

RODIRECT
CROWN PLAZA, BUCURESTI

LOIALIZAREA CLIENTILOR
O POVESTE DE AMOR
...si vanzare!

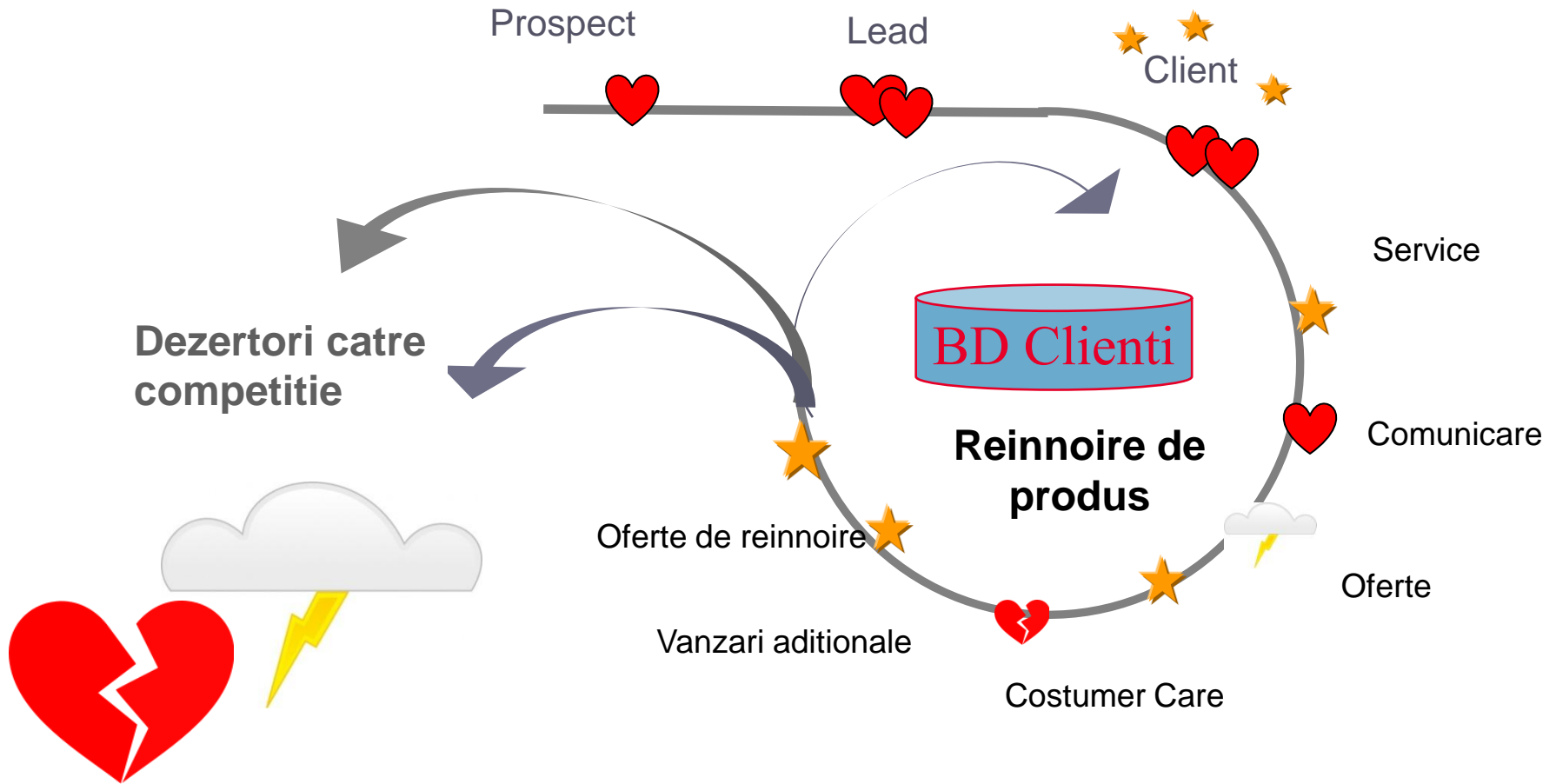
01/11/2012

DEZVOLTĂM ÎMPREUNĂ SPIRITUL DE ECHIPĂ



GRUPE SOCIETE GENERALE

EXPERIENTIA CONTEAZA!



Costumer EXPERIENCE Management

CRM nu mai este suficient !

Marketing

- Presupune totalitatea strategiilor si tacticilor pe care le folosim pentru a ajunge la prospecti si clientii vizati; la toti si la **fiecare in parte**.
- Inseamna pregatirea mesajelor care vor fi utilizate in actul de vanzare.
- Consta din cei 4P clasici imbogatiti cu relatii publice, marketing de brand, marketing viral, **marketing direct**, social etc... multe alte tipuri de marketing.

