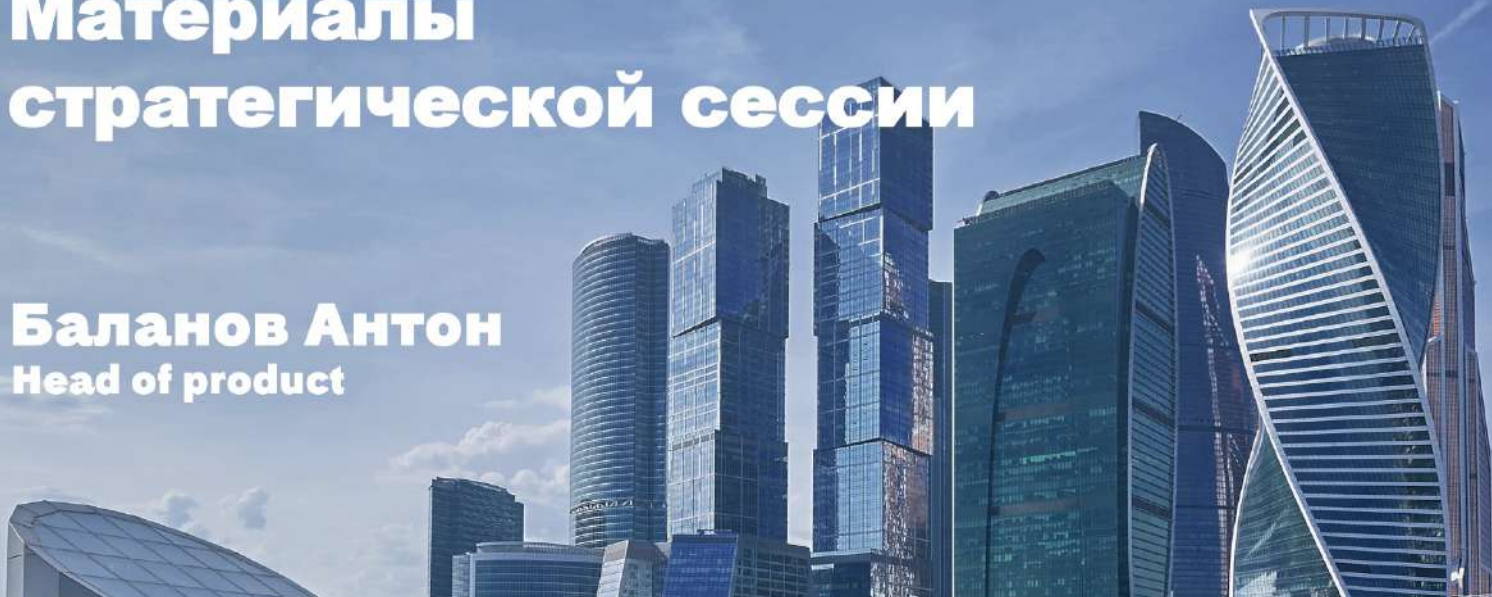


Материалы стратегической сессии

Баланов Антон
Head of product



Содержание

Тренды поведения пользователей в цифровых сервисах

Тренды поведения пользователей банков

Мульти-канальные тренды

Цифровая активность

Использование цифровых каналов

Цифровые продажи



Пользователи во время пандемии стали гораздо больше использовать мобильные устройства и компьютеры

Среди пользователей интернета в возрасте от 16 до 64

Доля российских пользователей, у которых есть устройство



Среднее время использование в день, часов



Количество пользователей, которые стали тратить больше времени на использование устройств в 2020 г. к 2019 г.



