



**ГАЗПРОМБАНК
АВТОЛИЗИНГ**

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ CRM-КОММУНИКАЦИЙ С КЛИЕНТАМИ В СЕГМЕНТЕ B2B

Павел Низкин

Руководитель группы
маркетинговых CRM-коммуникаций



ГАЗПРОМБАНК АВТОЛИЗИНГ В ЦИФРАХ

6 лет
на рынке

рост доли на рынке
автолизинга, год к
году

1.8
п.п.

x2.5

среднегодовой
прирост бизнеса

клиентов обращаются
повторно

50%

70+

городов
присутствия

профинансированных
транспортных средств

180
тысяч

1000

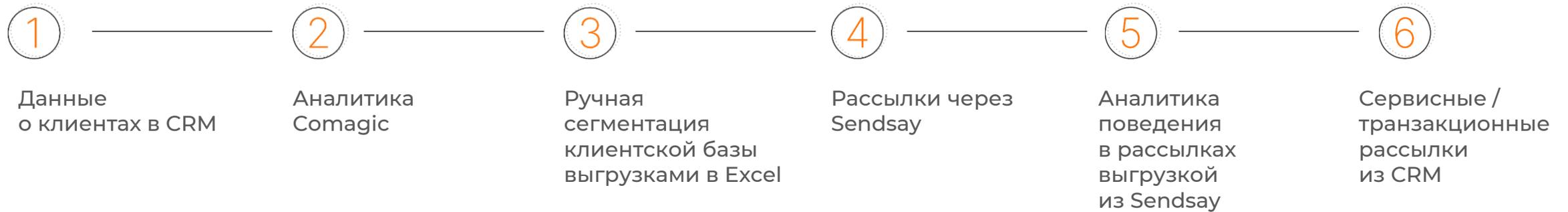
профессиональных
клиентских
менеджеров

клиентов —
юридических лиц
и ИП

70+
тысяч

ТОЧКА СТАРТА

Что у нас было до запуска Customer Data Platform — платформы клиентских данных



ЧТО БЫЛО ДО ЗАПУСКА CDP

- «Зоопарк» разрозненных систем
- Сегментация ручная, долгая и очень укрупненная
- Сложно строить гипотезы и делать выводы

К ЧЕМУ СТРЕМИЛИСЬ

- Единая платформа
- Автоматизация сегментации клиентской базы
- Быстрая проверка гипотез, персонализация и увеличение эффективности рассылок

ЦЕЛИ ЗАПУСКА CDR-ПЛАТФОРМЫ



ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

1

Создание единого
профиля клиента

2

Сокращения сроков
подготовки и запуска
коммуникаций

3

Сокращение времени
анализа эффективности
маркетинговых
и продуктовых гипотез

4

Получение
возможности
оперативной гибкой
сегментации
клиентской базы
в реальном времени

5

Модернизация системы
коммуникации с клиентами

6

Получение возможности
быстрой адаптации
предложения
под индивидуальные
запросы каждого клиента

7

Снижение
коммуникационной
нагрузки на клиентов

8

Увеличение
эффективности
повторных продаж

ПРОБЛЕМАТИКА

В чем сложность внедрения CDP в сегменте B2B

**НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ B2B
ПОЧТИ НЕТ ОПЫТА ПРИМЕНЕНИЯ
ПЛАТФОРМ КЛАССА CDP!**

- Применение ограничено
- Мало наработок и примеров
- Используются разрозненные ИТ-платформы



В2С VS В2В-ЛИЗИНГ



Меньше объем рынка



Меньше клиентская база



Разный жизненный цикл клиента и срок вызревания сделки

ВЫЗОВ

Не все решения для CRM-коммуникаций из стандартного инструментария в В2С применимы для сферы лизинга

CDP ГАЗПРОМБАНК АВТОЛИЗИНГ



ИТ-РЕШЕНИЕ

CDP Altcraft — решение российского разработчика ООО «Альткрафт»

ИНТЕГРАТОР

NOVARDIS — компания с 20-летним опытом внедрения IT-решений для бизнеса

ЗАПУСК

Январь 2024 года

О ПРОЕКТЕ

CDP Газпромбанк Автолизинг — платформа клиентских данных, внедренная с целью оцифровки клиентского пути, автоматизированного сбора и обогащения клиентских данных, сегментации клиентской базы, построения системы аналитики и выстраивания процесса персонализированных коммуникаций с клиентами.

АГРЕГИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКИХ ДАННЫХ

1

ВНУТРЕННИЕ ИТ-СИСТЕМЫ

CDP, CRM, DWH,
Личный кабинет клиента

2

ВНЕШНИЕ СИСТЕМЫ АНАЛИТИКИ

Comagic и другие

3

СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

НАПИ, Федресурс, Контур.
Фокус и другие

СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

- 1 Интерес и потребность в конкретном типе ТС в конкретный момент
- 2 Сфера деятельности / отрасль компании клиента
- 3 Финансовые показатели и размер бизнеса
- 4 География компании клиента.
- 5 Частотность приобретения техники
- 6 Лояльность к компании
- 7 Приоритетность каналов коммуникации в зависимости от реакции клиента
- 8 Движение клиента по воронке, остановка на определенном шаге, отток
- 9 И другие*

СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ИНДЕКСУ СЛІ

Мы выбрали разные стратегии коммуникации в зависимости от сегмента целевой аудитории



ЛОЯЛЬНЫЕ

Частотность рассылок
до 1 раз в неделю



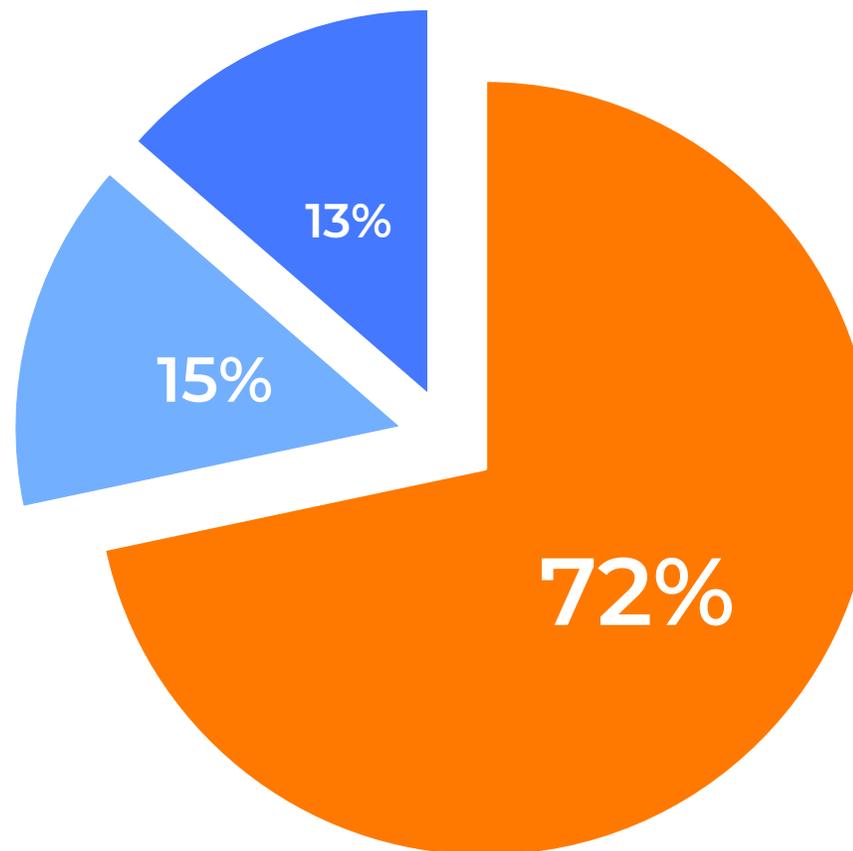
ЛОЯЛЬНЫЕ ВЫСОКОЧАСТОТНЫЕ

Частотность рассылок
до 2 раз в неделю

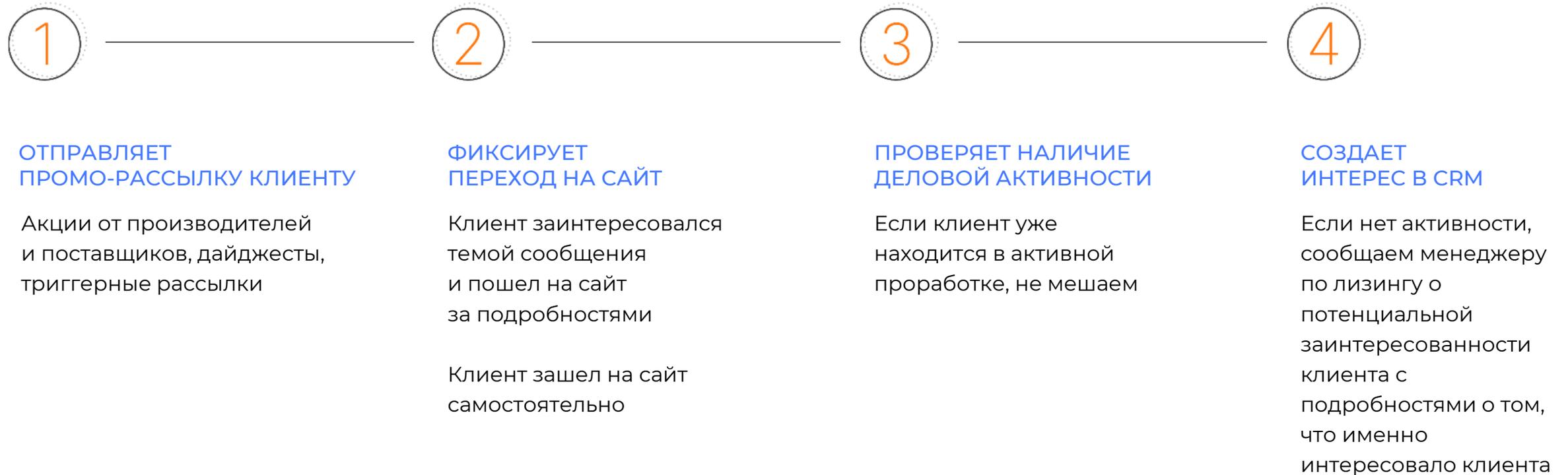


ОТТОК

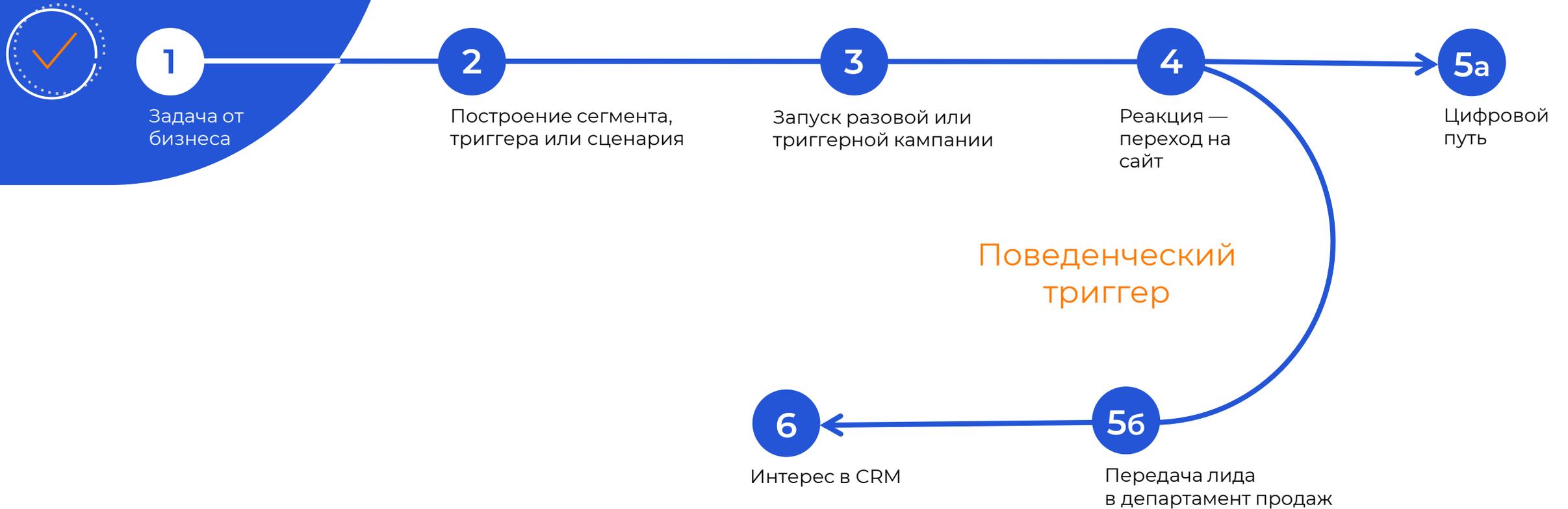
Частотность рассылок
1 раз в месяц



CORE PROCESS



КОММУНИКАЦИИ CDP

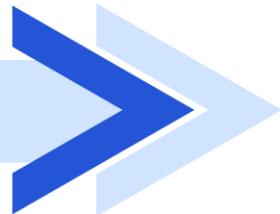


АВТОМАТИЗАЦИЯ СОЗДАНИЯ ЛИДОВ ПО ПОВЕДЕНЧЕСКИМ ТРИГГЕРАМ

ДЕЙСТВИЕ-РЕЗУЛЬТАТ

