

ИЭФ. СБЕР - для молодежи

Ожидаемые сроки исполнения:

Один семестр (Сентябрь 2024 - Декабрь 2024)

Заказчик

Московский банк ПАО Сбербанк

2024



Контекст

В какой области решаем проблему?

Банковские услуги, продвижение банковских продуктов, стратегия продвижения, CLTV (Client Lifetime Value), оценка эффективности маркетинговых мероприятий, PR



Проблема

Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?

Кто?

Территориальный менеджер

Что хочет?

Повышение доли Major Clients (клиентами, имеющими выше 6 продуктов) в сегменте Молодежь с 41% до 60% до конца 2025 года

Что мешает?

Согласно исследованиям молодежь считает Сбер слишком серьезным банком, не всегда достаточно технологичным и дружелюбным, который не говорит на языке молодежи

Какие есть способы решения и почему они не подходят?

В настоящий момент в рамках работы с молодежью реализуются стратегии по динамике роста продаж образовательных кредитов (цель +30%), динамике роста кредитных карт (+16%), расширение получателей стипендий 1 курса на Сбер (+25%), продажи подписки Прайм по спец.цене для сегмента Молодежь (+ 6000 клиентов), что потенциально дает дополнительный операционный доход Банку, однако не решает задачу по Банку первого



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России



Транспортный
университет