Соц. сети и мессенджеры могут стать новыми каналами для банков

Среди пользователей интернета в возрасте от 16 до 64

Пользователи интернета активно и регулярно используют социальные сети и мессенджеры

99%

Заходили в социальную сеть или мессенджер в последний месяц

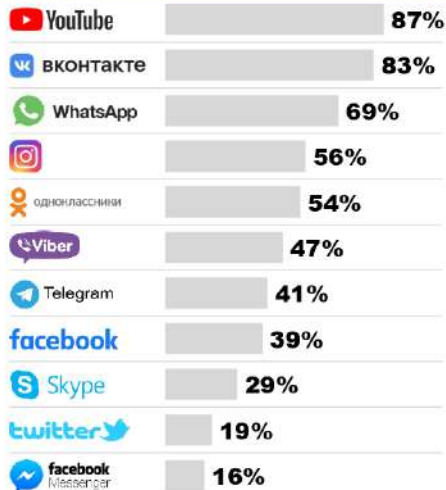
88%

Создавали контент в соц. сетях за последний месяц

2 часа

Ежедневно пользователи в России тратили на социальные сети и мессенджеры

Доля пользователей интернета в России, использующих сервис



E-commerce проникает в соц. сети и мессенджеры

Facebook и Instagram запустили продажу товаров из приложения в 2020 г.

Instagram

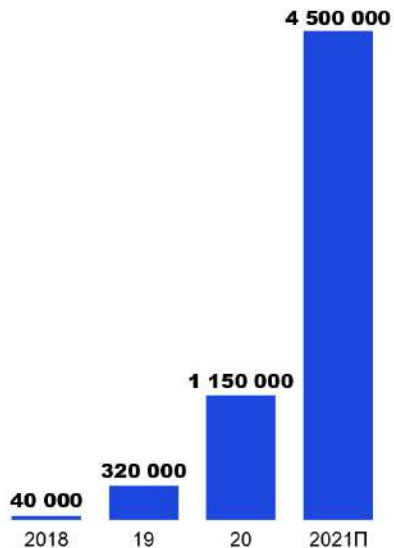


Facebook



Голосовые ассистенты и умные колонки становятся привычными интерфейсами взаимодействия для пользователей

Продажи умных колонок в России, шт.



Активные пользователи голосовых ассистентов в России, млн пользователей



Частота использования голосовых ассистентов



Количество взаимодействий ВТБ с клиентами росло медленнее чем у группы сравнения и на 2020 год было немного ниже конкурентов; мобильное приложение продолжает наращивать свою роль во взаимодействии банк-клиент

■ Отделения ■ Контакт-центр ■ Онлайн-банк ■ ATM ■ Мобильное приложение

Число взаимодействий с банком, инициированных клиентом, на активного клиента в год, 2020 г.

VTB

 RU Avg

 RU Top-4



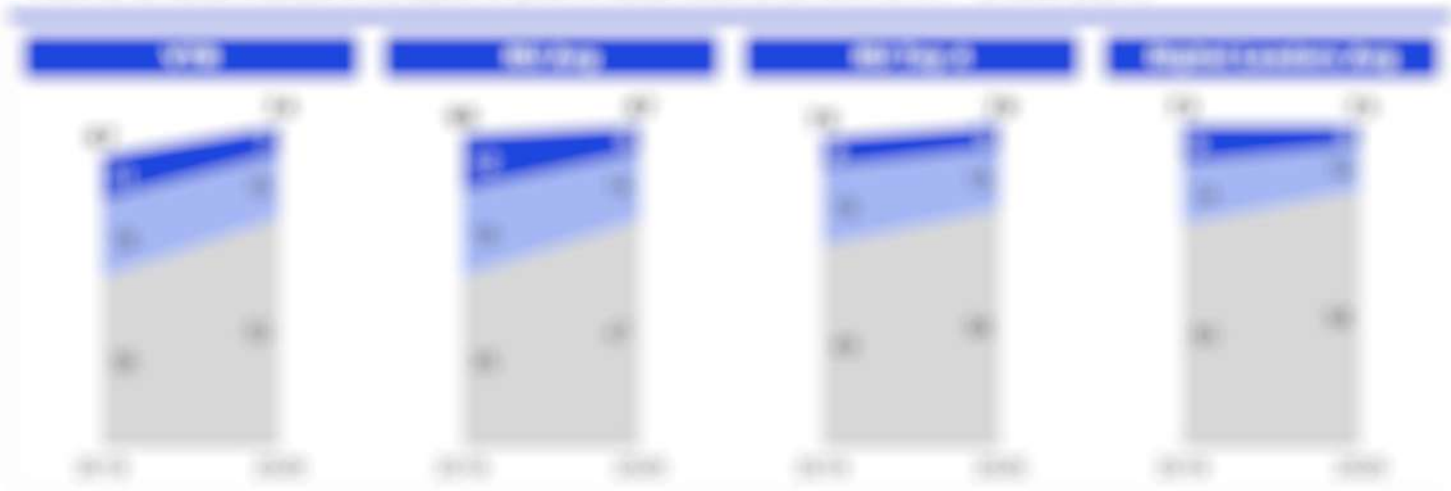
ВТБ быстрее конкурентов увеличил долю клиентов, активных в цифровых каналах; активность в отделениях, как у ВТБ,