Настроено отслеживание поведения пользователей (переходы на сайт компании Газпромбанк Автолизинг) с целью определения степени прогретости клиента осуществления звонка.

ВЫСТРОЕНЫ КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТАМИ
В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТЕПЕНИ ПРОГРЕТОСТИ



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Клиентам на первом этапе после запуска CDP казалось, что за ними следят из-за упоминания менеджером в ходе телефонного разговора факта визита клиента на сайт и из-за звонков сразу после визита на сайт. Опасения были сняты путем разработки нескольких вариантов скриптов для менеджеров.

2 НАПРАВЛЕНИЯ



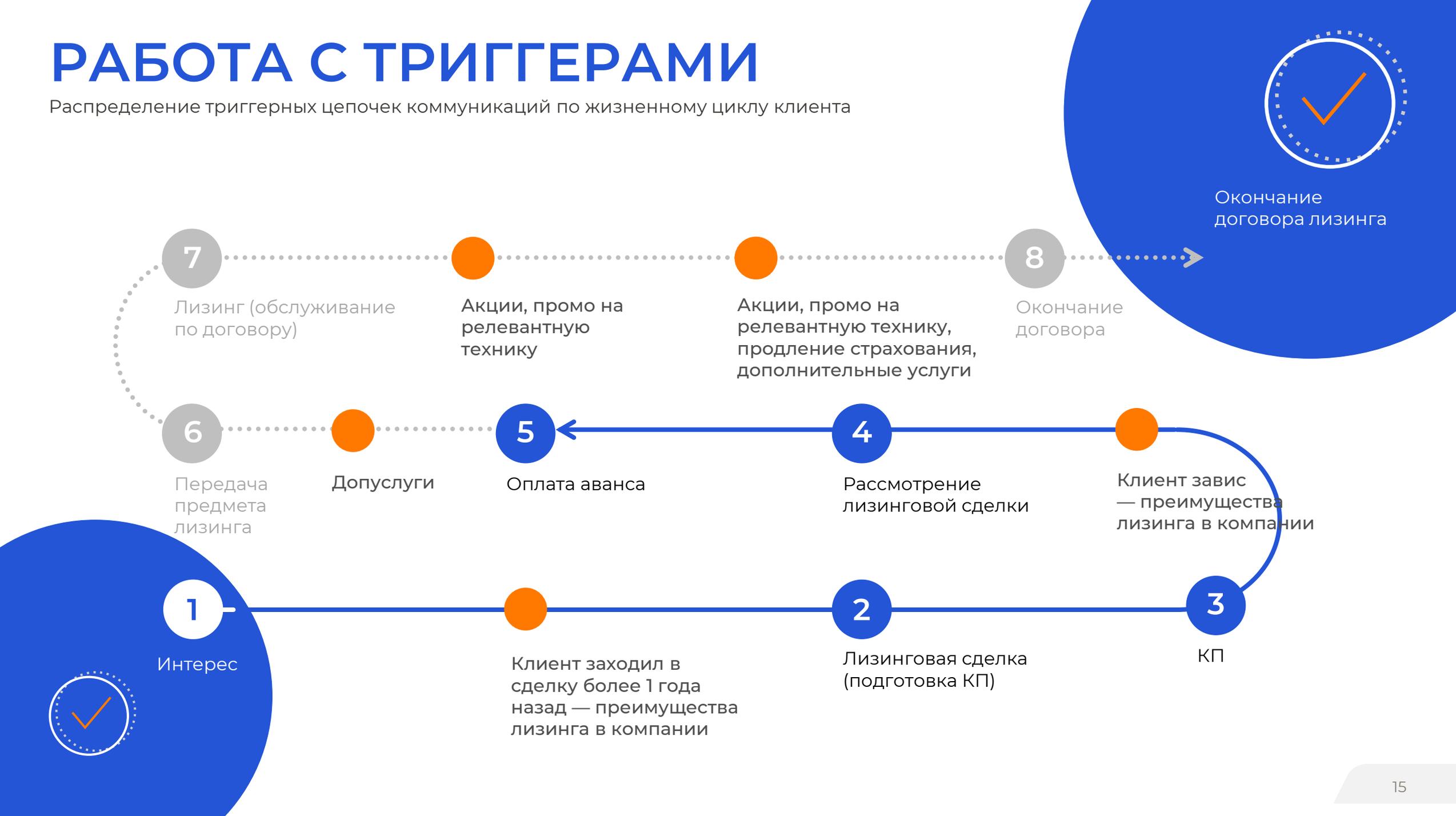
Отправка дополнительного предложения с учетом того, чем интересовался клиент на сайте