Vanzari

- Presupune interactiune personala cu prospectii si clientii.
- Adesea poate consta intr-o intalnire fata in fata sau o convorbire telefonica.
- Vanzarea presupune o **relatie directa**.
- Este orice intalnire care angajeaza compania intr-o **relatie personalizata** cu clientul.

Marketing Direct :
marketing segmentat si vanzare personalizata.

CU CE NE OCUPAM LA
BRD FINANCE?

DEZVOLTĂM ÎMPREUNĂ SPIRITUL DE ECHIPĂ




GRUPE SOCIETE GENERALE

- Membra a **Grupului Societe Generale**
- Specializata in **vanzarea creditelor de consum (IFN)**
- Filiala a Societe Generale **Consumer Finance**



- 51% din actiunile BRD Finance
- Specializata in vanzarea creditelor de consum
- Unul dintre liderii europeni in vanzarea creditelor de consum



- 49% din actiunile BRD Finance
- Locul 2 in topul bancilor din Romania
- Peste 900 agentii in reteaua nationala
-  **Team Spirit**

BRD Finance UN PORTFOLIU DE CARDURI VARIATE SI “CAPRICIOASE”

- Carduri de credit **CO-BRANDATE**
- **Parteneri diversi** de pe pietele diverse (FMCG, auto, pharma, mobila, electro-casnice, librarii etc.)
- **Diverse scheme de fidelitate**, in functie de partener.
- **Oferte promotionale foarte variate**, cat se poate de flexibile si specifice.




IN RELATIE CU TOTI CLIENTII
SI CU FIECARE IN PARTE!

DEZVOLTĂM ÎMPREUNĂ SPIRITUL DE ECHIPĂ



GRUPE SOCIETE GENERALE

Cate moduri de utilizare a cardului, TOT ATATEA SEGMENTE SI TACTICI DE MARKETING.

Segmente de clienti	Tipuri de campanie	
Carduri neactivate	→	Activarea cardului/ promotie.
Carduri cu tranzactii putine si valori mici	→	Cresterea nr. de tranzactii si a valorilor/ promotie
Carduri cu tranzactii putine si valori mari	→	Cresterea nr. de tranzactii/ promotie
.....	
Clienti cu utilizare consecventa	→	Recompense 
Clienti hiperactivi.	→	Recompense premium

- **Cele mai bune reactii la campanii** de marketing direct provin de pe **segmentele cu utilizare consecventa si de la clientii hiperactivi.**
- **Cele mai slabe rate de raspuns** la campanii provin din **segmentele** de clienti **fara obisnuinta de utilizare.**

**Analiza de comportament pune diagnosticul relatiei cu clientul.
Ne ajuta sa cunoastem clientii diferentiat.**

STUDIU DE CAZ
UTILIZAREA CARDURILOR
SI ANALIZA DE COMPORTAMENT

DEZVOLTĂM ÎMPREUNĂ SPIRITUL DE ECHIPĂ



Scade utilizarea cardului? SA O CRESTEM LA LOC!!!



Constatare

Pentru unul dintre cardurile BRD Finance, raportul de vanzari de la sfarsitul lunii a aratat ca **volumul tranzactiilor a scazut.**

Solicitarea managementului

Sa determinam **un trend de crestere a tranzactiilor** in prima jumatate a lunii urmatoare.
Sa intelegem **de ce a scazut utilizarea cardurilor.**
Sa intelegem **cum putem restabili cifrele.**

Solutia

Pas 1. (Neavand istoric), o prima campanie de masa catre totii clientii portofoliului cardului vizat.
Pas 2. Analiza de comportament a clientilor care au raspuns la campanie
Pas 3. Profilarea unui “model” de client.

Scade utilizarea cardului? SA O CRESTEM LA LOC!!!

Campania

- Oferta specifica : am stiut in linii mari **ce isi doreste clientul** -> cash-back de o anumita valoare
- Comunicare : extras de cont, **contactabilitate 100%, nu foarte intruziv.**
- Monitorizare saptamanala: **valori si numar** de tranzactii.
- Target : **totii clientii** portofoliului de card vizat.

Rezultatele

- 6%** dintre clienti au reactionat la campanie
- + xxx.xxx.xxx lei** tranzactionati



Analiza

- tranzactiile realizate de clientii care au reactionat la campanie, in **perioada campaniei comparativ** cu tranzactiile acelasii clienti din **perioada anterioara (x luni).**
- comparatie intre numarul si valoarea tranzactiilor, in medii saptamanale.
- monitorizarea acestor clienti **dupa incheierea campaniei**

Semn bun! CRESTE UTILIZAREA CARDULUI.

