

DerEX

Derivative EXpert

«Технология продаж и продвижения Интернет-трейдинга»

Маркетинг

Отличие Интернет-трейдинга от других финансовых продуктов

Целевая аудитория

Общее отношение к финансам

Восприятие рынка ценных бумаг

Удержание клиентов



Отличие Интернет-трейдинга от других финансовых продуктов

- Ду
- Банковские услуги
- Страхование
- ПИФ/ОФБУ



Целевая аудитория

- **Общая сегментация целевой аудитории**

По доходам/ величине счета:

Premium от \$300 000

Gold от \$100 000

Silver от \$10 000 до \$100 000

Mass до \$10 000



Целевая аудитория

По отношению к рынку ценных бумаг

- Non-users
- Пользователи банковских продуктов
- Потребители инвестиционных фондов
- Потребители ценных бумаг/ доверительное управление активами



Общее отношение к финансам

- Восприятие понятий сбережений и инвестиций
- Отношение к финансам. Модели поведения
- Источники информации



Восприятие понятий сбережений и инвестиций

СБЕРЕЖЕНИЯ

- Менее рискованны, существует страхование рисков
- Менее доходны, доход не покрывает инфляцию
- Ассоциируется с чем-то устаревшим
- Требует небольшого времени: можно положить деньги в банк, либо оставить «дома, чтобы просто лежали»



Восприятие понятий сбережений и инвестиций

ИНВЕСТИЦИИ

- Более рискованны, нет страхования и гарантий
- Возможна высокая доходность
- У не пользователей ассоциируется с чем-то не понятным, а потому «страшным»
- Необходимо тщательно планировать, что требует большего времени. Инвестиции – более серьезный шаг



Отношение к финансам. Модели поведения

- **Новорожденные.** 3-7 сделок в неделю.
- **Мало информированные новорожденные** около 1 сделки в неделю.
- **Авантюристы-предприниматели.** от 10 до 100* сделок в день. В случае использования «роботов» количество совершаемых сделок резко возрастает (до **1000-20000** тысяч сделок в день).
- **Бизнесмены.** от 7 до 20 сделок в неделю.
- **Осторожные рационалисты.** от 5 до 15 сделок в неделю.
- **Традиционалисты.** 10 – 30 сделок в неделю.



Отношение к финансам. Модели поведения

Группа	Предпочитаемые инструменты
Новорожденные	Акции – голубые фишки
Авантюристы-предприниматели	Фьючерс на индекс, арбитражные схемы
Бизнесмены	Акции, облигации, фьючерсы
Осторожные рационалисты	Акции – голубые фишки, реже акции второго эшелона
Традиционалисты	Акции первого и вторых эшелонов, фьючерсы, облигации, опционные стратегии



Источники информации

- Друзья и знакомые
- Internet, сайты инвестиционных и управляющих компаний (non-users – инфопорталы, биржа; users – блоги)
- Телевизионные новости и передачи (РБК, Эксперт ТВ)
- Реклама:
 - Реклама в журналах и газетах: Финанс., D', Эксперт, Коммерсантъ, Ведомости, Форбс, РБК, Русский NewsWeek, Власть
 - Реклама в подъездах и метро
 - Рекламные щиты



Восприятие рынка ценных бумаг

- Отношение к ценным бумагам
- Модели потребительского поведения на рынке ценных бумаг
- Причины выбора самостоятельной работы на рынке ценных бумаг
- Критерии выбора брокера
- Модели поведения при падении «голубых фишек»
- Рынок ценных бумаг: мифы и реальность



Отношение к ценным бумагам и мотивация потенциальных клиентов

- Недостаточность знаний о рынке ценных бумаг делает его недоступным, непонятным и «опасным» для некоторых респондентов
- Необходимость наличия большой суммы денег
- Для того, чтобы работать на фондовом рынке через брокера необходимо иметь «большую базу знаний» и специализированное образование
- Самостоятельная работа через брокера более рискованная, чем ПИФы



