



# ДУНАМІКА — ПРОДАЖИ

Концепція питча

декабрь — 2022

# Что нам нужно

- Презентация для 10-15 минутного питча.
- Питч должен содержать вводную информацию о нас и нашем решении (первая встреча с потенциальным клиентом)
- Как правило, питч предшествует демонстрации функциональности решения.
- Аудитория: ТОП – менеджеры банков (руководители бизнес-подразделений, IT, проектных офисов и т.д.)

В презентацию необходимо включить:

- ✓ информацию о компании
- ✓ опыт работы (партнёры, кейсы)
- ✓ решение: какие проблемы решает, из чего состоит, в чём особенность, BI-аналитика
- ✓ эффективность в цифрах
- ✓ стек технологий

***Структура, порядок изложения и содержание могут быть изменены на основании рекомендаций***

## Что нам нужно

- Информация о компании – слайд 28,
- Опыт работы – слайды 18, 29,
- Решение – слайды 3-7, 10-16, 21-26
- Эффективность в цифрах – слайды 13, 25
- Стек технологий – слайд 27

- Решение – экосистема компонентов, позволяющая полностью оцифровать процесс продаж в Банке (см. следующий слайд)
- Решение необходимо презентовать, как нечто целое, но при этом состоящее из компонентов, каждый из которых имеет свои полезные свойства и может переиспользоваться в разных бизнес-процессах

# Дynamika: компоненты для оцифровки процесса продаж

## Точки касания клиентов

Фронт-офис

Колл-центр

Личный кабинет

Онлайн заявки

Электронная очередь

## Артефакты для структурирования продаж

Продуктовый каталог

Клиенты

## Инструменты для продаж

Маркетинговые кампании

Задачи

Сделки

Кредитный конвейер

*Визуализация должна демонстрировать: все компоненты связаны, их совместное использование усиливает эффективность продаж и позволяет полностью оцифровать весь клиентский путь (все точки касания), также см. слайды 30, 31*


# Дунаміка: компоненти краткое описание роли в системе *(информационно)*

Компонент	Роль в экосистеме
Маркетинговые кампании	Формирование интереса к продуктам Банка. 1) Сегментирует клиентов, выявляя целевую аудиторию (компоненты Клиенты и Продуктовый каталог) 2) Назначает задачи сотрудникам банка для коммуникации с выбранным сегментом (Задачи) или формирует персональное предложение в Личном кабинете клиента (Личный кабинет) и фронт-офисной системе (Фронт-офис)
Задачи	Назначение задач сотрудникам Банка и контроль их исполнения
Сделки	Формирование последовательных задач для поэтапного доведения ЛИДа до заключения договора или завершения любого другого процесса
Кредитный конвейер	Бизнес-процесс от поступления заявки на кредит (через Личный кабинет, Фронт-офис или иной канал) до выдачи кредита.
Фронт-офис	Единое окно работы операциониста с возможностью дополнительных продаж (Маркетинговые кампании) и распределения загрузки между сотрудниками (Электронная очередь)
Колл-центр	Единое окно работы оператора с входящим потоком (Фронт-офис) или формирование исходящего потока (Маркетинговые кампании)
Личный кабинет	Канал коммуникаций с клиентом с возможностью формирования заявок на продукт (Онлайн заявки) и персональных предложений для клиента (Маркетинговые кампании)


# Продажи с Dynamika: какие проблемы решаем

Проблема	Решение Dynamika
До 40% банков признают, что функциональности монолитного продукта недостаточно или, наоборот, имеющаяся функциональность не освоена банком	Банк-партнёр внедряет только те компоненты, которые ему необходимы
Продукты, имеющиеся на рынке, позволяют построить «типовой бизнес процесс», аналогичный процессу банков-конкурентов	Благодаря гибким настройкам компонентной экосистемы, банк получает процесс с учетом специфики и особенностей своего развития.
Конкуренты продают продукты, а не оцифровывают процессы. Между решениями возникают не оцифрованные «дыры», нет возможности построить карту digital-пути клиента в банке	Динамика не продаёт продукты, а оцифровывает клиентский путь (все точки касания клиента), позволяет построить и проанализировать CJM
Сложности в управлении процессом продаж из-за большого количества вовлеченных сотрудников, включая тех, для кого продажи не являются основным функционалом	Продажи Dynamika организованы через постановку задач (отдельно, в рамках Маркетинговых кампаний или Сделок). Все задачи назначаются исполнителю, имеют срок выполнения и результат, что упрощает контроль дисциплины, загрузки и эффективности.
Самая высокая текучка в Банках - среди сотрудников, работающих в подразделениях продаж и фронт-офисах	Компоненты Dynamika позволяют работать в едином, интуитивно понятном интерфейсе с доступом ко всей необходимой информации для комфортной работы, реализацией подсказок. Сокращается срок обучения сотрудников, снижаются требования к компетенции, упрощается взаимодействие с клиентом
Основная причина недовольства текущим работодателем – отсутствие прозрачной денежной мотивации.	Решение Dynamika позволяет проанализировать эффективность сотрудника, его загрузку, отделить кросс-продажи и т.п. Эти параметры могут быть использованы для расчета мотивации.


