

Влияние психотипа на поведение потребителя финансовых услуг

—
Анна Спешилова, руководитель проектов

Что банк знает о клиентах?

- Персональные данные
- История контактов
- Аналитика посещения сайта банка
- Результаты маркетинговых коммуникаций
- Кредитная история
- История платежей
- Транзакции
- История использования банковских продуктов



Что банк не знает о клиентах?

- Какие у них интересы?
- Что они изучают?
- Какие у них приоритеты?
- Какие у них внутренние мотивы?
- Как они лучше воспринимают информацию?



**Frank RG и Mail.Ru Group
провели исследование по
выявлению
закономерностей между
психологическим типом
потребителя, его
интересами и финансовым
поведением**

Об исследовании Frank RG и Mail.Ru Group

1. Анализ потребления финансовых продуктов на базе исследований Frank RG

Мониторинг объемов продаж банковских продуктов

- анкетирование банков, 3/4 рынка
- 7 продуктовых сегментов

Детализация банковской розницы по клиентским сегментам

- анкетирование банков, 2/3 рынка
- 3000 микросегментов по доходам, остаткам и транзакциям
- 107 млн активных клиентских счетов
- 160 показателей по банковским продуктам (карты, депозиты и кредиты)

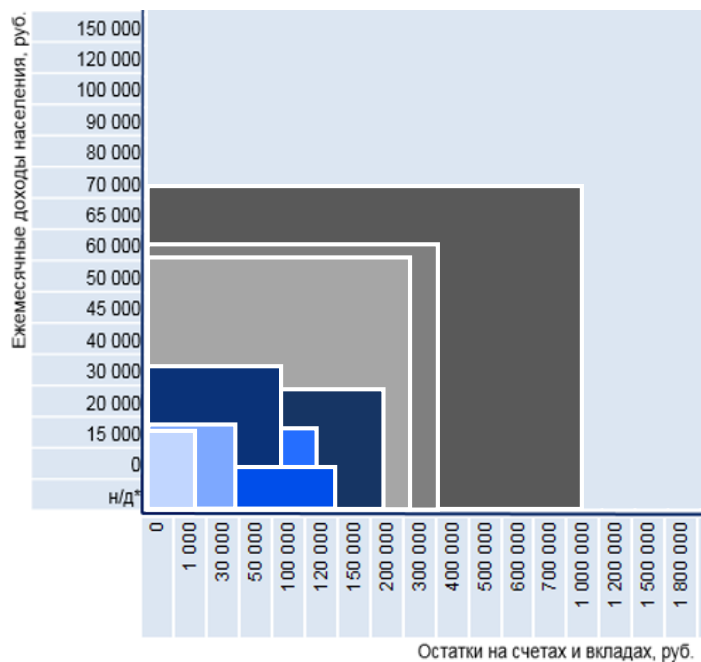
2. Сегментирование интернет-аудитории по психотипам:

- анкетирование 200 тысяч пользователей по авторской анкете MBTI на Research Mail.Ru
- построение математической модели с помощью machine learning
- применение модели к сегменту активных интернет-пользователей

3. Анализ интернет-интересов в разрезе построенных сегментов

Границы младшего сегмента варьируются от 1 тыс. руб. до 1 млн руб. по остаткам на счетах

