симпатий на том же конкурсе!

И все это – с большим отрывом от конкурентов!

Оцените и Вы, Коллеги!

OSDirect
OFFICE • SERVICE • DIRECT

Итак....



Вводные по проекту

Заказчик	АКИБ «УкрСиббанк»
Разработчик	маркетинг-группа OS-Direct совместно с АКИБ «УкрСиббанк»
Исполнитель	маркетинг-группа OS-Direct
Цель проекта	сформировать у потенциальных клиентов лояльность к Банку, увеличить приток Клиентов Банка за счет продажи пакетных услуг
Целевая аудитория	компании сегмента среднего и малого бизнеса (потенциальные и реальные Клиенты Банка)
Сроки проведения	октябрь 2006 г. – июнь 2007 г.

«Соль» проекта

С помощью современных технологий провести первичные этапы «подготовки» Клиентов руками агентства, а не менеджеров банка с целью удешевления этих контактов, сделать их в большем количестве (а значит, опередить иные банки), освободить менеджеров для наиболее продуктивных контактов. **Т.е., по-сути, банк решил отдать на аутсорсинг предпродажную подготовку контактов.**

Выбранная форма коммуникаций к тому же должна была формировать лояльность потенциального Клиента (адресата коммуникации) к банку.

Из этого получился большой и значимый проект. Смотрите!



Критерий оценки результата

Критерием эффективности проекта было выбрано кол-во назначенных встреч для менеджеров УкрСиббанка в сегменте среднего и малого бизнеса

Агентство взяло на себя обязательство обеспечить назначение встреч с не менее чем 15% адресатов.

Или назначить **750**
результативных встреч!



Пилотный проект. Почему?

Проект не имеет аналогов в Украине.

Ни один банк до этого не передавал на аутсорсинг контакты с потенциальными клиентами и продажи.

Кроме того, был сделан полноценный тест, что тоже редкость для Украины. Этот тест, представляемый Вашему вниманию, стал хорошим стартом для полномасштабного всеукраинского проекта, в сентябре 2007 г.



Продвигаемые продукты

Для среднего и малого бизнеса

- Кредитные операции
- Расчетно-кассовое обслуживание
- Зарплатные проекты
- Корпоративная карта
- Прием средств на депозиты
- “Дополнительные” продажи
- Кредитование и другие виды обслуживания физических лиц
- Услуги для клиентов в сегменте “корпоративный бизнес” с целью передачи информации о заинтересованности в Головной офис банка



Присутствие в сознании – как цель проекта

На протяжении всего проекта мы создавали у адресата ощущение, что письма направлены именно ему, что теперь у него есть **«свой человек в банке»**. Этот специалист заботится о его интересах, предлагает лучшие условия и «в случае чего» к нему можно обратиться за консультацией.

Свой человек, одним словом!



Этапы коммуникации

Было принято решение реализовать проект в 5 этапов:

1. Первичный телемаркетинг (мониторинг потребностей, выяснение ЛПР и иных лиц)
2. Мейлинг №1: письмо и буклет с предложением популярных услуг
3. Follow-up телемаркетинг (мониторинг, корректировка потребностей)
4. Мейлинг №2: письмо и буклеты с подробной информацией про основные услуги Банка для среднего и малого бизнеса (первое лицо, финансовый директор, главный бухгалтер)
5. Третий телемаркетинг (мониторинг, назначение встречи или завершение коммуникации)

Для фиксации отклика была организована хот лайн, которая работала на протяжении всего проекта.