# Почему Dynamika?




**Экосистема:** закрываем полностью глобальный процесс продаж




**Компонентная логика:** внедряем только то, что нужно, «дружим» с тем, что уже есть




**Синергия компонентов:** доп. эффект сопоставимый с основным ожидаемым



**BI-аналитика:** эффективный, прозрачный и управляемый процесс



**Отечественное ПО:** первый шаг на пути к технологическому суверенитету



**Опыт и свежий взгляд:** 15 лет на рынке и все современные тенденции



# Презентации Dynamika





# DYNAMIKA — FRONT SURFING

Офлайн обслуживание клиента

октябрь — 2022


# Офлайн обслуживание: атавизм или точка роста?

Тренд по развитию онлайн продуктов и сервисов привел к **моральному устареванию офлайн каналов**.

Банки больше не вкладываются в офисы, но продолжают нести **расходы на их содержание**.

Попытки «оптимизировать» сеть через закрытие офисов и сокращение графиков рабочих часов приводят к **потере клиентской лояльности и перегрузке инфраструктуры офиса**.

Негатив, связанный с долгим обслуживанием в офисе, **сказывается на деловой репутации Банка**, является важным критерием выбора клиентом Банка-партнёра.



Для Банка офлайн канал – это редкая возможность «взглянуть в глаза» клиенту, **упрощает формирование эмпатии к клиентам**.

Офис Банка должен ассоциироваться не с талоном электронной очереди и ожиданием, а с **полезным и приятным общением**.

Сотрудники офиса не только обрабатывают входящий запрос клиента, но и **предлагают дополнительный продукт или сервис**, с высокой вероятностью интереса.

**Продающий фронт-офис** с минимальными сроками проведения рутинных операций – тренд, который никогда не потеряет актуальности.

# Dynamika Front Surfing

Уникальное решение  
Dynamika Front Surfing –  
не просто фронт-  
офисная система, это  
полноценная  
цифровая  
трансформация  
офлайн  
обслуживания.

## Доходность

Инструменты продаж и Upsale – основа эффективной работы Front Surfing, а значит, и офиса Банка

## Оптимизация

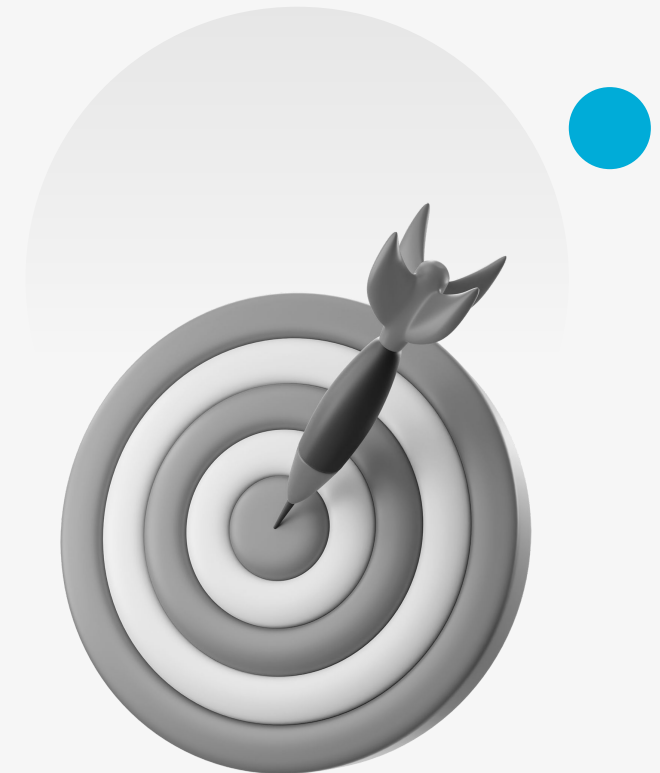
Простой и интуитивно понятный web-интерфейс без необходимости перехода в другое ПО Банка

