

## 1) Общее описание ПО MP-Proposals.

ПО MobilPay-Proposals – это специальная маркетинговая компонента, обеспечивающая предоставление клиентам банка персональных маркетинговых предложений через банкоматы и терминалы как с сенсорным, так и кнопочным управлением.

Общая схема работы компоненты приведена на рисунке 1.

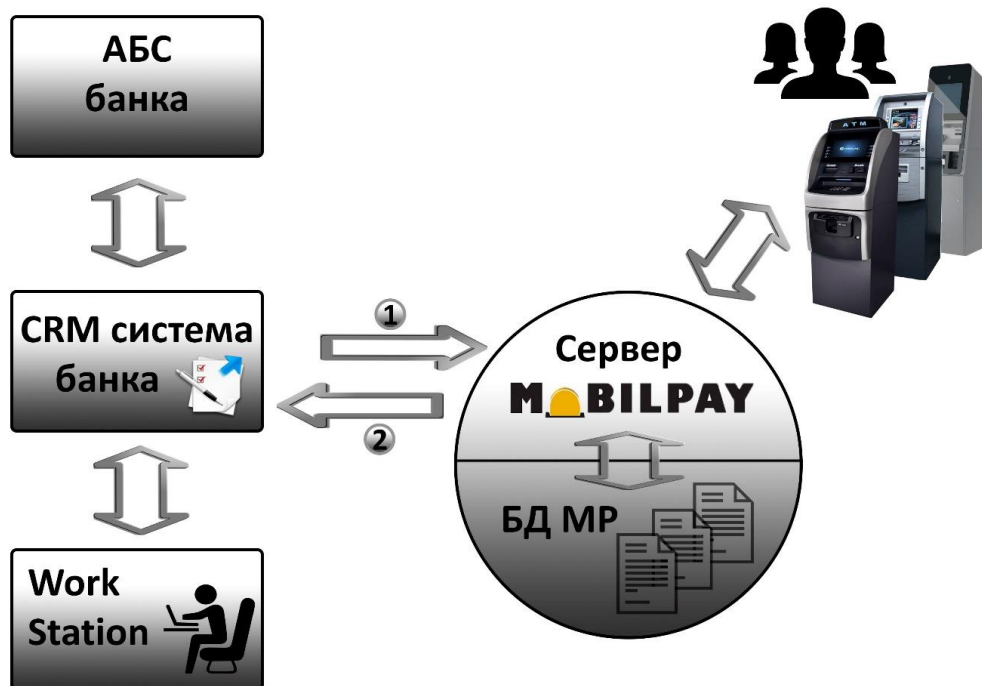


Рис.1 Общая схема работы ПО MP-Proposals

Слева изображена работа специалиста банка, подготавливающего персональные маркетинговые предложения средствами имеющейся в банке CRM-системы. Для каждого типа маркетинговых предложений специалист подбирает клиентов, используя данные АБС и CRM. В результате за день в CRM накапливается набор конкретных персональных маркетинговых предложений, который раз в сутки загружается на сервер MobilPay (обозначено (1) на рис.1, а затем специальной программной утилитой ПО МР – в Базу Данных MobilPay (ДБ МР). Структура данных приведена в табл.1 раздела 3. Таким образом, в БД МР накапливаются персональные маркетинговые предложения (возможно несколько для одного клиента с указанием приоритета показа клиенту).

ПО MobilPay-Proposals, используя идентификацию клиента по банковской карте, позволяет в определенный момент вывести на экран банкомата или терминала загруженное на сервер персональное маркетинговое предложение и заполучить факт наличия или отсутствия интереса клиента к данному персональному предложению. Если клиент заинтересуется, ему будет предложено ввести и (или) подтвердить существующий номер телефона через СМС.