Передача менеджеру информации о заинтересованности клиента для осуществления звонка

РАБОТА С ТРИГГЕРАМИ

Распределение триггерных цепочек коммуникаций по жизненному циклу клиента



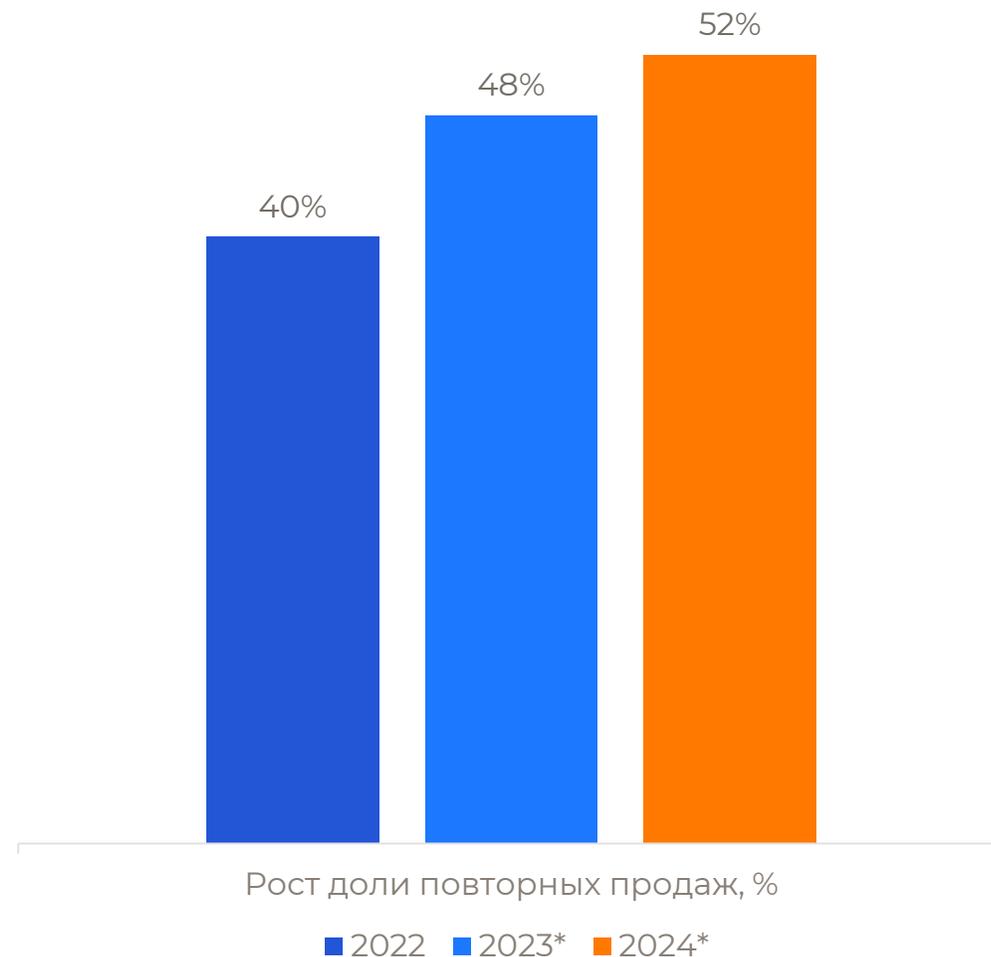
УВЕЛИЧЕНИЕ ДОЛИ ПОВТОРНЫХ ПРОДАЖ

ДЕЙСТВИЕ-РЕЗУЛЬТАТ

Отслеживается появление интереса у клиентов, ранее не дошедших до сделки. Информация о них передается в департамент продаж.

С клиентами, ранее заключавшими договоры лизинга, осуществляются коммуникации с целью донесения преимуществ лизинга и наших предложений по всем каналам.

Конечная цель — заключение сделки.



* 2023 — начало активного использования e-mail рассылок повторным клиентам, 2024 — запуск CDP

ОТРАБОТКА ГИПОТЕЗ

Опыт запуска SMS-рассылок

ДЕЙСТВИЕ-РЕЗУЛЬТАТ

Запустили SMS-рассылку на пилотную группу адресатов, не читающих e-mail рассылки. Количество переходов на сайт из SMS-сообщений было очень низким.

Отработка гипотезы показала, что канал на данную целевую группу не работает.

0,2%

КОНВЕРСИЯ В ПЕРЕХОДЫ НА САЙТ

по итогам пилотной рассылки
SMS-сообщений

РЕЗУЛЬТАТЫ

1,6 раз

Рост OpenRate
(с 25 до 40%)

2 раза

Рост CTR
(с 4,8 до 10%)

25%

Конверсия лида
в коммерческое