## Интеграция


Продукт «под ключ» включая настройки и интеграции. **Большой опыт интеграции с ЦФТ.**

## Управление

BI-аналитика для оперативной оценки и управления процессом обслуживания





# Dynamika Front Surfing: ОПТИМИЗАЦИЯ




**Единое окно** (web-интерфейс) для операционного обслуживания физических и юридических лиц, **без необходимости перехода в АБС** и другое ПО Банка

Доступна **информация о клиенте и его продуктах**, а также **весь набор банковских операций** с необходимым разграничением по правам и ролям.



**Автоматические параллельные проверки** в фоновом режиме до начала работы с клиентом.  
**Дополнение информации о клиенте** данными из различных источников.

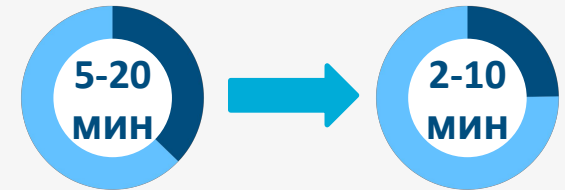
Настройка бизнес-процесса осуществляется в **Camunda BPM**, Банк может отследить и поменять всю логику и этапы процедуры без внесения доработок в систему.



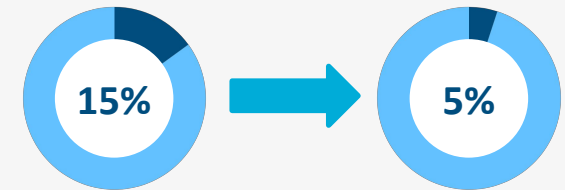
# Офлайн обслуживание: быстрее и эффективнее

- Существенное сокращение срока обслуживания клиента за счет работы в интуитивно понятном интерфейсе
- Рост эффективности работы офиса в моменты «пиковой нагрузки», возможность перераспределить время сотрудников на другие задачи, включая Upsale.
- Минимизация «технических» пауз – ожидания загрузки данных, завершения процесса идентификации и т.п.
- Сокращение времени на обучение фронт-линии: понятный интерфейс для рутинных операций, подсказки и скрипты в едином интерфейсе.
- Система легко адаптируется под нужды call-центра (есть опыт внедрения).