База данных для проекта

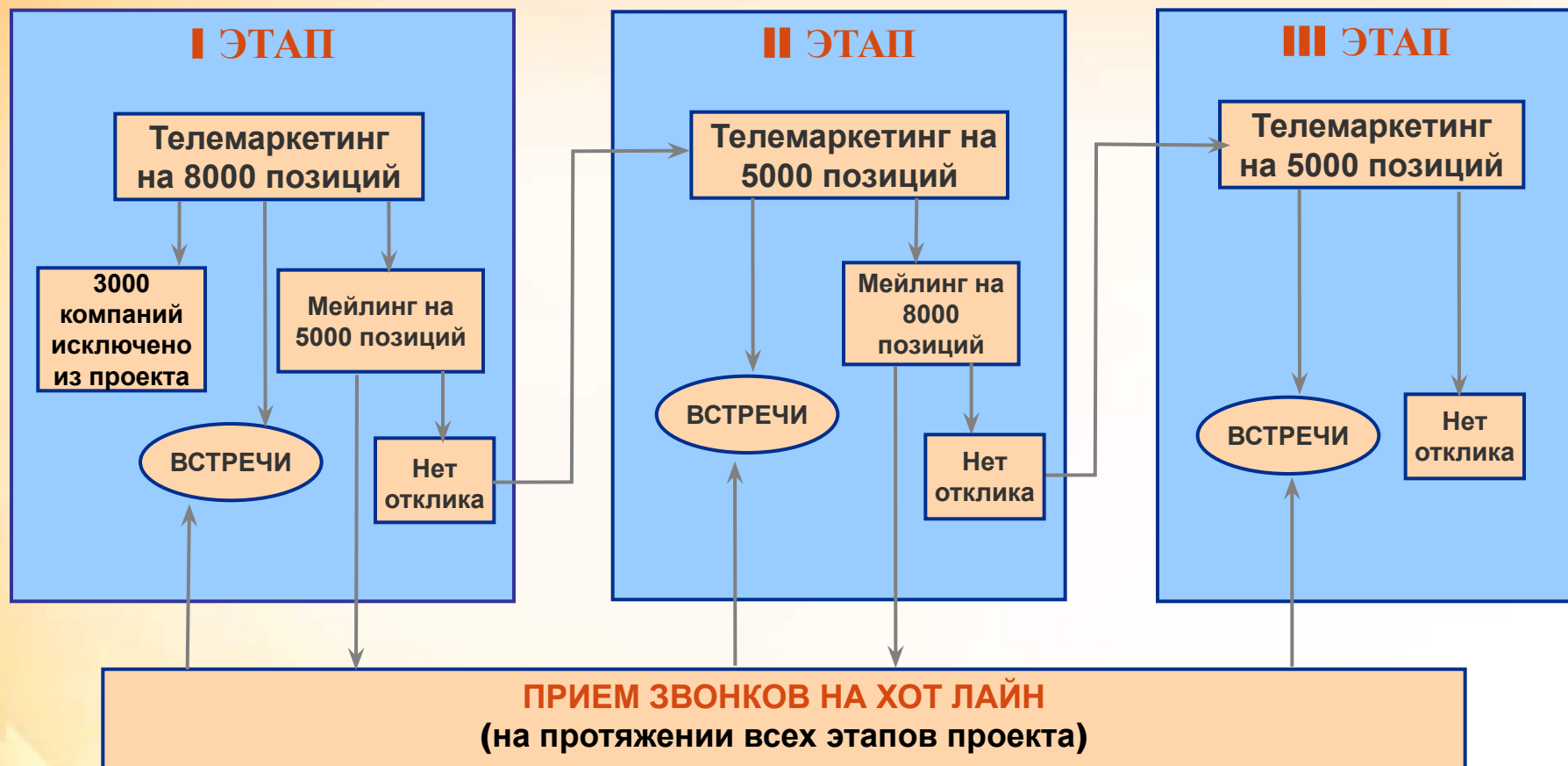
Для реализации проекта Агентство подготовило *базу данных компаний среднего и малого бизнеса по Киеву.*

Критерии формирования БД (прямые и косвенные):

- количество сотрудников в компаниях – от 30 до 300
- количество компьютеров в компаниях – от 25
- форма собственности компаний – любая, кроме государственной
- исключены компании таких видов деятельности: страхование, лизинг, сельское хозяйство, благотворительный фонды, другие неприбыльные организации



Схема взаимодействия в проекте



Первичный телемаркетинг

Первый звонок – для установления контакта, выяснения потребностей адресатов в услугах банка, информирования о последующем мейлинге.

Телемаркетинг проходил поочередно по всем 10 районам Киева.