Причины выбора самостоятельной работы на рынке ценных бумаг

- Ощущение контроля собственных средств
- Советы знакомых и друзей
- Реклама
- Любопытство/мода
- Стабильность экономики/ вера экономику и предприятия



Критерии выбора брокера

- Надежность
- Известность
- Профессионализм
- Тарифный план/ ставка маржинального кредитования
- Опыт друзей и знакомых
- ПО
- Удобство расположения
- Высокое качество обслуживания



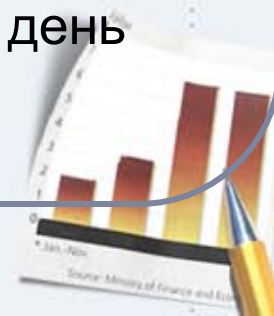
Модели поведения при падении «голубых фишек»

- Атеист – не верит долгосрочное падение, переживает кризис
- Перестраховщик – выводит часть/ все средства (диверсифицирует риск)
- Аналитик – анализирует ситуацию, ищет возможность заработать на падении



Рынок ценных бумаг: мифы и реальность

- По мнению респондентов, до получения реального опыта работы на рынке ценных бумаг у них существовали следующие ложные представления:
 - Миф 1. «Голубые фишки», особенно Газпром и Лукойл, не могут упасть или обесцениться, они должны постоянно расти
 - Миф 2. «Если что-то падает, оно обязательно вырастет».
 - Миф 3. Опасение, что покупаешь «пустое место»
 - Миф 4. Необходимо иметь глубокие экономические познания
 - Миф 5. Необходимость «сидеть» на рынке каждый день



Удержание клиентов

- Основные потребности клиента
- Дополнительные факторы, влияющие на сохранение клиента
- Возможные причины ухода с рынка ценных бумаг или смены брокера



Основные потребности клиента

- Технологичность в обслуживании – вывод средств; наличие ЭЦП, отсутствие бумажного документооборота; функциональный личный кабинет (on-line отчет, заявление на вывод средств, не торговые поручения, налоговый калькулятор)
- Набор площадок и инструментов (как можно больше рынков, доступность всех инструментов на этих рынках)
- Программы поддержания лояльности клиентов
- Обучение
- Аналитическая поддержка
- Дополнительные сервисы (например, sms рассылки)
- Гибкая сетка тарифов



Дополнительные факторы, влияющие на сохранение клиента

- Интересные системы on-line обучения с мировыми экспертами
- Программы лояльности, как для новых, так и для существующих клиентов
- Простота и удобство выхода на западные рынки



Возможные причины ухода с рынка ценных бумаг или смены брокера

- **Глобальные или общероссийские экономических катастрофы**
- **Потеря всех средств, размещенных на брокерском счете или личные финансовые проблемы**
- **При изменении личных приоритетов.**
- **Изменение политики правительства**



Причины смены брокера

- Изменение отношения к клиенту и ухудшение качества обслуживания, к которым респонденты относят:
 - проблемы с ПО;
 - увеличение числа инвесторов при неизменном количестве менеджеров;
 - отсутствие обратной связи на вопросы и жалобы клиентов;
 - отсутствие необходимых услуг.
- Уход личного менеджера, либо других «хороших и известных аналитиков» в аналогичные компании.



PR – технологии

- контентное наполнение основных теле, радиоканалов, основных печатных и Интернет СМИ информацией о фондовом рынке – котировки, прогнозы, аналитика.
- Обеспечение эффекта «присутствия»
- Формирование базы лояльных СМИ и журналистов



Медиа

- Интернет
- Печатные СМИ
- Радио
- Телевидение
- Наружная реклама
- Мобильные точки продаж (работа с холодными базами)



Derivative Expert

www.derech.ru

Виктория Дьякова,
Заместитель генерального директора

viktoria@derech.ru

(495) 733 95 12