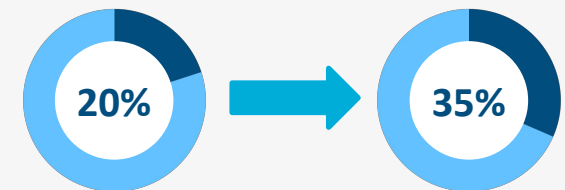
**Срок оформления продукта:**



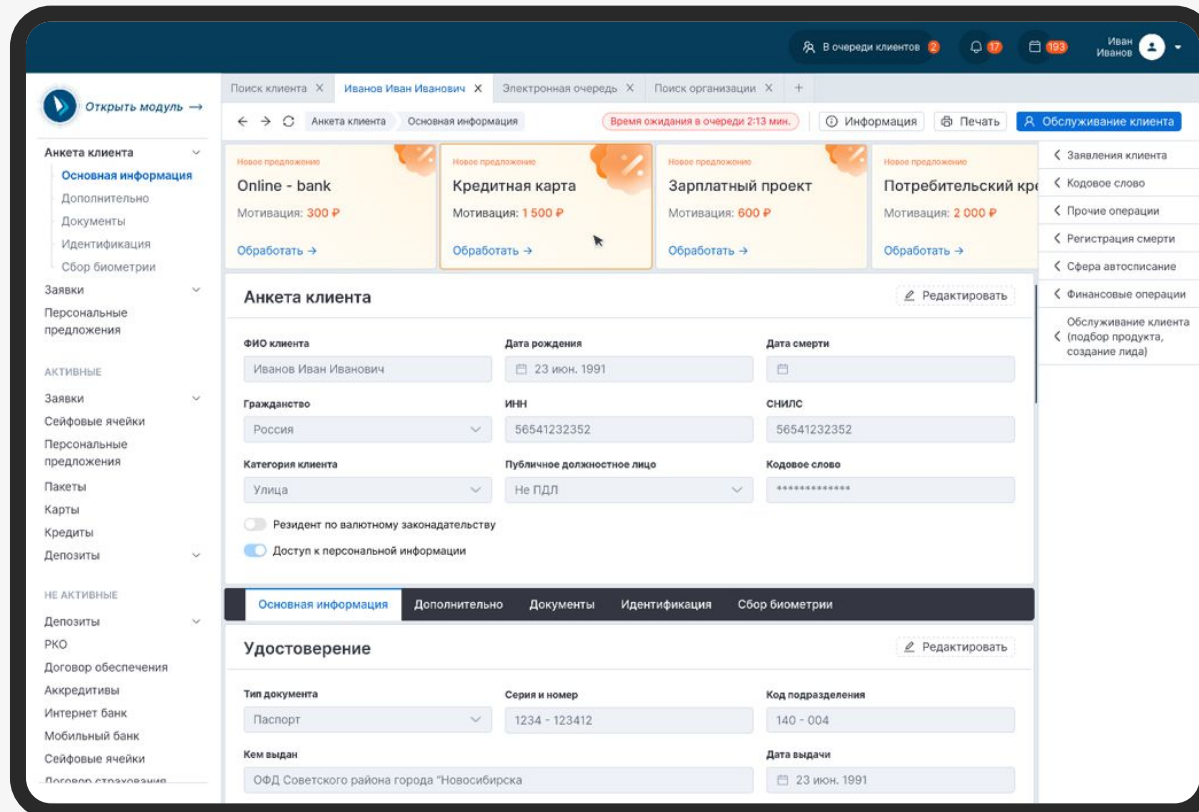
**«Технические» паузы в обслуживании:**



**Доп. продажи входящему потоку:**



# Продающий фронт-офис Dynamika Front Surfing



The screenshot displays the 'Анкета клиента' (Client Profile) page in the Dynamika Front Surfing system. The interface includes a top navigation bar with search and notification icons, and a left sidebar with various menu items. The main content area is divided into several sections:

- Product Recommendations:** Four cards are shown, each with a 'Новое предложение' (New offer) badge and a 'Обработать' (Process) button.
  - Online - bank: Мотивация: 300 Р
  - Кредитная карта: Мотивация: 1 500 Р
  - Зарплатный проект: Мотивация: 600 Р
  - Потребительский кредит: Мотивация: 2 000 Р
- Анкета клиента (Client Profile):** A form containing personal and identification data.
 

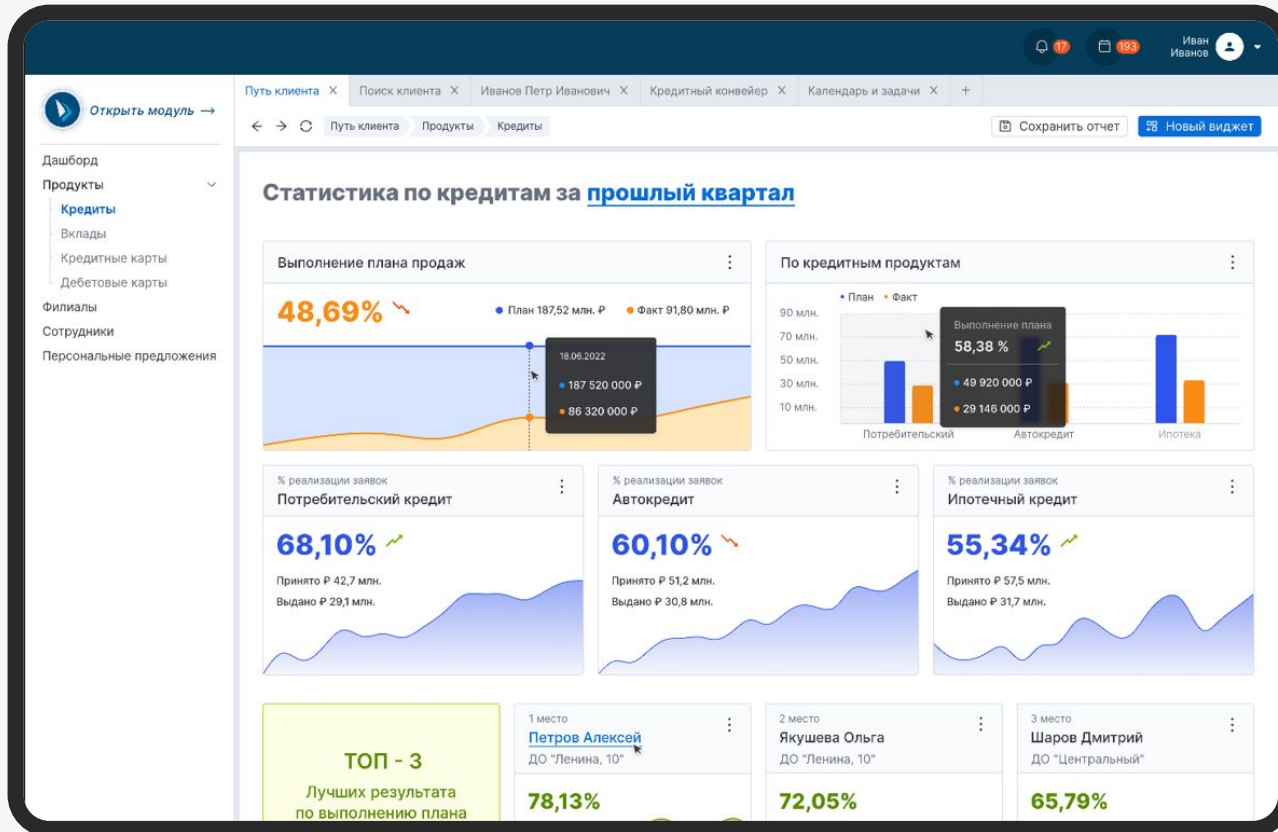
ФИО клиента	Дата рождения	Дата смерти
Иванов Иван Иванович	23 июн. 1991	
Гражданство	ИНН	СНИЛС
Россия	56541232352	56541232352
Категория клиента	Публичное должностное лицо	Кодовое слово
Улица	Не ПДЛ	*****
- Удостоверение (Identification):** A form for document verification.
 