По легенде операторы Call-Centre OS-Direct представлялись помощниками менеджеров Банка. Но по ходу телемаркетинга операторы настолько тесно общались со своими «руководителями», что теперь их можно смело назвать их помощниками.

При этом не афишировалось, что работает массовый проект по Киеву. Благодаря мастерству операторов, каждый адресат знал, что именно на его компанию менеджер Банка обратил внимание и решил пригласить к сотрудничеству.

Первичный телемаркетинг проводился в период с 11.10.2006 по 29.11.2006.



Количество встреч, назначенных в результате первичного телемаркетинга – 78

Мейлинг №1

«Портфель предложений»

Мы направили письма первым лицам компаний от имени 7 привлеченных к проекту менеджеров. Вся база данных для мейлинга была разделена на 7 групп в зависимости от степени заинтересованности в услугах.

В рамках каждой группы были направлены два-три типа письма, в которых акцент делался на группе продуктов, заинтересовавших адресата. Итого – 19 типов писем.

Первый мейлинг проводился с 25.12.2006 по 30.03.2007.

Общее количество адресов для доставки – 5013.



Особенности первого мейлинга – конверт

Конверт первого мейлинга имитировал кожаный портфель темно-коричневого цвета.

К левому верхнему углу портфеля был привязан «образец кожи», на который была наклеена этикетка с адресом получателя.

В конверт было вложено именное письмо с «продающей» информацией о том продукте, который заинтересовал адресата.



Буклет-трансформер

Кроме письма, специально для продуктов банка, мы придумали буклет-трансформер – строгий, но яркий и динамичный.

С помощью нехитрых движений – «открыть», «потянуть» – получатель открывал «Финансовые инструменты» его бизнеса.

Также мы предоставили возможность всем получателям незамедлительно откликнуться и назначить встречу с менеджером банка. Для это в портфеле была возвратная форма.



А этот кубик – объемный!



А эти поверхности - выдвигаются!

Пример текста письма первого мейлинга *

Вих.
Від 15 січня 2007 року

Доброго дня, Віталію Борисовичу!

Вітаю Вас з минулими святами, з початком нового бізнес-року. Бажаю Вам щастя, здоров'я, сил та натхнення у здійсненні Ваших планів. Бажаю, щоб у 2007 році Ви відчували стабільність та підтримку з боку сім'ї, персоналу, і, звісно, партнерів по бізнесу!

Дозвольте відрекомендуватись – мене звати Андрій Лелюк, я відповідаю за обслуговування клієнтів середнього та малого бізнесу. Нещодавно мій помічник спілкувався з Аллою Петрівною, Вашим фінансовим директором. Я зрозумів, Вашу компанію цікавить кредит на поповнення обігових коштів.

Звичайно, визначити конкретні умови кредитування і прийняти рішення про надання кредиту можна, лише зрозумівши специфіку Вашого бізнесу. Тому я хотів би детальніше обговорити Ваші потреби і розповісти про можливості УкрСиббанку. А можливості, справді, майже безмежні. Зверніть увагу, наприклад, на умови кредиту для поповнення обігових коштів. Кредит у швейцарських франках – лише 7,5% річних! До цього листа додаю невеликий буклет про наші послуги. Детально про всі тонкощі взаємодії банку та клієнта зможемо обговорити при особистій зустрічі.

Буду відвертий, я зацікавлений у співпраці з Вами і хотів би познайомитись з Вами особисто. Прошу Вас призначити дату та час, коли Вам буде зручно зустрітись зі мною. Для цього зателефонуйте, будь-ласка, мені за номером 492-70-41. Також Ви можете доручити Вашому асистенту заповнити форму (додаю до листа) та надіслати факсом на такий самий номер.

Буду радий, якщо зможу Вам допомогти. Якщо мене не буде на місці, запитуйте мого помічника Олену Іванову, вона досвідчений спеціаліст і зможе надати вичерпну консультацію. Я Вам зателефоную, як тільки звільнюся.

Чекаю на Ваш дзвінок!

