

Универсиада по маркетингу 2018

Кейс «Совкомбанк: карта рассрочки «Халва»

Сегодня в России самым распространенным банковским продуктом являются кредитные карты. Всего банками на данный момент эмитировано более 30 миллионов кредиток¹. При всём удобстве данных карт для простых покупателей такие карты очень часто становятся серьёзной финансовой нагрузкой, так как долги по кредитным картам очень легко накапливать, совершая обычные покупки в магазинах, и очень тяжело погашать, потому что проценты на задолженность накапливаются быстрее, чем основной долг. По данным исследования портала Банки.ру, владельцы кредитных карт в России являются самыми несчастными клиентами банков в России².

Год назад «Совкомбанк»³ выпустил для своих клиентов новый вид банковской карты – карту беспроцентной рассрочки «Халва». Карта «Халва» – это франшиза аналогичной карты, уже давно выпускаемой в Республике Беларусь местным «МТ Банком». Карта рассрочки позволяет клиентам делать покупки на заемные средства банка, не платя проценты за их использование в течение периода действия рассрочки. Вместо покупателей проценты банку платят магазины-партнёры банка, для которых это – аналог платы за привлечение новых клиентов. На сегодняшний день «Совкомбанк» уже эмитировал около миллиона карт рассрочки, а в партнёрской сети магазинов банка уже более 80 000 торговых точек.

Но для многих держателей обычных кредитных карт карта рассрочки до сих пор остаётся новым и непривычным продуктом. Несмотря на явные преимущества новой карты в части отсутствия процентов на период использования заёмных средств, для ряда клиентов привычная (пусть и менее выгодная) кредитная карта остаётся постоянным средством расчётов.

Несмотря на активную рекламную, разъяснительную и PR-кампанию Банку необходимо активно преодолевать первичное недоверие к новому продукту со стороны консервативных клиентов и переориентировать клиентов на потребление товаров и услуг с использованием кредитных карт на использование карт рассрочки.

Задания к кейсу:

- А) Выявите причины недоверия к карте рассрочки "Халва" и предложите способы его преодоления, руководствуясь различными аспектами поведения потребителей. Какие преимущества карты «Халва» из перечисленных в Приложении вы считаете ключевыми с точки зрения создания ценности для потребителя?

¹ Статистика Банка России на 01.10.2017 http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet013.htm

² Исследование портала Rabota.ru для портала Банки.ру <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=10070020>

³ Банк входит в 20 крупнейших российских банков (активы: 612 млрд руб. по МСФО). В банке трудятся 10 тысяч сотрудников в 2,2 тыс. отделениях и мини-офисах, расположенных в 1012 населенных пунктах РФ. Кредитоспособность Совкомбанка оценивают сразу пять рейтинговых агентств: три иностранных и два национальных. <https://sovcombank.ru/about>

- В) Зайдите на сайт www.halvacard.ru, выберите одного партнёра карты из числа крупных магазинов и предложите свой вариант совместной федеральной бонусной акции карты и данного магазина для привлечения молодёжной аудитории. Бонус акции - увеличение срока стандартной рассрочки на 4 месяца. Сформируйте «паспорт акции» определив: целевую аудиторию (пол/возраст), товарную категорию (тип магазина), временную привязку (длительность акции в мес.), событийную привязку (событие, праздник), механику проведения (детальные условия получения бонуса). Обоснуйте и аргументируйте свои предложения по всем вышеперечисленным параметрам.
- С) Составьте медиаплан платного продвижения для карты «Халва» (на примере минимум одного канала продвижения), описав канал, характер информационных сообщений и период размещения. Обоснуйте свой выбор.
- Д) Придумайте офф-лайн акцию (флеш-моб, стенд-ап, вирусная акция, пранк и пр.) для продвижения новой карты без использования платного рекламного контента. Опишите и обоснуйте дизайн акции, предложите критерии оценки ее эффективности.

Ответы на задания сдаются в формате презентации (pdf/pptx/ppt) объемом не более 10 слайдов. Презентации загружаются на портал Универсиады до 31 марта 2018 года (23:55).

Приложение. Описание карты рассрочки «Халва» для клиентов

Карта рассрочки «Халва» - это возможность совершать ежедневные покупки в рассрочку до 12 месяцев без первоначального взноса, комиссий и переплат в магазинах-партнерах.

«Халва» - это:

- Мгновенные покупки в рассрочку без оформления документов.
- Выгодная рассрочка. При совершении покупок в магазинах-партнерах предоставляется беспроцентная рассрочка до 12 месяцев.
- Без первоначального взноса и переплат. Цена товара = сумме рассрочки!
- Сумма каждой покупки делится на равное количество платежей по кол-ву месяцев рассрочки.
- Возобновляемый кредитный лимит до 350 тыс. рублей. Устанавливается в соответствии с запросом клиента, но при этом может быть скорректирован Банком при проведении оценки заемщика.
- Широкая партнерская сеть. Широкая сеть магазинов-партнеров, которая постоянно растет!
- Бесконтактные платежи (технология PayPass). Картой Халва можно совершать платежи в одно касание, и экономить время на введении ПИН-кода или подписи чека.
- Выдача карты - бесплатно: без комиссии за годовое ведение счета!
- Кэшбек 1,5% (но не более 5000 руб. в мес.) начисляется на любые покупки собственными средствами внутри партнёрской сети;
- Остаток приносит прибыль. Фиксированная ставка на остаток – 7% годовых.
- Покупайте везде. Внутри партнёрской сети доступны и покупки собственными средствами, и беспроцентная рассрочка. В других магазинах возможен расчёт только собственными средствами.
- Все расходы под контролем Клиента: подробную информацию обо всех совершённых покупках, дате и сумме платежа можно уточнять в личном кабинете держателя карты или через мобильное приложение (мобильная версия для ios, android).