Тип документа	Серия и номер	Код подразделения
Паспорт	1234 - 123412	140 - 004
Кем выдан	Дата выдачи	
ОФД Советского района города "Новосибирска"	23 июн. 1991	

В web-интерфейс встроены инструменты Upsale:

- ❑ При открытии Анкеты система **сегментирует клиента** по статическим, динамическим показателям, триггерным действиям
- ❑ На основании информации о сегменте отражаются **гиперперсонализированные предложения** продуктов и услуг, которые могут заинтересовать клиента с наибольшей долей вероятности
- ❑ При выявлении интереса операционист может воспользоваться **скриптами, подсказками и информацией по работе с возражениями**, доступной при нажатии на виджет персонального предложения

# Аналитика Dynamika Front Surfing



Для оценки эффективности предусмотрена продвинутая BI-аналитика.

Все необходимые для управленческих решений триггеры (KPIs, «воронки», SLA, рейтинги и т.п.) реализованы в виде **дашбордов**.

Доступна информация **по всем действиям в офисе** в разрезе клиента / продукта / операции / сотрудника / региона.

Возможность ввести и оперативно контролировать **нормативы** на каждую банковскую операцию.

Сохранение наглядной **истории обслуживания** клиентов.

Внедрение прозрачной **системы мотивации** сотрудников фронта.

# Dynamika Front Surfing: особенности

## **Персонализация продаж:**

верификация клиента на соответствие целевой аудитории по каждому продукту (до 40 статических и динамических параметров)

## **Снижение требований к квалификации Сети:**

упрощение работы за счет подсказок, скриптов, автоматизации подбора продуктов

## **Управление загрузкой:**

возможность централизованно назначать задачи в работу сотрудникам и контролировать срок исполнения

## **Стандартизация и дисциплина:**

возможность нормирования любых операций и действий, отслеживать качество работы с клиентом

## **Мотивация сотрудников:**

анализ выполнения плана и расчет выплат за продажу отдельных продуктов, Upsale

## **Возможности развития:**

экосистема Dynamika включает в себя решения по цифровой трансформации процесса продаж, кредитования и проч.



# Стек технологий



**Собственная ROOT-платформа** для разработки бизнес-решений. Включена в Единый Реестр Российских Программ для ЭВМ и БД. Наши клиенты могут самостоятельно создавать и развивать приложения без привлечения вендора.



