Paper Planes Consulting Agency

Клиентский опыт для банкинга

Paper Planes – российское независимое консалтинговое агентство.
Компания работает с 2010 года, в штате 70 человек, офис находится в Москве и Ташкенте.

- 450 проектов в области стратегического маркетинга, построения коммуникационных стратегий, брендинга, стратегий продвижения и ребрендинга
- 170 успешных кейсов по разработке бренда работодателя, стратегии внутренних коммуникаций, проведения обучения для сотрудников, повышения эффективности найма, адаптации, обучения, удержания, C&B
- 20 проектов по оптимизации бизнес процессов, оптимизации структуры
- ТОП – 5 консалтинговых агентств по версии RAEX,
- 2-е место в рейтинге RUWARD в цифровой трансформации бизнеса
- Топ 10 агентств по версии TAGLINE
- Ведущее локальное российское консалтинговое агентство по версии RAAR

12	7	12	10
Лет работы на рынке	Направлений экспертизы	Ключевых отраслей	Стран присутствия

Золотая награда Tagline с проектом для Leroy Merlin

Серебряная награда Tagline с проектом для Северстали

Бронзовая награда Tagline с проектом для СИБУРа

Наши книги:

Рабочая тетрадь "Формула прибыли"

Маршрут построен

Найден более быстрый маршрут

Наши клиенты из отрасли «Финансы и страхование»