Младший сегмент в различных банках



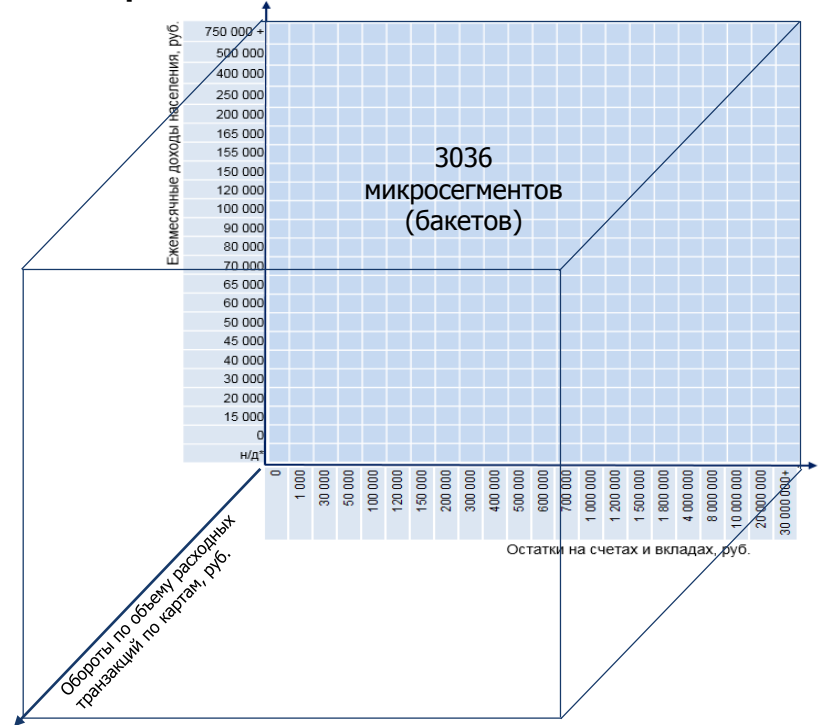
Как сравнить?



Конструктор сегментаций состоит из 6 измерений: доходы, остатки, транзакции, география, пол и возраст



Универсальная сегментация



Мы собираем 67 показателей, а анализируем и оцениваем рынок по 160

Собираем

Группы показателей	Типы показателей					
	Количество клиентов	Количество продуктов	Объем транзакций	Количество транзакций	Портфель	Выдачи
Активные клиенты (2 шт.)	●					
Пластиковые карты (18 шт.)	●	●	●	●	●	
Счета и вклады (31 шт.)	●	●			●	
Кредиты (16 шт.)	●	●			●	●

Считаем

Расчетные показатели

- Среднее количество продуктов на 1 активного клиента
- Средние объемы транзакций на 1 активного клиента
- Средние объемы транзакций на 1 продукт
- Среднее количество транзакций на 1 активного клиента
- Среднее количество транзакций на 1 продукт
- Средние значения портфелей привлеченных и размещенных средств на 1 активного клиента
- Средние значения портфелей привлеченных и размещенных средств на 1 продукт

Оцениваем

Объем рынка (100%) по каждому показателю

[Объем рынка] = [Сумма по исследуемым банкам] * 100% / [Суммарная доля пула исследуемых банков, %]

16 типов личности по методу Майерс-Бриггс

		Thinking		Feeling	
		Judging	Perceiving	Judging	Perceiving
Extraversion	Sense	ESTJ	ESTP	ESFJ	ESFP
	iNtuition	ENTJ	ENTP	ENFJ	ENFP
Introversion	Sense	ISTJ	ISTP	ISFJ	ISFP
	iNtuition	INTJ	INTP	INFJ	INFP

Шкала Т-F — основа принятия решений, где
Thinking, мышление — рациональное взвешивание альтернатив,
Feeling, чувство — принятие решений на основе эмоций.

Шкала J-P — способ подготовки решений, где
Judging, суждение — склонность планировать и заранее упорядочивать информацию,
Perception, восприятие — склонность действовать без детальной предварительной подготовки, больше ориентируясь по обстоятельствам.

Шкала E-I — ориентация сознания, где
Extraversion, экстраверсия — ориентация сознания наружу, на объекты,
Introversion, интроверсия — ориентация сознания внутрь, на субъекта.

Шкала S-N — способ ориентироваться в ситуации, где
Sense, здравый смысл — ориентация на конкретную информацию,
iNtuition, интуиция — ориентация на обобщенную информацию.

Администратор

Психология:

Человек-порядок. Практичен, реалистичен, внимателен к деталям. Исполнителен, ответственен и последователен.

Интересы:

- Профессиональные области: автомобильный бизнес, юриспруденция, строительство и недвижимость, производство, IT, управление персоналом
- Спортивный новостной контент
- Футбол, велосипед, сноуборд, лыжи
- Туризм
- Автомобили
- Бары и рестораны



Администратор

Финансовые продукты:

Администратор – клиент-мечта для банков. Он интересуется и пользуется почти полным спектром финансовых продуктов.

