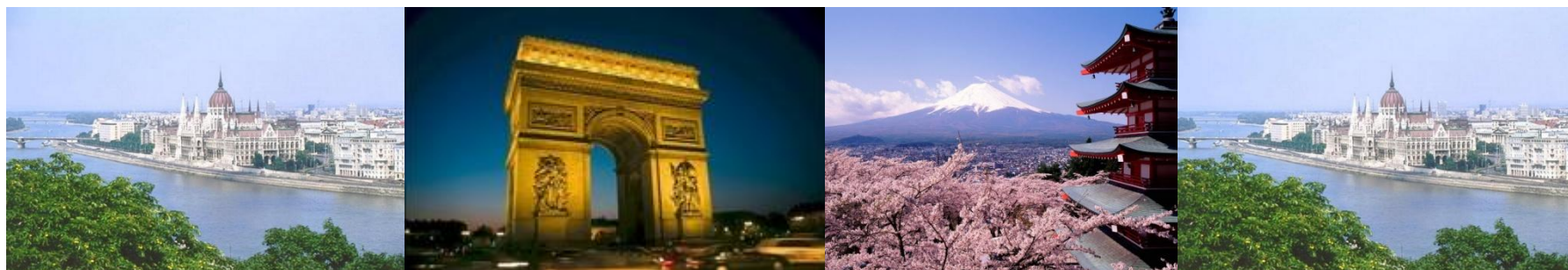


# Most és mindörökké Ügyfél lojalitás konferencia

Gyarmati János  
Budapest Bank



# GE-s karrierem állomásai...



1998  
Budapest  
Bank –  
Működési  
kiválóság

2001 GE Capital  
– Szervezeti  
kiválóság



2003 GE  
Money  
Japan –  
Újtermék  
bevezetés

2007  
Budapest  
Bank –  
Árazás

2009  
Budapest  
Bank –  
Árazás &  
CRM

1) Milyen eszközökkel jutalmazhatja hűségese ügyfeleit egy bank

2) Kik a legfontosabb ügyfelek?

3) Miért éri meg egy banknál maradni?

4) Csak a pénz számít?



# GE Money Japan – Star Wars hitelkártya...



# Aktiválás...



# Használatösztönzés...

<b>10,000P</b> シャンプーボトル (R2-D2) 	<b>15,000P</b> マイクロドロイド (R2-D2)  (R2-D2がリモコンで動きます)	<b>15,000P</b> マイクロドロイド (R2-D2 バトルダメージバージョン)  (R2-D2がリモコンで動きます)	<b>20,000P</b> VISAギフトカード 2,000円 	<b>20,000P</b> マグネットコレクション! (8個入BOX) 
<b>25,000P</b> ダース・ベイダー ボイスチェンジャー 	<b>30,000P</b> バトルフロントII PS2 	<b>35,000P</b> 「エピソード」/「スラの冒険」 オリジナルTシャツ  サイズはSのみ <span>非売品</span>	<b>75,000P</b> ダース・ベイダー (EP3 Ver.)  フィギュア	

