

Маркетинг здесь и сейчас: персональные предложения в реальном времени для клиентов ВТБ

Бизнес-задача

Банк ВТБ решал задачу импортозамещения систем автоматизации маркетинговых кампаний. Требовалось отечественное решение, способное в режиме реального времени подбирать и предлагать клиентам релевантные продукты и услуги банка.

Решение

Команда ИТ-холдинга Т1 разработала систему предложений в режиме реального времени «Модус.Маркетинг» на базе платформы «Нота.Модус».

- Настроили систему под требования маркетинговых коммуникаций банка
- Провели миграцию более сотни маркетинговых кампаний из прежней системы в новую

Результат

«Модус.Маркетинг» участвует в процессах продаж продуктов и услуг банка в ключевых точках взаимодействия с клиентами. Когда клиент совершает действие с картой, обращается в отделение, звонит в контакт-центр или пользуется цифровыми сервисами, система получает информацию о событии из ИТ-инфраструктуры банка и по настроенным правилам выбирает релевантный оффер для показа в нужном канале.

15 млн событий в день обрабатывает система

700+ предложений в секунду способна формировать система

↑ **×2** — рост количества формируемых системой предложений по сравнению с прежним решением

Преимущества

для бизнеса

- Увеличение производительности системы персонального маркетинга
- Рост продаж продуктов и услуг
- Оптимизация затрат на маркетинг
- Гибкость и масштабируемость решения
- Повышение лояльности клиентов

для клиентов

- Персональные и релевантные предложения в нужный момент и в привычных для клиента каналах обслуживания

О сотрудничестве

Сергей Безбогов, заместитель руководителя технологического блока — старший вице-президент ВТБ:

«Решение “Модус.Маркетинг” необходимо ВТБ для обеспечения технологической независимости банка от решений зарубежных вендоров. Это важно в сложившейся практике отключения зарубежных сервисов для российских компаний. Система представляет модульное решение, которое позволяет постоянно интегрировать в него новые элементы. Это обеспечивает возможность его использования при решении различных задач банка. Важным критерием является для нас и коммерциализация продукта Холдингом Т1: надеемся, что различные заказчики решения будут ставить перед его разработчиками все новые и новые задачи, что позволит постоянно совершенствовать его работу, не допуская “консервации” продукта в контуре одного клиента».

Алексей Мартьянов, руководитель департамента коммерческого привлечения, старший вице-президент ВТБ:

«Наша задача — стать для клиента банком первого выбора, предлагать необходимые ему продукты и услуги в правильное время в удобном канале. С одной стороны, это позволяет удовлетворять текущую потребность клиента, а с другой — он привыкает ежедневно пользоваться нашими сервисами. Для этого мы используем систему предложений в режиме реального времени на базе “Модус.Маркетинг”. Она помогает нам предлагать релевантный продукт, сервис или решение. Важно сделать предложение именно в тот момент, когда оно необходимо, а еще лучше предвосхитить потребности. ВТБ одним из первых российских банков полностью переводит аналитический CRM с зарубежных решений на собственную разработку».

Кирилл Булгаков, управляющий директор вендора НОТА, заместитель генерального директора ИТ-холдинга Т1:

«Холдинг Т1 пересмотрел стратегию развития в пользу разработки собственных продуктов еще в 2020 году. Мы в сотрудничестве с корпоративными заказчиками конвертируем многолетний опыт работы с ИТ-решениями в продукты, которые не просто становятся аналогами популярных ранее систем иностранных вендоров, а созданы на более современном технологическом стеке, глубже понимают запросы российского бизнеса и полностью соответствуют требованиям законодательства. И внедрение модуля одного из наших флагманских продуктов, CRM-системы “Модус”, в периметр банка — лучшее этому подтверждение».