**Low-code инструменты** управления основными функциональными элементами приложений открыты для заказчика

# Опыт реализации Dynamika Front Surfing

Банки, в которых успешно внедрено решение:



**ГАЗПРОМБАНК**



**ПримСоцБанк**



**БАНК ЛЕВОБЕРЕЖНЫЙ**

Банки, в которых идёт проект по внедрению решения:



ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ БАНК



**БАНК ДОЛИНСК**

# Говорят клиенты



## ГАЗПРОМБАНК

«Газпромбанк искал надежное решение, которое оптимизирует работу фронт-офиса и повысит качество обслуживания клиентов. Было важно, чтобы это **решение органично вписалось в существующий IT-ландшафт и бесшовно интегрировалось с АБС.**

Компания Динамика в кратчайшие сроки внедрила фронт-офис в работу Банка: **MVP за 4 месяца**, тираж за 6 месяцев. Новый продукт позволил Банку не только упростить обработку запросов клиентов в офисе, но и **расширить функционал и навыки сотрудников** без длительного обучения и завышенных требований к компетенциям.

Банк получил систему, умеющую подбирать продукты клиентам, планировать коммуникации, контролировать этапы прохождения сделки и другое.

Благодаря Динамике, **фронт-офис стал важной составляющей единого процесса продаж клиентам Банка.**»



## БАНК ЛЕВОБЕРЕЖНЫЙ

Банк «Левобережный» (ПАО) сотрудничает с компанией «Динамика» с 2017 года. В рамках данного сотрудничества в IT-ландшафт Банка успешно внедрено несколько решений экосистемы Dynamika, которые помогают автоматизировать и оптимизировать различные бизнес-процессы: **Фронт-офис, Call-центр, Электронная очередь и другие.**

По результатам внедрения решений экосистемы «Dynamika» Банк зафиксировал ряд позитивных изменений:

- **Сокращение времени обучения** операционистов.
- **Увеличение скорости обслуживания** клиентов в 2–3 раза.
- **Увеличение кросс-продаж** и подключение выделенного сегмента клиентов к ДБО (+15 000 клиентов за первое полугодие 2022 года)





# DYNAMIKA — SAIL CRM

Продажи по-новому

октябрь — 2022


# Цифровая трансформация процесса продаж

Продажи – **основной бизнес-процесс** любого коммерческого Банка.

Принцип «хватай больше, кидай дальше» неэффективен: стоимость ЛИДа растёт, качество продажи снижается, увеличивается риск потери лояльности потенциального клиента.

**Гиперперсонализация** – основа эффективных продаж. Персональные предложения формируются на основании анализа и правильной интерпретации всех имеющихся в Банке данных о клиенте.

Клиенту больше не предлагают широкую линейку продуктов – только то, что **с высокой долей вероятности его заинтересует**.



**Стандартизация и нормирование** являются важными требованиями к любому управляемому процессу.

Отсутствие стандартизации процесса продаж приводит к **потере дохода, «забытым» потенциальным клиентам, «текучке» кадров** и другим сложностям.

Цифровизация процесса продаж позволяет не просто контролировать соответствие технологии и стандартам, но также **управлять бизнес-процессом в режиме онлайн**.

# Dynamika Sail CRM

Уникальное решение  
Dynamika Sail CRM – не  
CRM-система, а  
полноценная  
цифровая  
трансформация  
процесса продаж.

## Маркетинговые кампании

Автоматизация кампаний в любых каналах, настройка условий и сегментов. Проверка гипотез.

---

## Гиперперсонализация

Сегментация клиентов (целевой аудитории продукта) на основании любых параметров

---

## Стандартизация

Автоматическая постановка задач для коммуникации, пошаговый процесс ЛИД  Договор

---


## Управление

BI-аналитика для оперативной оценки и управления процессом продаж

---





# Дynamika Sail CRM: кампании и перс. предложения




**Персонализация продаж:** верификация клиента на соответствие целевой аудитории по каждому продукту (до 40 статических и динамических параметров, триггерных действий)

**Запуск кампании** любого уровня сложности с заранее заданными параметрами: сегмент клиентов, канал, сроки, локации и др. Возможность оперативной проверки любой гипотезы через «пилотную» кампанию




**Повышение эффективности каждой точки касания клиента** за счет сегментирования клиента и формирования динамических персональных предложений (во фронт-офисе, личном кабинете и др.)