1) Milyen eszközökkel jutalmazhatja hűséges ügyfeleit egy bank

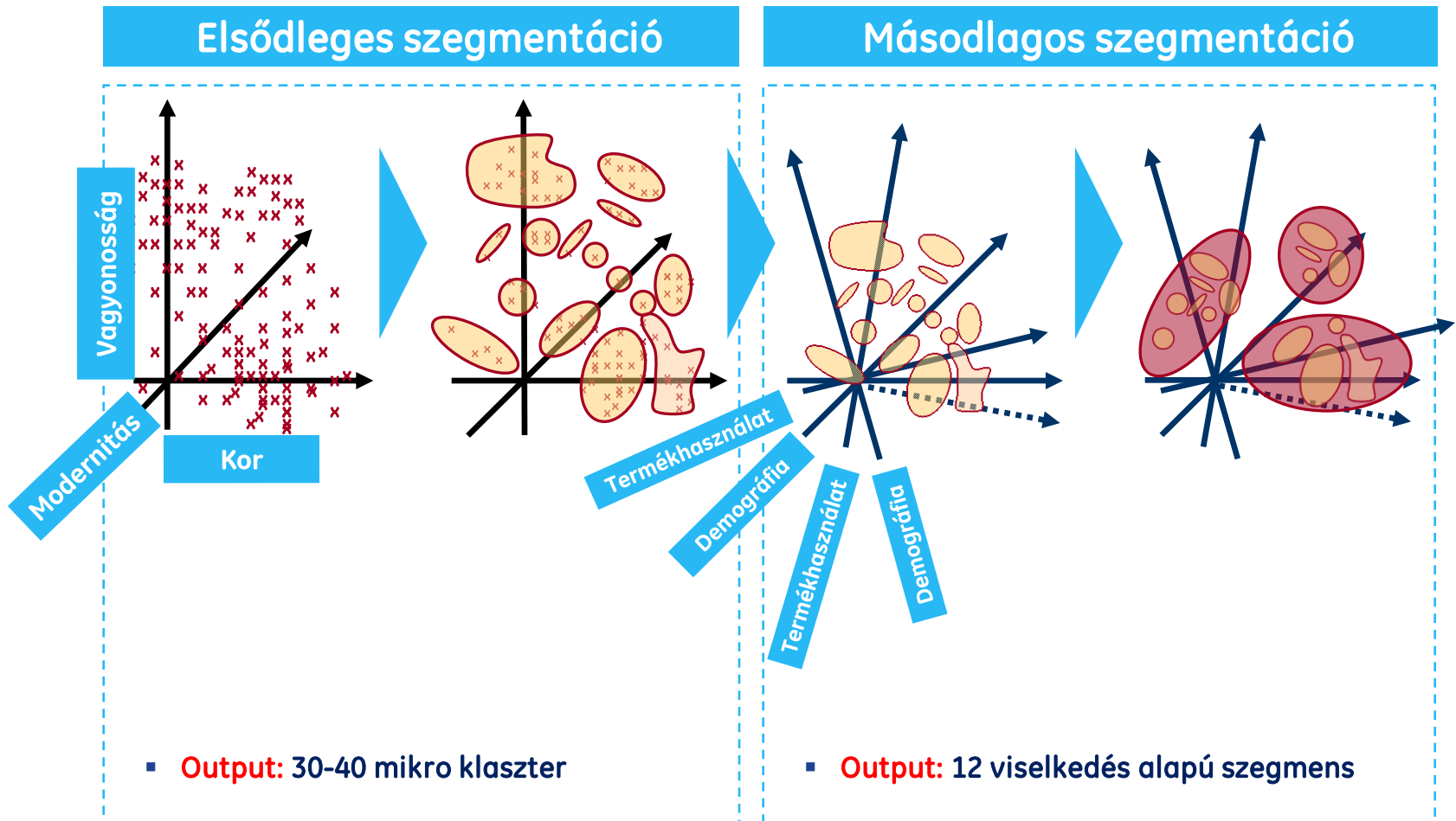
2) Kik a legfontosabb ügyfelek?

3) Miért éri meg egy banknál maradni?

4) Csak a pénz számít?