предложение



Платформа окупилась
затраты на внедрение
за 8 месяцев



Применение подобных
решений в сегменте
B2B оправдано



Нужно учитывать
специфику бизнеса

ПЕРСПЕКТИВЫ

Направления развития CDP-платформы Газпромбанк Автолизинг в 2025 году

Новые направления бизнеса

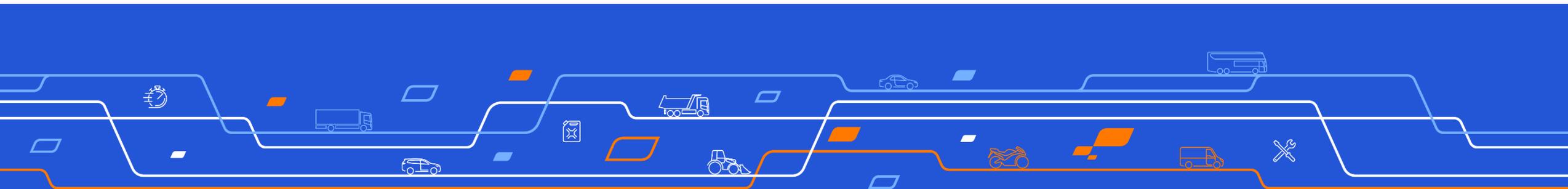
Мы нацелены на то, чтобы помочь бизнесу выполнить амбициозные планы по продажам дополнительных услуг и изъятой техники

Ассоциированные конверсии

Мы планируем проводить кампании с учетом знаний о промежуточных посещениях сайта из разных каналов и источников трафика, которые предшествуют целевому действию

Микросегментация клиентской базы

Мы продолжим работу над сегментацией — деление базы на более мелкие сегменты позволит выстраивать эффективные коммуникации с высокой конверсией



МЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Обязательно подписывайтесь на наши каналы и группы в социальных сетях.
Следите за новыми постами и видео, оставляйте реакции и комментарии.
Мы будем рады активности каждого из вас!



Руководитель группы маркетинговых CRM-коммуникаций

Павел Низкин



+7 (495) 231-12-34

+7 (926) 530-11-39



NizkinPI@gpbl.ru