**Снижение требований** к компетенции «хантеров» (Leads Generation) за счет автоматизации процесса привлечения и формирования персональных предложений



# Dynamika Sail CRM: стандарты и управление




**Модерация процесса продаж:** все необходимые материалы и действия (от скриптов до последовательности контактов с клиентом) формируются на основании сценариев, определенных единым центром компетенции




**Управление процессом продаж** через постановку задач и функционал «Сделки»: автоматизированный сценарий (маршрут) для каждого вида продукта/типа сделки и т.п.

Все **активности менеджеров переведены в задачи**, назначаются автоматически. Задачи отражаются в Едином окне (календаре) менеджера со сроком реализации и статусом.



**Сквозная BI-аналитика по всему процессу продаж** позволяет принимать оперативные управленческие решения, оценивать эффективность разных кампаний, каналов продаж и др.

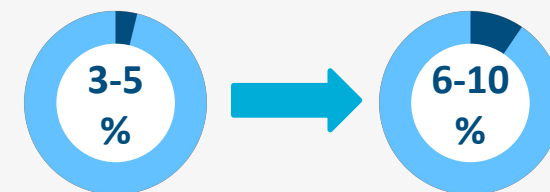




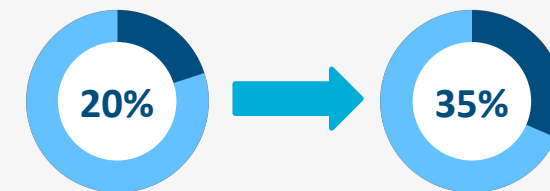
# Трансформация процесса продаж: зачем?

- Повышение эффективности маркетинговых кампаний с одновременным снижением стоимости ЛИДа за счет автоматизации процесса
- Рост лояльности клиентов за счет предложения только тех продуктов, которые потенциально интересны клиенту
- Увеличение продаж за счет Upsale через персональные предложения в любой точке касания клиента
- Стандартизация и оцифровка этапов продажи снижает требования к опыту и компетенции клиентских менеджеров, уменьшает риск «потери» ЛИДа
- Сокращение времени на обучение сотрудников: процесс продаж «разбит» на понятные задачи, реализованы подсказки и скрипты в едином интерфейсе.

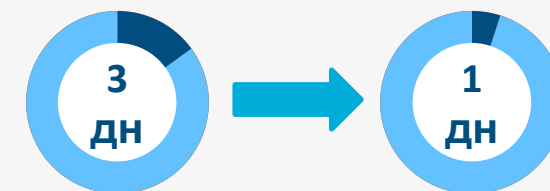
## Конверсия кампаний (контакт □ ЛИД):



## Доп. продажи входящему поток в офисе Банка:



## Ежемесячное обучение сотрудников:



# Dynamika Sail CRM: почему именно Dynamika?

## **Настоящая**

### **гиперперсонализация.**

Опыт реализации в крупном региональном Банке, возможность дополнять параметры для сегментирования.

## **Стандартизация процесса.**

Превращение любого процесса в набор последовательных задач. Контроль загрузки и дисциплины сотрудников. Расчет мотивации.

## **Оцифровка всех точек**

**касания.** Компоненты экосистемы Dynamika «закрывают» любую коммуникацию с клиентом.

## **Процесс, а не продукт.**

Трансформация процесса продаж Банка, вместо внедрения отдельных «коробочных» продуктов.

## **Синергия компонентов.**

Дополнительный эффект от органичного использования различных компонентов экосистемы.

## **Возможности развития.**

Экосистема Dynamika включает в себя решения по цифровой трансформации процесса офлайн обслуживания и кредитования.

# Стек технологий



**Собственная ROOT-платформа** для разработки бизнес-решений. Включена в Единый Реестр Российских Программ для ЭВМ и БД. Наши клиенты могут самостоятельно создавать и развивать приложения без привлечения вендора.



**Low-code инструменты** управления основными функциональными элементами приложений открыты для заказчика

# О компании

Наши проектные офисы расположены в Москве, Новосибирске, Уфе и Санкт-Петербурге.



15 лет

разрабатываем  
IT-решения для банков



1500

проектов реализовали  
за время работы



50+

банков -  
клиентов



100+

человек с опытом работы  
в банковской сфере от 3 лет



1060к

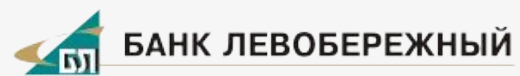
часов отработано  
и продолжает расти



7 лет

средний срок  
сотрудничества

# Наши клиенты



# Прочие презентационные материалы

# Взаимодействие с клиентом



# Синергия компонентов IT-экосистемы