Сравнение с конкурентами: привлечение клиентов

Активные клиенты в цифровых каналах | Активные клиенты в отделениях | Неактивные клиенты

Динамика привлечения клиентов в цифровых каналах и в отделениях

Сравнение с конкурентами: привлечение клиентов



70% российских банков увеличили мобильную активность >10%...

Российские банки: Мобильная активность (в процентах от общей активности)

Российские банки: Мобильная активность (в процентах от общей активности)



Активность пользователей



Активность банков



Сбербанк ВТБ Активность пользователей Активность банков

... рост числа мобильных пользователей продолжился в июне

Активность пользователей (в %)



Активность банков (в % от общей активности)



По частоте взаимодействий с мобильным приложением

Средняя величина: 178 человек из 1000 человек

100 200 300 400 500 600 700 800 900 1000

Ваша компания имеет среднюю величину взаимодействия с клиентами

Средняя величина взаимодействия с клиентами: 178 человек из 1000 человек



Средняя величина взаимодействия с клиентами

178 человек

У ВТБ, как и у других банков, практически все платежи и переводы

выполняются через единый платежный документ, при этом для каждого клиента выделены отдельные каналы в ВТБ онлайн, так и другие каналы

Каналы взаимодействия с клиентом

Каналы взаимодействия с клиентом: мобильное приложение, сайт, горячая линия, офис

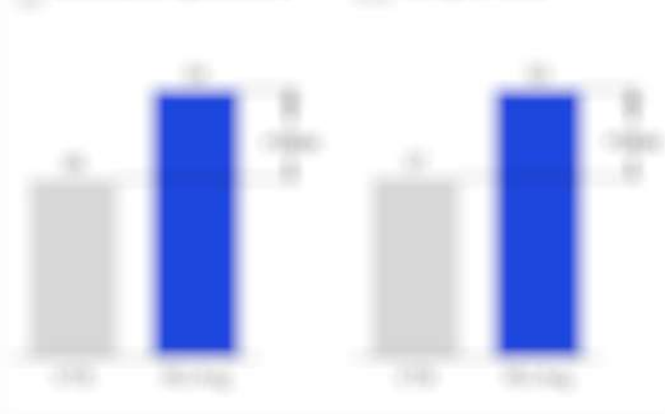
Каналы взаимодействия с клиентом



Виды платежей и переводов

Виды платежей и переводов: переводы между банками, переводы на счета, переводы в наличные, переводы на карты

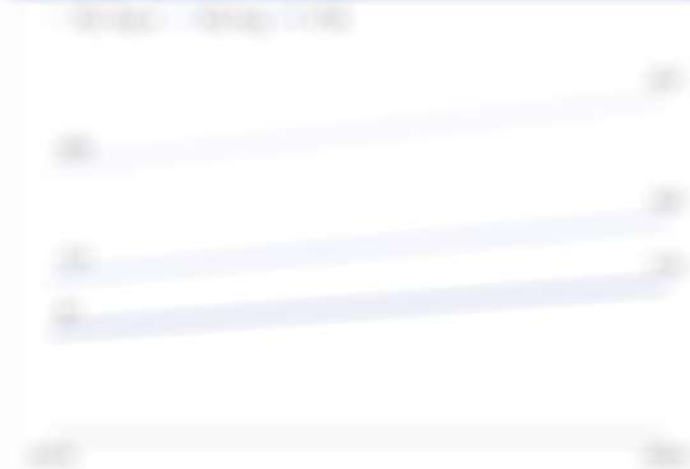
Виды платежей и переводов



Клиенты ВТБ менее активно

используют каналы продаж

ВТБ активно развивает каналы продаж, но клиенты используют их менее активно, чем клиенты других банков.