З Повагою,
Лелюк Андрій Федорович
Департамент малого та середнього бізнесу

P.S. До речі про стабільність та підтримку, які я побажав Вам на початку мого листа, група BNP Paribas, до якої нещодавно увійшов УкрСиббанк, відома саме фінансовою стабільністю, надійністю і вмінням знаходити рішення для потреб кожного конкретного клієнта. Як це реалізується на практиці – я Вам розкажу під час зустрічі.
Буду радий познайомитись з Вами особисто!

Внешний вид мейлинга №1



МАЄ БУТИ ЗРУЧНО!
РОЗРАХУНКОВО-КАСОВЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

МАЄ БУТИ ШОКОЛАДНО!
КРЕДИТНА ПРОГРАМА «ШОКОЛАДНІ УМОВИ»

МАЄ БУТИ БЛИСКУЧЕ!
ПРОГРАМА «МІКРОКРЕДИТУВАННЯ»

Результаты мейлинга №1

За период проведения мейлинга №1 активно принимались звонки на хот лайн.

В результате проведения мейлинга № 1 было назначено 45 встреч – это 6% от общего объема встреч, запланированных по проекту.



Follow-up телемаркетинг

Тем адресатам, которые не откликнулись на первый мейлинг, операторы позвонили, чтобы уточнить причину «молчания», конкретизировать необходимость в услугах банка, проконсультировать и, желательно, назначить встречу.

При этом супервайзер проекта в on-line режиме блокировал телемаркетинг по тем адресатам, которые сами позвонили на горячую линию и назначили встречу. Благодаря этому мы смогли избежать эффекта назойливости.



Результаты follow-up телемаркетинга

Follow-up телемаркетинг проводился с 24.01.2007 по 23.04.2007.

За указанный период операторы прозвонили 4606 компаний.

Количество встреч, назначенных в результате follow-up телемаркетинга – 277.

Количество встреч, назначенных в результате приема звонков на хот-лайн за период проведения follow-up телемаркетинга – 77.



Мейлинг №2

«Перспективные бизнес-предложения»

Во втором мейлинге адресатами выступали не только первые лица компаний, но и их коллеги – бухгалтера и финансовые директора. То есть в каждую компанию мы направляли от 1 до 3 писем.

База данных адресатов сегментировалась по актуализированной степени заинтересованности в услугах Банка. Таким образом мы получили 6 групп адресатов и 16 типов писем.

Общее количество адресатов для доставки второго мейлинга – 8221.

За период проведения мейлинга №2 в результате приема звонков на хот лайн назначено 38 встреч. Это 5,07% от общего объема запланированных по проекту встреч.



Особенности второго мейлинга

В качестве конверта также была использована имитация кожаного портфеля. На этот раз «кожа» была песочного цвета.

Содержимое конверта-портфеля:

- именованное письмо, мотивирующее детально ознакомиться с предложениями Банка
- буклет о депозитах
- буклет о зарплатном проекте и корпоративной карте
- буклет о кредитах
- подставка для хранения буклетов на рабочем столе
- инструкция по пользованию подставкой для буклетов



Подставка под буклеты



Інструкція к мейлінгу

Для того чтобы каждый адресат использовал подставку под буклеты по назначению и хранил буклеты на видном месте, была разработана специальная инструкция.

В ней мы описали как следует размещать буклеты в подставке. Такую инструкцию каждый адресат получал вместе с мейлингом №2.

Шановний Партнер!

Перед Вами - три детальні буклети про послуги УкрСиббанку та підставка для їх зберігання. Буклет, що найменший за форматом, присвячений депозитам. Другий, середнього розміру, розповідає про корпоративну картку та зарплатний проект. А найбільший за розміром - про кредити.



Спеціально для Вас ми розробили зручний спосіб зберігання буклетів - підставку. Будь ласка, скористайтесь цією інструкцією, і необхідна інформація завжди буде у Вас під рукою.

Інструкція до буклетів



1. Розгорніть підставку. Вона має три кольорові перегородки. Ви побачите три кольорові перегородки.

2. Вставте всі три буклети по одному за перегородки відповідного кольору. У Вас мають вийти три «сходиночки» з буклетів, де видно їхні назви.



Тепер буклети можна зручно зберігати на робочому столі!

Пример текста письма второго мейлинга *

Вих. USB2_2-5-2-2
Від 10 травня 2007 року

Доброго дня, Павле Дмитровичу!