Данная компонента позволяет делать, так называемое, “смарт-предложение”, показывая его ненавязчивым и определенно настроенным способом. Для каждого коммерческого предложения указывается приоритет, определяющий последовательность их отображения клиенту. В случае отказа (отсутствия интереса клиента к предложению) либо согласия с подтверждением/вводом номера телефона, персональное предложение больше не будет показываться данному клиенту. Коммерческое предложение будет показываться только один раз при выполнении клиентом первой же операции на банкомате.

В результате работы компоненты в базе данных MobilPay накапливается персональная информация о заинтересованности или незаинтересованности каждого клиента, а также актуализированные номера их телефонов. Поступившие за день данные раз в сутки с помощью программной утилиты ПО МР возвращаются в CRM-систему к специалистам банка для дальнейшей работы с клиентом (обозначено (2) на рис.1, структура данных приведена в табл.2 раздела 3).

Таким образом ПО MobilPay-Proposals одновременно решает две целевые задачи:

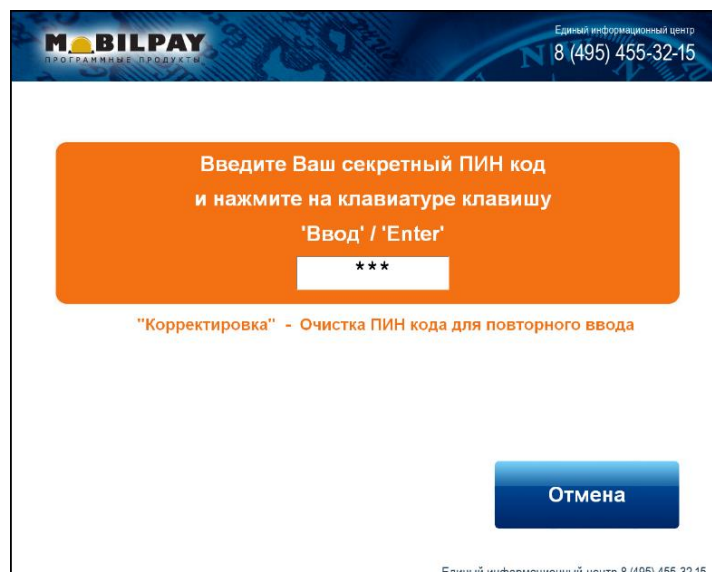
- актуализация/верификация телефона клиента,
- выявление заинтересованности/незаинтересованности клиента в конкретном персональном маркетинговом предложении.

## 2) Описание работы ПО МР-Proposals с клиентом.

На банкоматах и терминалах реализован следующий сценарий работы со «своим» клиентом (с соответствующим типом карты клиента):



- После выбора клиентом услуги, вставки карты и ввода ПИН-кода АТМ посылает на сервер МР запрос «нужно ли клиенту предложить подготовленный банком продукт (персональное предложение)».



- Если для клиента нет предложений, то можно продолжить выполнение услуг (из меню услуг самообслуживания). Если же в базе данных MobilPay есть коммерческие предложения для клиента, то на экране банкомата будет выведено самое приоритетное – вначале предварительный экран:



- Затем экран для просмотра условий и ввода/корректировки телефона:



- Если клиент заинтересовался и соглашается с предложением, показывается диалог ввода либо подтверждения имевшегося в базе данных номера телефона.

The screenshot shows the MobilPay mobile application interface. At the top, there is a header with the MobilPay logo and the text "Единственный информационный центр 8 (495) 455-32-15". Below the header, the text reads "Получите уже одобренный кредит!" and "Введите данные, используя клавиатуру". A large orange input field contains the text "+7(xxx) xxx-xx-xx". Below the input field is a numeric keypad with buttons for digits 1-9 and 0, a back arrow button, and a button labeled "ОЧИСТИТЬ ПОЛЕ". At the bottom of the screen, there are four buttons: "Назад", "С условиями согласен", "Условия", and "Отмена".

