

ART-MARKETING - СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Система маркетинговых коммуникаций ART-MARKETING состоит из следующих частей:

- Анализ и сегментирование клиентской базы.
- Формирование маркетинговых кампаний.
- Формирование клиентских предложений.
- Доставка клиентских предложений (режим пассивной демонстрации).
- Доставка клиентских предложений (контекстно-событийный режим).

АНАЛИЗ И СЕГМЕНТИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

На первом этапе создаются группы клиентов (в любом количестве, по любым алгоритмам).

Например, могут существовать как простейшие группы «Клиенты от 18 до 30 лет», так и сложные «Мужчины до 35 лет с высшим образованием, пользующиеся кредитной картой».

Все клиенты, попадающие в базу Банка, автоматически разносятся по любому количеству групп. В дальнейшем, по мере развития отношений с Банком, клиенты постоянно разносятся по новым группам, как вручную, так и на основании анализа их транзакционной активности.

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КАМПАНИЙ

Маркетолог Банка может создавать любое количество маркетинговых кампаний. Например, «Продвижение вклада Пенсионный», «Продвижение зарплатных проектов среди частных клиентов» или другие.

Маркетолог выбирает клиентские группы, участвующие в данной маркетинговой кампании, и для каждой группы задает вероятность отклика. Например, для вклада «Пенсионный» вероятность отклика группы «Клиенты от 60 лет» - 10, группы «Клиенты от 55 до 60 лет» - 5. Другие группы клиентов к кампании вообще не подключаются.

ФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

В рамках маркетинговых кампаний маркетолог составляет маркетинговые сообщения (по различным шаблонам, в зависимости от способа рассылки). Например, шаблон сообщения через SMS отличается от шаблона сообщения через интернет-банк.

ДОСТАВКА КЛИЕНТСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПАССИВНАЯ ДЕМОСТРАЦИЯ

Доставка клиентских предложений в пассивном режиме осуществляется через следующие каналы:

- SMS или e-mail;
- сообщение в интернет-банке;
- сообщение в инфокиоске/банкомате;
- сообщение оператору фронт-офиса/колл-центра для зачитывания клиенту.

В отличие от следующего пункта, пассивный режим доставки не предполагает анализ активности клиента, его местонахождения и прочего контекста.

ДОСТАВКА КЛИЕНТСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ КОНТЕКСТНО-СОБЫТИЙНЫЙ РЕЖИМ

Доставка клиентских предложений в контекстно-событийном режиме - это высший пилотаж маркетинговых коммуникаций!

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ART-MARKETING

1. Клиент пытается снять 1000 рублей в банкомате, а у него на счете только 800. В течение 10 секунд клиенту приходит SMS: «Вам не хватает 200 рублей? Отправьте SMS с цифрой 1 в ответ на это сообщение, и мы предоставим Вам их в кредит!».

2. Клиент приходит в отделение Банка снимать деньги (предварительно отслежено, что клиент часто ходит в рестораны, а также учитывается, что в данный момент обеденное время). Ему приходит SMS: «Ресторан Люкс приглашает Вас отведать наш ланч! Адрес - ул. Воздвиженская, д. 5 (выйдя из Банка, поверните направо и пройдите 200 метров)»

www.art-bank.ru

Россия

Москва

ул. Неглинная д. 18/1

тел: (495) 540-55-65

Украина

Киев

ул. Воздвиженская д. 10-б

тел: (093) 432-98-54

Республика Казахстан

Алматы

пер. Заводской, д. 26

тел: (727) 264-03 -65