

Создание дополнительной ценности для клиентов
и укрепление продуктового предложения ВТБ



**От конкуренции
по ценовым
параметрам
к экономике
впечатлений
с ВТБ ID**

Global CIO'2025

1 Больше чем бонусы: чего ожидают клиенты от программ лояльности

Высокая конкуренция в сфере программ лояльности трансформирует ландшафт рынка: традиционные прямые выплаты рублями дополняются технологичными и экспериментальными механиками, с помощью которых клиенты получают персонализированный опыт, разнообразные выгоды и эмоциональную вовлеченность.

2 От конкуренции по цеховым параметрам к экономике впечатлений

Новой «валютой» для привлечения и удержания клиентов становятся эмоции. Конкурентным преимуществом программ лояльности становятся выгоды с эмоциональным оттенком - доступ к сервисам, продуктам и событиям, предназначенным специально для участников программы.

3 От барьеров к бесшовному пользовательскому опыту

Современные клиенты живут внутри цифровых экосистем и ожидают клиентский опыт, который повышает общее качество их жизни, отражает ценности и частично закрывает ежедневные потребности в единой точке входа.

Нефинансовые сервисы

Global CIO'2025

Новый драйвер лояльности и вовлеченности клиентов



Сроки реализации проекта: **Апрель – Июль 2025**

Банк ВТБ помимо надежных финансовых решений для своих клиентов развивает также и нефинансовые сервисы.

Для создания дополнительной клиентской ценности и укрепления продуктового предложения реализованы:

- ✓ Закрытая платформа ВТБ Family со скидками, бонусами, выгодными предложениями от более чем 3000 партнеров для состоятельных и зарплатных клиентов Банка
- ✓ Платформа с образовательной программой для клиентов «ВТБ. Инвестиционный старт»
- ✓ Бесшовный клиентский опыт перехода между сервисами группы ВТБ с помощью ВТБ ID

25 млн
активных пользователей



Банк ВТБ предлагает не только выгодные условия по финансовым продуктам, но и нефинансовые сервисы, повышающие качество жизни клиентов и отражающие их ценности

Стратегическая

Переход от конкуренции исключительно по цеховым параметрам продуктового предложения к экономике впечатлений: клиенты теперь получают с ВТБ не только выгодные условия по финансовым продуктам, но и клиентский опыт, который повышает качество их жизни, отражает ценности и частично закрывает ежедневные потребности в единой точке входа.

Технологическая

Реализация бесшовного клиентского опыта перехода клиентов с помощью ВТБ ID между сервисами группы ВТБ для повышения лояльности и роста конверсии в целевое действие при сохранении высочайших стандартов информационной безопасности.

Бизнес-задачи реализации проекта

Global CIO'2025



Укрепление продуктового предложения банка за счет создания дополнительной ценности для клиентов



Реактивация клиентской базы с помощью предоставления доступа клиентам отдельных сегментов к закрытой платформе с эксклюзивными офферами от партнеров



Снижение стоимости фондирования клиентов в банке и увеличение LTV



Увеличение проникновения нефинансовых сервисов банка в клиентскую базу для удержания клиентов и роста кросс-продаж новых продуктов