- После того как клиент вводит номер телефона (либо телефон верен) и нажимает кнопку «**С условиями согласен**», происходит переход на завершающий экран услуги.  
Примечание: если в параметрах услуги требуется верификация номера телефона по СМС, будет показано дополнительное окно с вводом кода подтверждения.

The screenshot shows the MobilPay mobile application interface. At the top, there is a header with the MobilPay logo and the text "Единственный информационный центр 8 (495) 455-32-15". Below the header, the text reads "Операция: Сохранение телефона в системе банка". A large orange box contains the text "Проверьте данные". Below this box, the text reads "Номер телефона: +7(903) 455-16-67" and "Спасибо за заявку". At the bottom of the screen, there are three buttons: "Назад", "Завершить", and "Отмена".

На данном экране клиент либо нажимает кнопку «**Завершить**» (в системе фиксируется факт заинтересованности коммерческим предложением банка и введенный или подтвержденный контактный номер телефона клиента), либо кнопку «Назад» или «Отменить».

Кнопка «**Назад**» необходима для возврата к процедуре ввода телефона, в случае если клиент обнаружил ошибку в номере.

На любом из экранов нажатие клиентом кнопки «**Отмена**» прекращает обработку коммерческого предложения (откладывает принятие решения об использовании предложения до следующего сеанса связи с клиентом).

## 3) Подготовка специалистом банка маркетинговых предложений клиентам.

- Специалист банка по работе с клиентами составляет маркетинговое предложение для одного или некоторой группы клиентов.
- Для получения данных о клиентах (номер карты, номер телефона) специалист обращается в АБС банка или в CRM.
- Затем специалист средствами имеющейся в банке CRM-системы оформляет соответствующий набор маркетинговых предложений в виде файла (табл.1):

№ Поля	Тип поля(длина)	Комментарии
1	NUMBER	Идентификатор контакта (уникальный по всем предложениям)
2	NUMBER	Номер карты клиента
3	TEXT (512)	Текст с описанием продукта
4	TEXT (256)	Текст вопроса клиенту на экране
5	TEXT (8000)	Подробное описание предлагаемого продукта.
6	TEXT (32)	Текст кнопки перехода к следующему экрану
7	TEXT (32)	Текст кнопки отказа от предложения
8	TEXT (32)	Имя файла картинки фона
9	TEXT (64)	Текст в заголовке окна ввода номера телефона
10	TEXT (64)	Текст в заголовке окна финального экрана
11	NUMBER	Приоритет отображения предложения
12	DATE	Дата начала действия предложения
13	DATE	Дата окончания действия предложения
14	TEXT (10)	Мобильный телефон клиента (в случае наличия)
15	TEXT(1)	Признак необходимости верификации: Y-необходимо верифицировать телефон через СМС; N – нет (работает стандартно в режиме показа маркетингового предложения)

Табл.1 Структура файла маркетинговых предложений клиентам.

Номера полей в файле (табл.1) соответствуют номерам полей на экране банкомата (рис.2).

