

Исследование цифрового маркетинга рынка российского FinTech и разработка системы рекомендаций для Райффайзенбанка

Научный руководитель – Слепенкова Елена Михайловна

Фролова Д.Д.¹, Александрова П.А.², Шарпенкова А.А.³, Королев Т.Ю.⁴, Кузнецова Е.С.⁵

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра маркетинга, Москва, Россия, *E-mail: 0001609000@mail.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия, *E-mail: p.aleksandrova@yandex.ru*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия, *E-mail: sharpenkovaanna@gmail.com*; 4 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра маркетинга, Москва, Россия, *E-mail: teamcorebiz@gmail.com*; 5 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра маркетинга, Москва, Россия, *E-mail: kuznetliza1522@gmail.com*

Сегодня одним из наиболее бурно развивающихся сегментов российской экономики является рынок FinTech. Между инновационными банками ведётся ожесточенная борьба за клиентские сегменты, что стимулирует их совершенствовать свои стратегии интернет-маркетинга и создавать новые тренды. Именно уровень используемых технологий и грамотность цифрового маркетинга определяют лояльность потребителей и конкурентоспособность компаний.

В рамках данного исследования был проведён сравнительный анализ цифровых стратегий и тактик топ-10 инновационных банков из рейтинга Сколково [1], целью которого являлась разработка системы предложений по совершенствованию интернет-маркетинга Райффайзенбанка, занимающего не лидирующую позицию.

· **Стратегия**

Мы выделили 3 основных сегмента целевой аудитории, их поведенческие, психографические [8] и описательные характеристики [3]. В результате сформулировали online value proposition каждого из сегментов, ориентируясь на ключевые потребности клиентов Райффайзенбанка.

· **Тактика**

На основе анализа позиций Райффайзенбанка в поисковой выдаче по ключевым запросам [4] мы определили услуги и продукты, формирующие его конкурентные преимущества (бизнес онлайн, кредит для ИП, кредитная карта, эквайринг). В то же время банк отстаёт по таким запросам, как рефинансирование кредита, кредит под залог недвижимости, ипотека, расчётный счет.

Кроме того, мы провели аудит маркетингового стека конкурентов [7] и сформулировали рекомендации по использованию технологий в следующих сегментах: Advertising, Marketing, Analytics, E-commerce, EmailServices.

На основе анализа брендинга [6] и пользовательского опыта клиентов [2] банков был сделан вывод о том, что Райффайзенбанку следует ужесточить наказание для персонала за утечку пользовательских данных для решения проблемы кибербезопасности и повысить удобство мобильного приложения, упростив интерфейс.

Были также разработаны следующие предложения по совершенствованию SMM [9] выбранного банка: улучшить качество контента на YouTube; сделать тематическую группу ВК по инвестициям с обучающим видео-контентом по актуальным темам; создать собственные подкасты по теме финансов, инвестиций, бизнеса для привлечения молодой аудитории.

Помимо этого, мы проанализировали контент в Инстаграм-аккаунтах конкурентов, выявив их сильные и слабые стороны. На основе полученных данных мы сделали вывод о том, что Райффайзенбанку стоит создавать больше видео-контента, улучшить качество фото-контента, использовать фото-карусели для постов с длинным текстом, а также публиковать больше контента с текстом на картинке, а не в описании. Также рекомендуется запустить Reels, объединяя полезный контент для потребителя и креативную рекламу новых продуктов в процентном соотношении 80% к 20%.

На основе данных сервиса Yoloco [10] мы подобрали как крупных, так и мелких инстаграм-инфлюенсеров для сотрудничества с выбранным банком, акцентируя при этом внимание на микроинфлюенсерах, которые приносят наибольшую эффективность в привлечении новых клиентов.

Исходя из объёма трафика на сайте raiffeisen.ru [5], был сделан вывод о том, что использование рекламных инструментов в Google является более эффективным, чем в Яндекс.

Источники и литература

- 1) «Сколково» опубликовало рейтинг самых инновационных банков. Sk. [Электронный ресурс]. URL: <https://sk.ru/news/skolково-opublikovalo-rejting-samyh-innovacionnyh-bankov/> (дата доступа: 03.03.2022)
- 2) App Store, Google Play. География: Россия. Дата обращения: 12.11.2021.
- 3) Iqbuzz.pro. География: Россия. Период: апрель-сентябрь 2021 г.
- 4) MegaIndex. География: Москва. Период: август 2021 г.
- 5) MegaIndex. География: Россия. Период: 14.12.2021–14.01.2022.
- 6) Otzovik. География: Россия. Дата обращения: 12.11.2021.
- 7) SimilarTech. Дата обращения: 05.10.2021.
- 8) Similarweb. География: Россия. Период: сентябрь 2021 г.
- 9) Similarweb. География: Россия. Период: октябрь 2021 г.
- 10) Yoloco. География: Россия. Дата обращения: 30.11.2021.