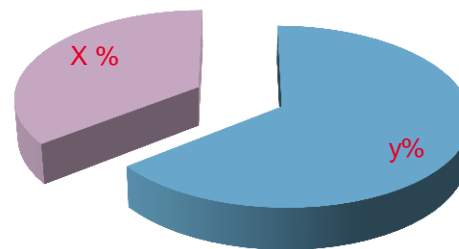


X% dintre clientii care au reactionat la campanie, **nu avusesera tranzactii in perioada anterioara** campaniei (x luni inainte).

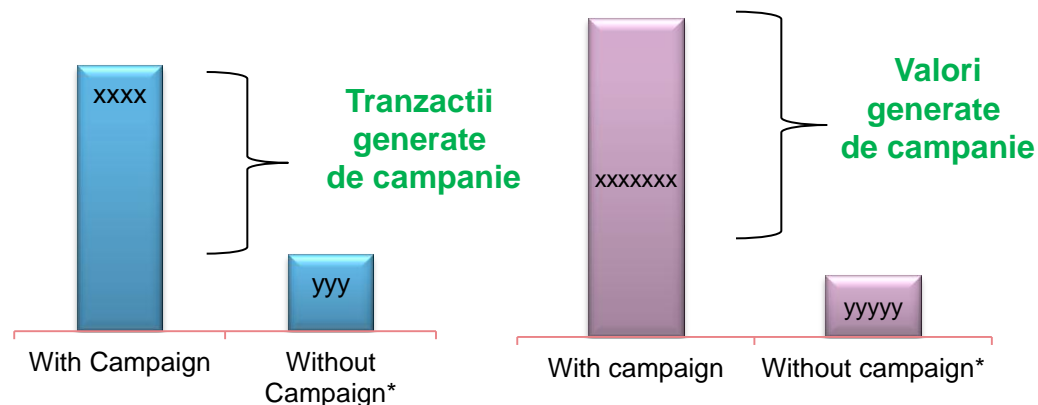
XXXX numar de tranzactii au fost realizate in total in perioada campaniei, dar dintre acestea, **YYY** ar fi fost realizate si fara campanie.

O valoare de XXXX Ron a fost tranzactionata in total in perioada campaniei, dar din aceasta, **YYY** ar fi fost realizat si fara campanie.

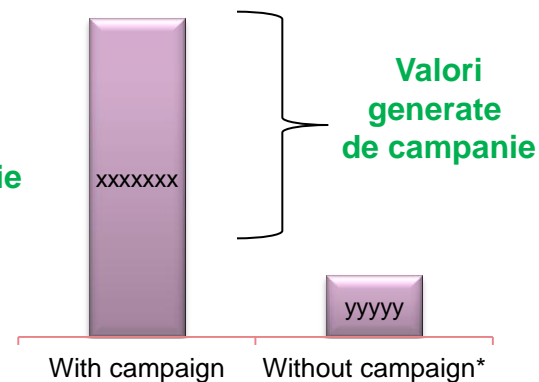
Clienti cu reactie la campanie



Numarul tranzactiilor



Valoarea tranzactiilor



SA-I CUNOASTEM MAI BINE PE ACESTI CLIENTI!

Analiza socio – demo

- 35 – 45 ani
- salariatii cu studii medii
- venituri sub 3500 Ron.

Analiza utilizarii generale a cardului

- achizitia cardului asociata unei cumparaturi importante din magazin
- 0,x tranzactii pe an (in plus fata de achizitia initiala)
- Yyy lei utilizati in medie
- atasati magazinului partener
-> co-brand

Monitorizarea comportamentului de tranzactionare post campanie

- ↗ frecventa tranzactiilor
- ↗ valoarea medie a trx pe o perioada determinata de timp.

Model de client pe care il vom viza in campanii ulterioare de acelasi tip

- **Rate de raspuns mai bune**
- **Eficienta crescuta a investitiei**

In concluzie, IUBEȘTE-ȚI CLIEȘTII DIFERIT ȘI TRATEAZA-I CUM ȘIȘI DOREȘCI!

Pasul 1. Analize regulate de comportament

Pasul 2. Campanii pe segmente de clienți specifice

Pasul 3. Tratament specific pentru fiecare segment de clienți

Pasul 4. Monitorizare constantă a comportamentului de consum.

Scop final :

**influențarea comportamentului cliențului pe termen lung,
*astfel încât relația să meargă bine.***

In cele din urmă, suntem vânzatori!