При этом Банк активно

использует каналы продаж

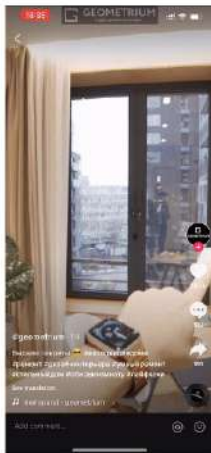
ВТБ активно использует каналы продаж, что позволяет банку активно развиваться.



Ультра-персонализация — максимальная адаптация контента, продукта или функционала под каждого пользователя

Как это реализуется

- Сбор сигналов о предпочтениях
- Принятие в расчет контекста использования
- Снятие индивидуальных метрик



TikTok

Каждым взаимодействием пользователь дает сигнал о своих предпочтениях



Endel

Персонализированная фоновая музыка в зависимости от времени, погоды и физического состояния пользователя



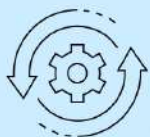
Amazon Made For You

Одежда под индивидуальным меркам, отказ от стандартных размеров

Ультра-персонализация — максимальная адаптация контента, продукта или функционала под каждого пользователя

Как это реализуется

- Персонализация всего
 - Витрины
 - Интерфейсы
 - Контент



Mmhmm

Персонализация выступлений по видеосвязи



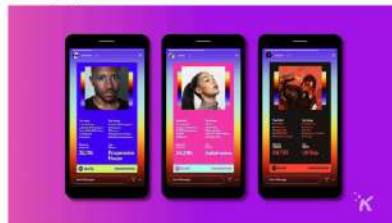
Netflix

Персонализация кавера фильма в зависимости от жанровых и актерских предпочтений



Microsoft Teams, Zoom

Автоматическая или ручная адаптация интерфейса видеозвонка



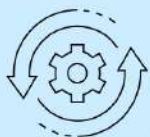
Spotify Wrapped

Подведение персональных итогов года для эмоционального вовлечения пользователей

Виртуализация офлайн-сервисов – имитация в цифровой среде привычных, офлайновых, способов выбора продукта или использования сервисов

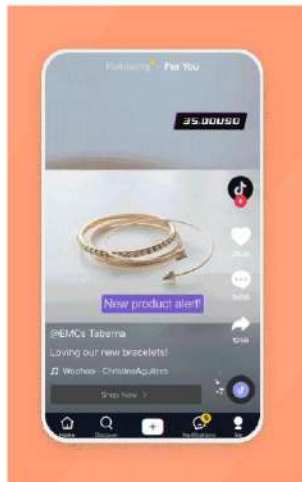
Как это реализуется

- Высоко-технологичные сайты
- Широкое использование реалистичного ЗД
- Короткие видео в TikTok
- Видеозвонки



Yandex Здоровье, ЦИАН

Консультации с врачом, показ квартир онлайн



Shopify x TikTok

Маркетплейс с возможностью рассказать о продукте в коротком видео



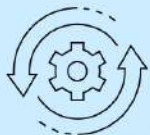
Apple Fitness +

Имитация занятий с личным тренером в спортзале

VR/AR — еще больше осмысленных применений в мире, где услуги, развлечения и досуг все быстрее становятся виртуальными

Как это реализуется

- Ритейл, покупка онлайн всего
- Развлечения — тв шоу, продолжают в ар, регулярный дроп нового контента
- Эмоциональный и иммерсивный контент
- Технологичная упаковка – стала важной точкой контакта с клиентом



Lamoda, JD, Wanna Kicks

Примерка кроссовок в AR



Disney x Facebook

Дополнения к сериалу Мандалорец в AR с регулярным дропом нового контента



New York Times x Facebook

AR журналистика, контент для инстаграма



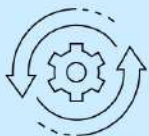
Coca Cola

Технологическая упаковка

Радикальное упрощение взаимодействия — движение к интерфейсу, который автоматически понимает, что сейчас нужно пользователю, не требуя от него вообще никаких действий