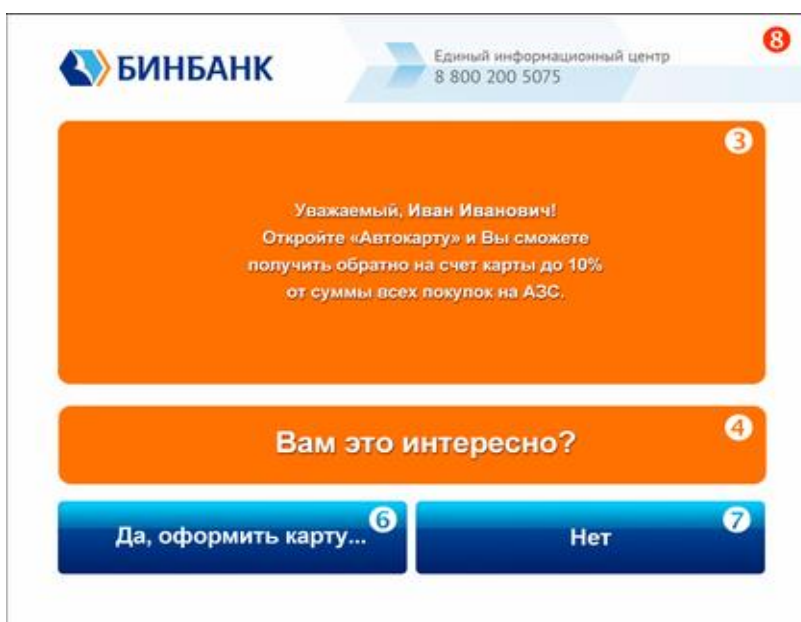


Рис.2. Поля маркетингового предложения на экране банкомата (с номерами полей в таблице 1)

- В результате работы специалиста банка с ПО MP-Proposals в CRM-системе формируется файл для ежедневной загрузки маркетинговых предложений в базу данных MobilPay, выполняемой специальной программой (утилитой) ПО MP-Proposals.
- После ежедневного обслуживания клиентов в базе данных MobilPay накапливаются данные о заинтересованности или незаинтересованности клиентов в показанных им предложениях.
- Это накопленные данные с помощью специальной программы (утилиты) ПО MP-Proposals ежедневно загружаются в CRM-систему в формате ответного файла, приведенного в табл.2:

Поле	Тип	Комментарии
CONTACT_ID	TEXT	ID контакта
RESULT_CODE	TEXT	Код результата ответа: 1 – «Да», клиент хочет воспользоваться предложением; 2 – «Нет»
PHONE_NUMBER	TEXT	Контактный телефон
RESPONSE_DATE	DATE	Дата время отклика
Verification	TEXT	Признак верификации: Y – телефон верифицировался через СМС; N – нет (или стандартный отклик на предложение)

**Табл. 2. Структура ответного файла – реакция клиентов на маркетинговые предложения.**

- На основании обратного файла специалист банка будет продолжать работу с конкретными клиентами, заинтересовавшимися маркетинговыми предложениями.
- Также специалист банка может анализировать результаты (действенность) различных маркетинговых предложений и, соответственно, улучшать и модернизировать предложения, вести сводную таблицу типов клиентов и результатов воздействия на них тех или иных маркетинговых предложений, с тем, чтобы воздействие на клиента было оптимальным и продуктивным.
- Необходимо следить за тем, чтобы программы-утилиты загрузки файлов работали ежедневно по установленному расписанию, и в случае возникновения проблем обращаться в службу поддержки эксплуатации системы ДБО-MP.

#### **4) Автоматизированная подготовка маркетинговых предложений клиентам.**

Предлагаемое расширение возможностей автоматизированной подготовки маркетинговых предложений изготавливается и настраивается совместными усилиями специалистов банка и разработчиком ПО MP. Используются известные научные принципы обработки статистической и аналитической клиентской информации в ДБО-MP для выделения групп клиентов с определённой ориентацией интересов. Безусловно, сами маркетинговые предложения являются банковскими продуктами, изобретаемыми специалистами банка в соответствии с текущей политикой бизнеса самого банка. Но корреляция предложений с имеющимися группами клиентов и эффективность работы с этими группами может быть в достаточной степени определены компьютерными программами искусственного интеллекта.

Это новое направление «интеллектуализации» работы с клиентской базой данных (как ДБО-MP, так и банка в целом) может давать поразительные эффекты, не меньшие, чем такая же работа с клиентскими данными в социальных интернет-сетях. Для начала предлагается проведение исследований поведения клиентов на основе различных аналитических отчётов по базе данных ДБО-MP. Далее, по результатам этих исследований можно автоматизировать формирование определённых клиентских групп (классов) с определёнными интересами и предпочтениями. И уже для этих групп вести подготовку (придумывать) тех или иных маркетинговых предложений банка.