Мене звати Юрій Науменко, декілька місяців тому я вже писав Вам листа. Мова йшла про розрахунково-касове обслуговування і кредити для Вашої компанії.

Павле Дмитровичу, я не отримав відповіді, тож зробив висновок, що нагальної потреби в банківських послугах поки що у Вашої компанії не виникло. Але життя не стоїть на місці, і, можливо, вже в найближчому майбутньому у Вас чи у Ваших колег виникнуть питання щодо банківських послуг. Саме тому я надсилаю Вам добірку наших буклетів «Перспективні бізнес-пропозиції». Ця добірка задумана як міні-довідник, бібліотечка послуг УкрСиббанку. Тут Ви знайдете відповіді на питання стосовно різноманітних форм фінансування, зарплатних проектів та корпоративних карток, депозитів.

До речі, я надіслав такі самі буклети і Вашому головному бухгалтеру Людмилі Володимирівні. Впевнений, вона там знайде декілька цікавих ідей для своєї роботи.

Якщо у Вас виникнуть питання і Ви не знайдете відповіді в наших буклетах – будь ласка, телефонуйте мені, я буду радий Вам допомогти. В УкрСиббанку я відповідаю за обслуговування клієнтів середнього та малого бізнесу – тобто консультиувати клієнтів та підбирати для них найвдаліші банківські продукти – це моя робота!

Будь ласка, телефонуйте мені при першій необхідності!

Мій телефон (044) 492 70 41. Бувають випадки, коли мене в офісі немає. Тоді, будь ласка, запитуйте мого помічника Ірину Білокур, вона досвідчений спеціаліст, зможе надати вичерпну консультацію і обов'язково перекаже мені всю інформацію. А я зателефоную Вам, як тільки звільнюся.

Чекаю на Ваш дзвінок!

З повагою,

Юрій Науменко
Департамент середнього та малого бізнесу

P.S. В добірці буклетів «Перспективні бізнес-пропозиції», що я Вам надсилаю, описані також форми поєднання декількох банківських продуктів - це значно посилює фінансову ефективність для підприємства. Наприклад, зарплатний проект вигідно поєднується з корпоративною картою. Читайте про ці два продукти в буклеті середнього розміру. Докладніше я можу розповісти особисто. Тож чекаю на Ваш дзвінок!

Внешний вид мейлинга №2



После второго письма – снова звонок

В результате мейлинга №2 мы планировали получить от адресатов отклик и привлечь к сотрудничеству с Банком наиболее «стойких».

Это осуществлялось с помощью третьего звонка в каждую компанию, представители которой не позвонили на горячую линию для назначения встречи самостоятельно.

Таким образом, результатом третьего телемаркетинга было или назначение встречи, или завершение коммуникаций с адресатом.



Результаты третьего телемаркетинга

Третий телемаркетинг проводился в период с по 21.05.2007 по 16.07.2007.

Для третьего телемаркетинга критерием результативности также было количество назначенных встреч в результате самого телемаркетинга и приема звонков на хот лайн за период его проведения.

Количество встреч, назначенных в результате третьего телемаркетинга – 254.

Количество встреч, назначенных в результате приема звонков на хот лайн за период проведения третьего телемаркетинга – 2.



Подготовка операторов Call-Centre и работа с ними на протяжении проекта

Специально для проекта Агентство в тренинговой форме подготовило выделенных операторов Call-Centre.

На протяжении 9 месяцев на разных этапах проекта работало 14 операторов и 4 супервайзера.

Для поддержания позитивного настроения и интереса к проекту, с операторами проводилась работа по сплочению и повышению самомотивации, а также тренинги для эмоциональной разгрузки. Определялись эталонные операторы

Знакомьтесь,
эталонный оператор
телемаркетинга



Карта контакта и ее предназначение

Для фиксации информации о назначенной встрече была разработана специальная карта контакта.