Активно интересуется и выбирает:

- Потребительский кредит
- Кредитные карты
- Ипотечный кредит
- Автокредит
- Микрозаймы
- Депозиты
- Котировки и фондовые рынки (Москва)
- Кредиты для малого бизнеса
- Страховые продукты



Политик

Психология:

Смел, оригинален, импульсивен. Часто не логичен. Любит все прекрасное, но при этом достаточно практичен. Любит адреналин и острые ощущения. Всегда находится в движении.

Интересы:

- Профессиональные области: консультант, юрист, сфера недвижимости
- Подвижный спорт, особенно футбол
- Путешествия, особенно интересуется Америкой
- Доставка еды



Политик

Финансовые продукты:

Политик – экспериментатор. Экспериментирует он в том числе и в бизнесе.

Активно интересуется и выбирает:

- Кредиты для малого и среднего бизнеса
- Ипотечный кредит
- Автокредит
- Кредит наличными
- Кредитные карты
- Микрозаймы
- Онлайн банк

Не интересуется:

- Вклад



Предпочтения москвичей

Спрос на банковские продукты отличается в разных регионах России.

Наиболее интересный регион для банков – Москва.

Например, средний размер выданного **ипотечного кредита** в Москве превышает в 2,4 раза размер ипотеки, выданной в других регионах.

Средний размер **вклада** в столице также превышает размер регионального вклада в 2,4 раза.

Микрозаймы	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	4	3	2	3	5	5
Кредитные карты	2	3	3	3	1	4	3	2	3	4	3	3	4	4	5	5
Кредиты наличными	3	3	3	1	5	4	3	3	3	4	4	3	3	5	5	5
Автокредиты	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	5	4	4
Ипотека	2	3	2	2	1	4	2	2	3	3	3	4	3	5	5	5
Вклады	3	3	3	4	4	3	4	5	3	4	1	4	4	5	4	5
	ENFJ	INFJ	INFP	INTP	ESTP	ISFJ	INTJ	ISTP	ENFP	ISTJ	ESFJ	ISFP	ENTP	ENTJ	ESFP	ESTJ
	Наставник	Гуманист	Лирик	Критик	Маршал	Хранитель	Аналитик	Мастер	Советчик	Инспектор	Энтузиаст	Посредник	Искатель	Предприниматель	Политик	Администратор

Каждому продукту – свой клиент

Самые активные потребители кредитов — Администратор и Политик. Средняя сумма кредита наличными составляет для каждого типа 160 и 130 тысяч рублей соответственно, автокредита — 300 и 260 тысяч рублей соответственно.

Самые консервативные клиенты — Наставник, Гуманист и Лирик. Наставник в целом не активно интересуется любыми банковскими продуктами. Гуманист и Лирик активно потребляют только ипотечные продукты: 2,2 млн руб. и 2,4 млн руб. соответственно.

Заинтересовать биржевыми операциями можно только столичных жителей с высоким доходом. В Москве это Советчик, а в Санкт-Петербурге – Критик.

В поиске кредита для бизнеса находятся, как правило, Политик и Предприниматель, а также Энтузиаст с доходом выше среднего.

В Москве или Санкт-Петербурге это могут быть обеспеченные Искатель, Инспектор или Аналитик.

В заключении

1. Выявлены закономерности между типом личности, потребительским поведением и финансовым поведением
2. Проект Frank RG по клиентским сегментам позволяет
 - составлять любую сегментацию
 - на регулярной основе отслеживать динамику показателей у конкурентов
3. Модель Mail.Ru Group позволяет сегментировать:
 - без анкетирования в автоматическом режиме
 - быстро
 - по любой методологии (MBTI, BIG5 или любой другой)
4. Проекты уже сегодня могут быть применены для более глубокого понимания предпочтений потребителей в целях повышения эффективности маркетинга и продаж



Анна Спешилова
Руководитель проектов

speshilova@frankrg.com
+7 (916) 908-17-97

FRANK RG

125167, Москва, Ленинградский проспект,
дом 37, корп. 3, офис 406

+7 (499) 922 4518
info@frankrg.com

www.frankrg.com