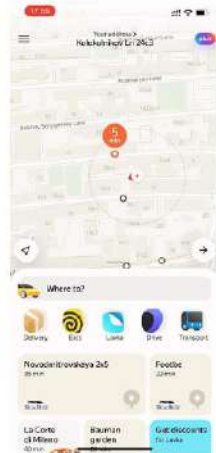
Как это реализуется

- Определение потребности по контекстным или поведенческим признакам
- Шорткаты на основе недавних действий
- Минимизация действий пользователя



Samsung Buds Pro

Автоматическое приглушение музыки и включение режима усиления внешнего звука, когда пользователь начинает говорить



Yandex Go

Шорткаты для быстрого заказа такси или любимой еды



Trigo, Grabango

Система компьютерного зрения для check-out free шопинга. Покупатель просто набирает продукты и выходит из магазина, оплата списывается автоматически

Новые способы взаимодействия — пандемия сформировала привычку безконтактности, что может открыть новые области применения управления голосом, воздушными жестами и глазами

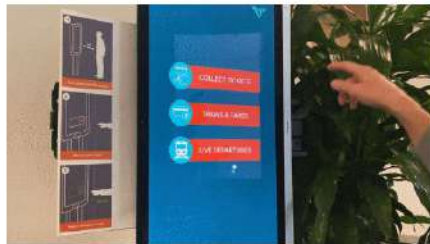
Как это реализуется

- Голос
- Жесты в воздухе
- Управление глазами
- Снижение жесткой привязки продуктов к конкретным устройствам



Google Look to speak

Управление интерфейсом глазами



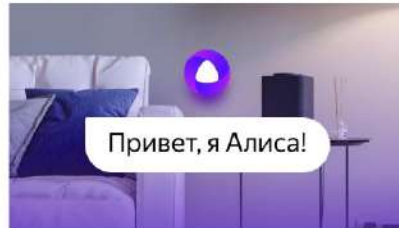
Ultraleap

Переоборудование обычных банкоматов в безконтактные



LG, Oppo и другие

Воздушные жесты для управления телефоном



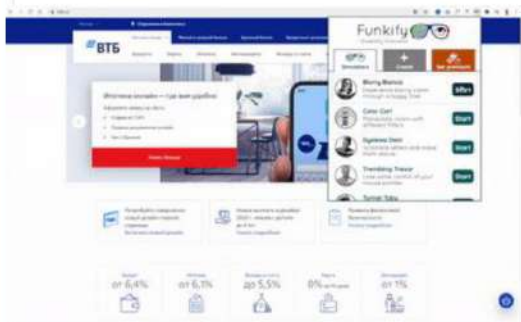
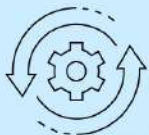
Голосовые помощники

Проникновение голосовых помощников в еще больше устройств и контекстов

Цифровая доступность — внимание к потребностям пользователей с ограничениями как требование, конкурентное преимущество и способ придумать полезные решения для широкой аудитории

Как это реализуется

- Проектирование вместе с людьми с ограничениями
- Применение принципов и инструментов по цифровой доступности
- Создание и развитие гайда по цифровой доступности



Funkify

Симулятор основных ограничений (зрение, моторика, дислексия)



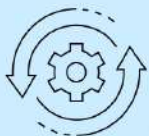
Logitech

Набор контроллеров, делающий гейминг доступным для людей с нарушениями опорно-двигательной системы

Эмоции и радость в продуктах – возросшее использование ярких выразительных средств, чтобы компенсировать уменьшение позитива офлайн

Как это реализуется

- Мультяшные иллюстрации
- 3Д
- Анимация
- Яркие цвета
- Размытые бэкграунды
- Стекломорфизм



Mmhmm.app

Яркие цвета, анимированное лого



Robinhood

Мультяшные иллюстрации в 3D



Pitch – квинтэссенция визуальных трендов

3D, анимация, стекломорфизм, размытые бэкграунды