ВТБ Family

Global CIO'2025

Выгода, которая сочетает рациональную экономию
с эмоциональной ценностью

> 3000 партнеров

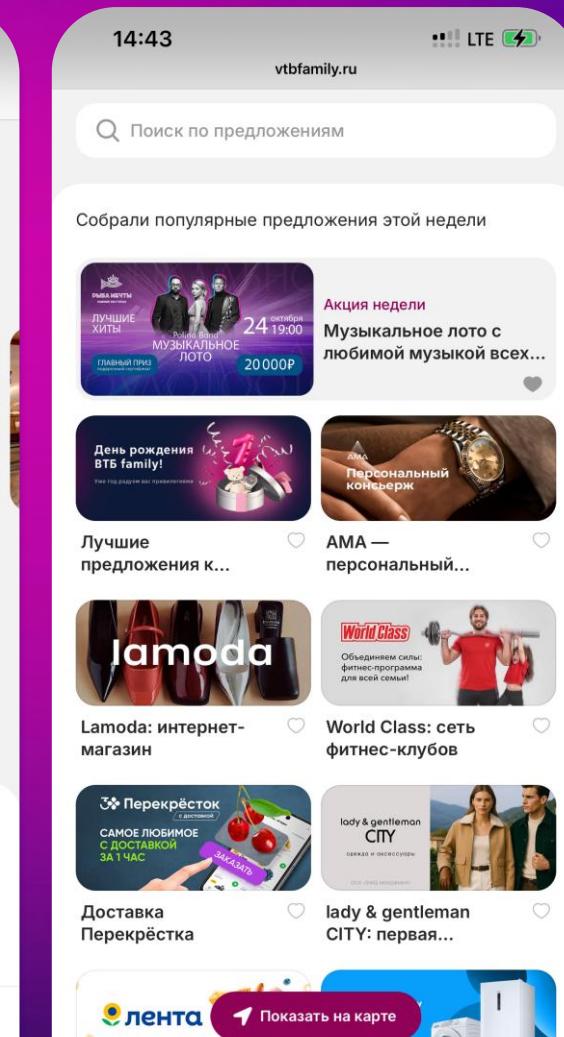
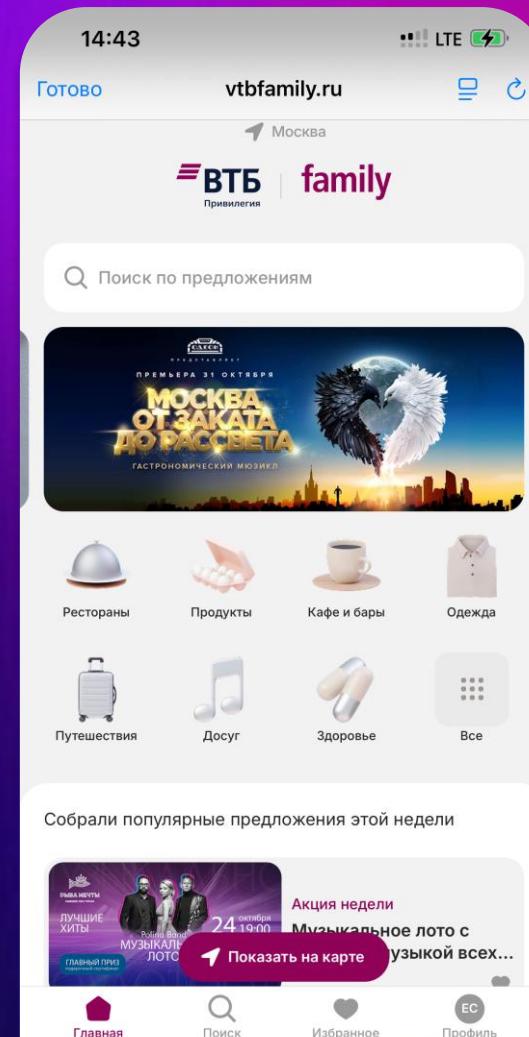
500+ ресторанов, 300+ клиник, 200+ магазинов

до 15%

Экономия от ежемесячных расходов

**20 категорий
партнеров**

Кафе и рестораны, электроника, детские
товары, обучение, одежда, хобби, транспорт,
путешествия и др.



ВТБ. Инвестиционный старт

Global CIO'2025

Безопасный и осознанный старт в инвестициях для роста благосостояния клиентов

По результатам прохождения обучения пользователи могут:

- ✓ Формировать индивидуальную инвестиционную стратегию
- ✓ Оценивать риски и возможности разных инструментов
- ✓ Применять аналитические сервисы для принятия инвестиционных решений
- ✓ Разбираться в налогообложении инвестора и получать налоговые вычеты
- ✓ Осознанно инвестировать в золото, бриллианты и другие активы

>100 тыс.



активных пользователей
образовательной платформы

Технологичное решение для бесшовного клиентского опыта



Клиенты переходят между сервисами ВТБ бесшовно: не нужно вводить логин и пароль



Не нужно тратить время на получение и ввод одноразового кода, отправляемого пользователем по СМС



Клиентские данные надежно защищены: под «капотом» передовые антифрод технологии

х7 быстрее вход



Уменьшили время входа

с 15 до 2 секунд

**30%
рост конверсии**

Результаты в цифрах

Global CIO'2025

на 22%

выросла доля
транзакционно активных
пользователей



на 19%

выросла доля активов
под управлением
пользователей
образовательной
платформы



на 32%

вырос трафик
использования
нефинансовых сервисов
банка