Оператор, который назначал встречу, фиксировал в карте контакта следующее:

- название компании
- вид деятельности (если его удалось узнать)
- ФИО и должность лица, с которым проводилась встреча
- адрес проведения встречи
- дату и время встречи
- ФИО других контактных лиц компании
- номер телефона компании
- предмет заинтересованности (по поводу какой услуги Клиент назначил встречу)
- особенности общения с потенциальным Клиентом
- ближайший актуальный для потенциального Клиента срок получения заинтересовавшего его продукта

Для менеджеров Банка мы разработали инструкцию по заполнению карты. Каждый менеджер получал такую инструкцию перед началом работы в проекте.

The image shows two versions of a contact card form. The top version is for OSDirect (Office-Service-Direct) and the bottom version is for UKRSIBBANK (part of the Paribas Group). Both forms are designed to capture contact information and meeting details.

OSDirect Form Fields:

- Header: OSDirect logo, "Карта встречи назначенной встречи по проекту OSDirectBank".
- Form Fields: Инициалы, Имя, Фамилия, Подпись, П.Б. поезда/адреса, Адресная информация (адрес встречи), Детальная информация (название), Поезд по П.Б. (наименование), Проведено встречи, Прибыль, № телефона (рабочий, мобильный), Число звонков, РКО, Кредит, Депозит, Зип проект, Иные, Детально (какой вид продукта, ценовая, на что ссыл, особые условия), Ступень завершенности встречи (1/2/3/4), Контакт - контакт (адресность-адресату, статус/с ним), Наиболее актуальный для адресату термин (наименование продукта, код, записка), Конкретная дата (лицо, дата, адрес, доз. время, период, рн, период рн), П.Б. оператора.

UKRSIBBANK Form Fields:

- Header: UKRSIBBANK logo, "В НР PARIBAS Group", "Дата инициации встречи", "Дата завершения встречи".
- Form Fields: Инициатор встречи, РКО, Кредит, Депозит, Зип проект, Иные, Что было запрошено (какой продукт, формулировка условия), Результат встречи (1 - укладено уступ, 2 - зателефонировали пропосом планкт, 3 - еще не в курсе, 4 - адресов), Контакт - контакт (адресность-адресату, статус/с ним), П.Б. того, кто проводил встречу.

Работа с менеджерами Банка

На протяжении проекта со стороны Банка в проекте приняло участие 23 менеджера по СМБ. С каждым из менеджеров перед вхождением в проект проводилась личная встреча координатора проекта со стороны OS-Direct.

Перед началом каждого этапа проекта менеджеры Банка информировались письменно и в телефонном режиме о его особенностях. Менеджерам направлялся персональный образец мейлингового пакета.

Также в ходе проекта операторы Call-Centre OS-Direct в качестве ассистентов посетили 30 встреч вместе с менеджерами Банка.

Специально для привлеченных менеджеров Агентство разработало концепцию коммуникации с потенциальными Клиентами для того, чтобы стороны реализовывали проект в едином идеологическом поле.



Результаты проекта

В результате проведения проекта было назначено 771 встречу. Агентство превысило плановый показатель в 750 встреч.

Дальнейшие коммуникации в практически бесконечном цикле могут быть проведены менеджерами банка по переданной базе данных адресатов.

После окончания киевского проекта и анализа его результативности,

УкрСиббанк принял решение о запуске аналогичного проекта по Западной Украине.

В настоящий момент готовится четвертый этап западно-украинского проекта – мейлинг.



Кому-то повезло особо

Менеджеры Банка проявили высокий профессионализм и готовность к инновациям, предложенным нашим агентством. Заслуги многих из них были отмечены. **Участие в данном проекте считалось престижным и влияющим на карьеру.**

- Пятеро из привлеченных к проекту менеджеров Банка **стали руководителями отделений. Многие получили иные повышения.**



Сказать СПАСИБО

Мы признательны нашему Клиенту, АКИБ «УкрСиббанк» за готовность идти на нестандартные шаги, за терпение и поддержку. За умение работать единой командой.

Красивый получился проект. Во всех отношениях.



- **Более 15% назначенных встреч от объема базы**
- **Проект, не имеющий аналогов в Украине**
- **Полноценный тест с прекрасными результатами и запущенный всеукраинский проект**

**Есть чем
гордиться!**

OSDirect
OFFICE • SERVICE • DIRECT