открытие

РОСГОССТРАХ 1921

ВТБ ЛИЗИНГ

ГАЗПРОМБАНК

BANK IPAK YO'LI

МОСКОВСКАЯ БИРЖА

БАНК ЗЕНИТ

СБЕР БАНК

Payme

kaspi bank

Ак Барс Банк

центрофинанс

АБСОЛЮТ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ГРУППА

Уральский Банк реконструкции и развития

Нескучные финансы

БАНК ХЛЫНОВ

отличные наличные

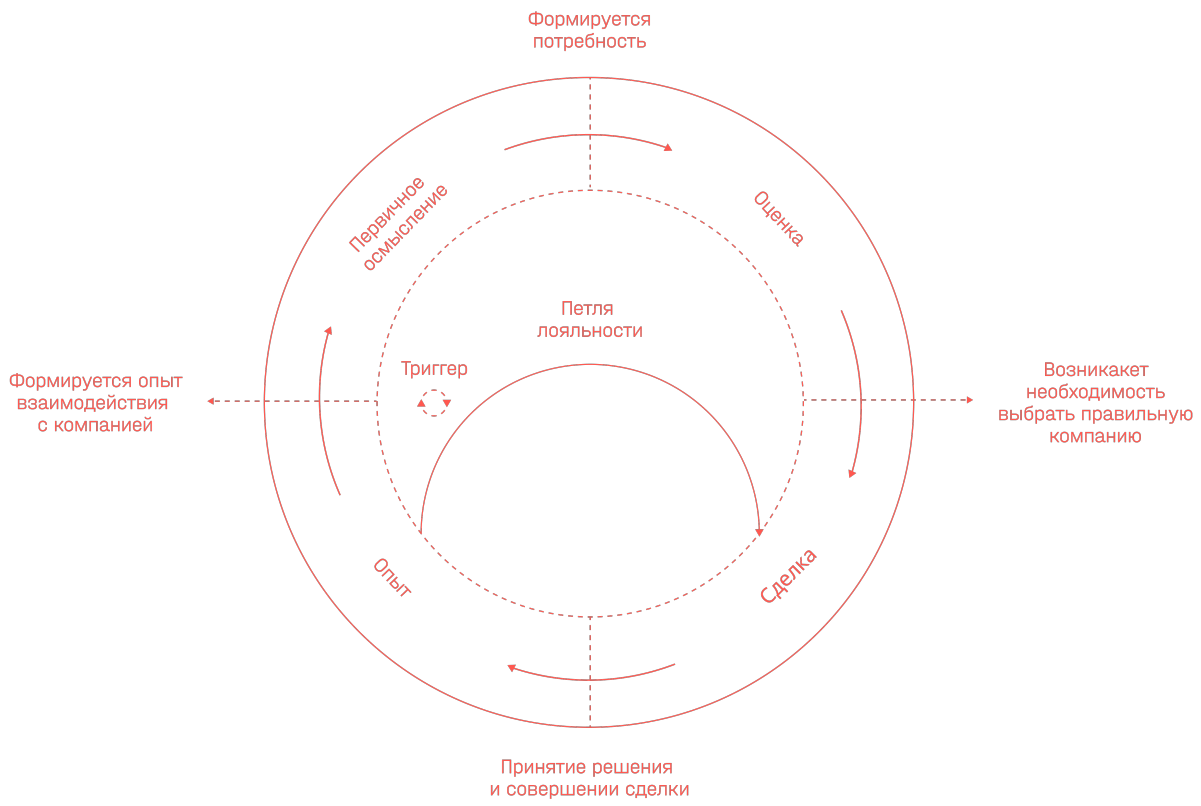
SQB INSURANCE

УДОБНЫЕ ДЕНЬГИ

Комплексная трансформация финансовой компании

Концепция Customer Journey Map

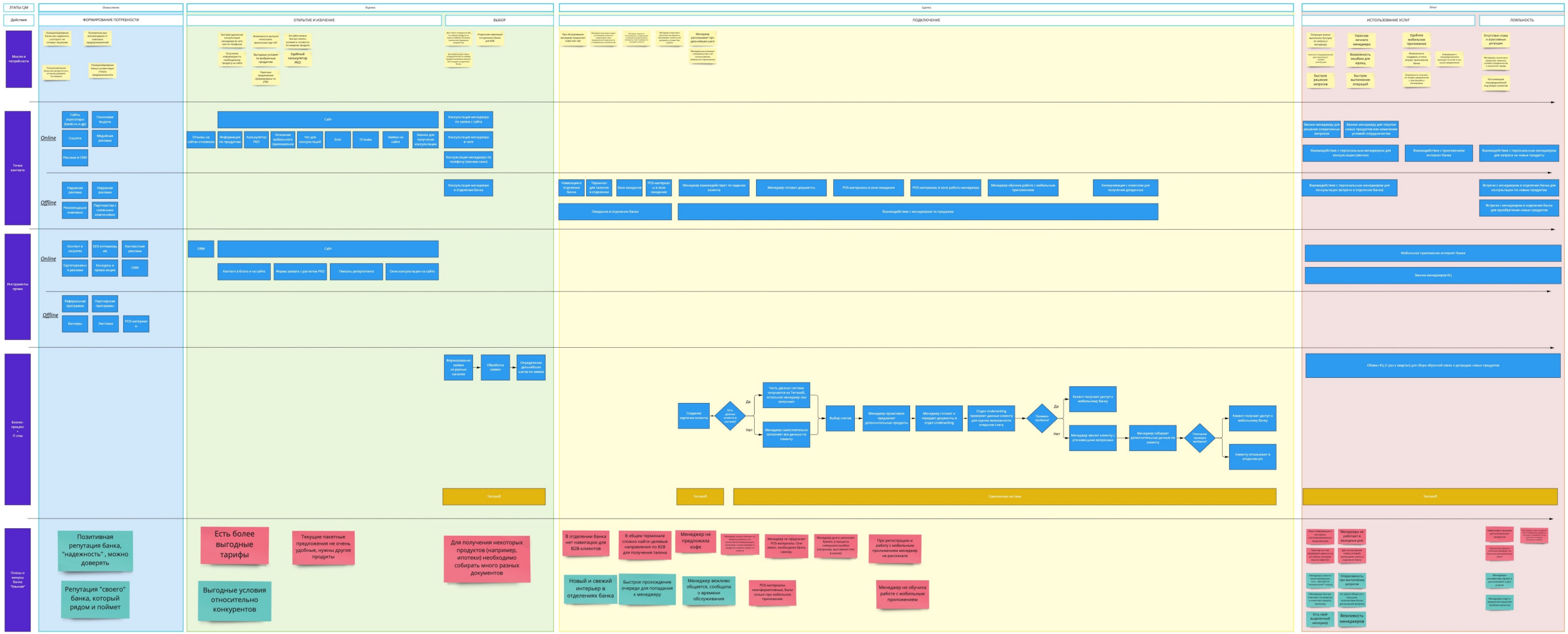
Модель Customer Journey Map



CJM – Customer Journey Map – карта точек контакта с банком и банковскими продуктами, которая отражает 6 основных этапов взаимодействия с Клиентом:

1. Первичное осмысление – формирование потребности в продукте, решении какой-то «работы» Клиента
2. Оценка и выбор – этап мониторинга предложений, выбор подходящего банка и продукта
3. Сделка – заключение договора
4. Опыт использования – Клиент переживает опыт от использования продукта, формируя положительное или отрицательное мнение
5. Лояльность – вформируется «петля лояльности»: сделка -> опыт -> сделка -> опыт (малый цикл сделки)
6. Триггер – фаза, позволяющая напомнить Клиенту о продукте

Пример Customer Journey Map (с проекта Агентства)



paper planes

Контакты

Илья Балахнин, Управляющий партнер

balahnin@paper-planes.ru

8 (926) 592-48-77