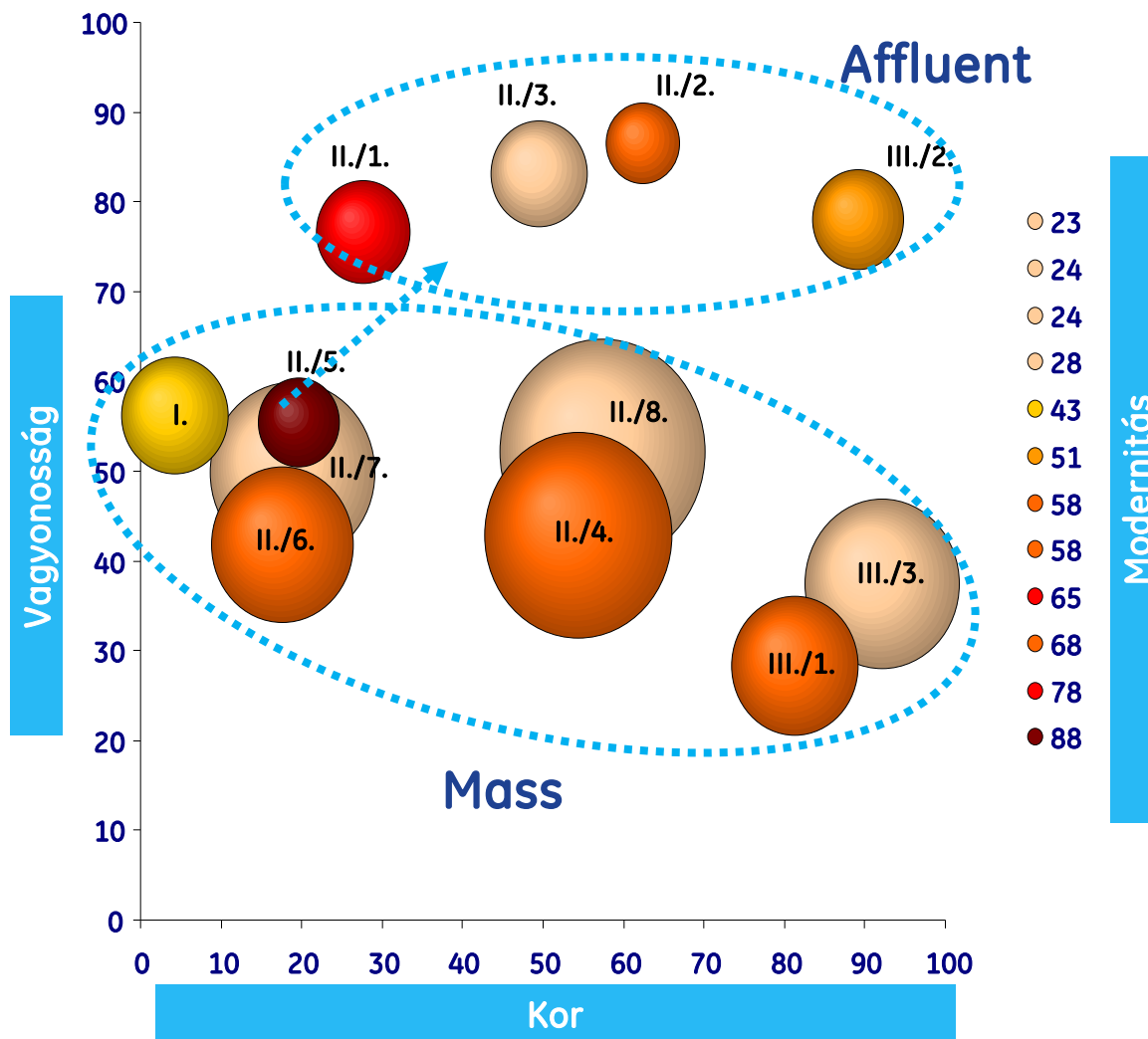


# A szegmentáció módszertana...

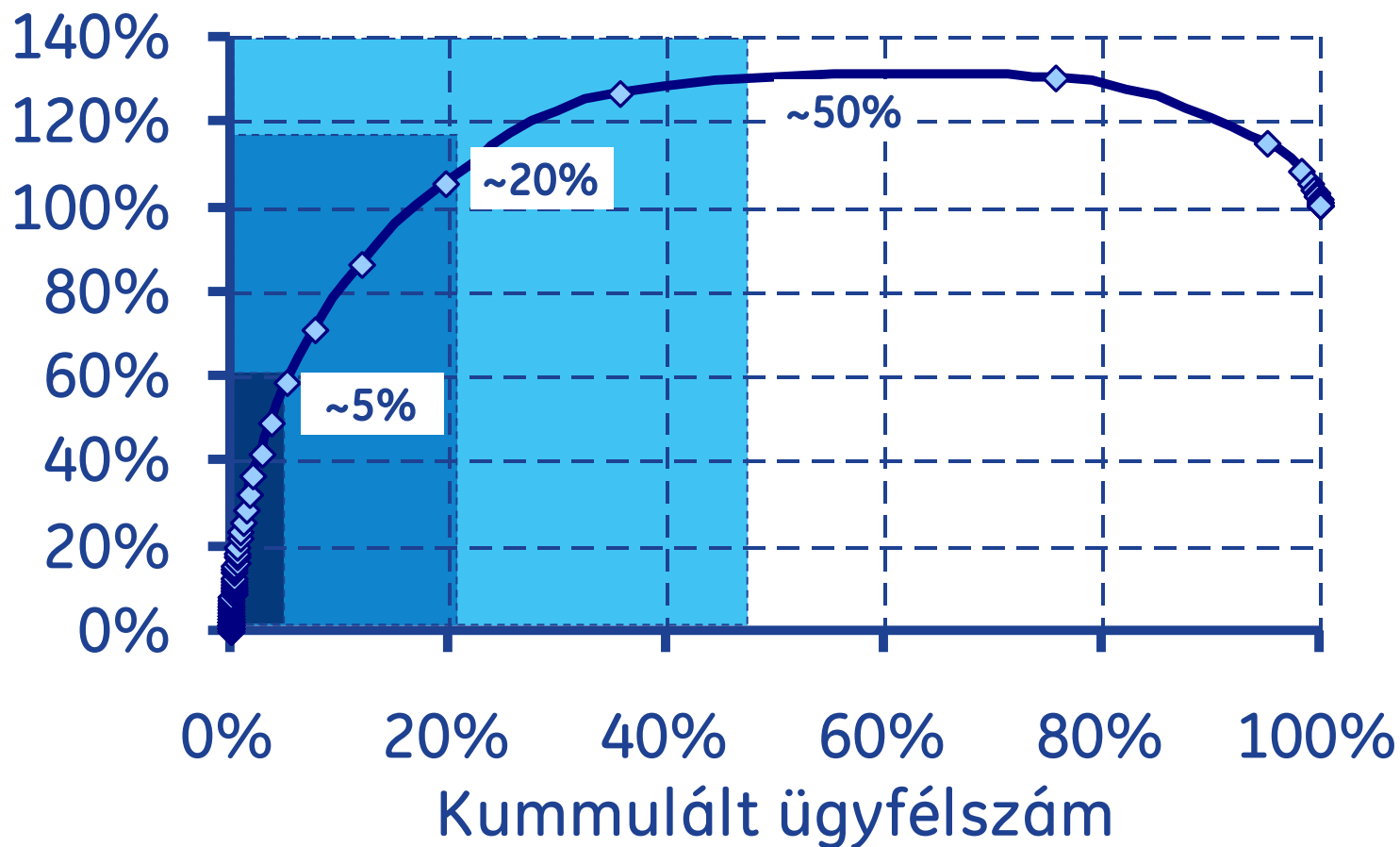




# Viselkedésalapú szegmensek...



# Ügyfélérték – Pareto elv...



1) Milyen eszközökkel jutalmazhatja hűséges ügyfeleit egy bank

2) Kik a legfontosabb ügyfelek?

3) Miért éri meg egy banknál maradni?

4) Csak a pénz számít?



# CRM ≠ DM...

- Menedzselni az ügyfélkapcsolatot „bölcsőtől a sírig”
- Hatékonyan befolyásolni/változtatni a megelőző, illetve következő folyamatokat
- Évente több millió ügyfél kontakt a brandet is formálja



1) Milyen eszközökkel jutalmazhatja hűséges ügyfeleit egy bank

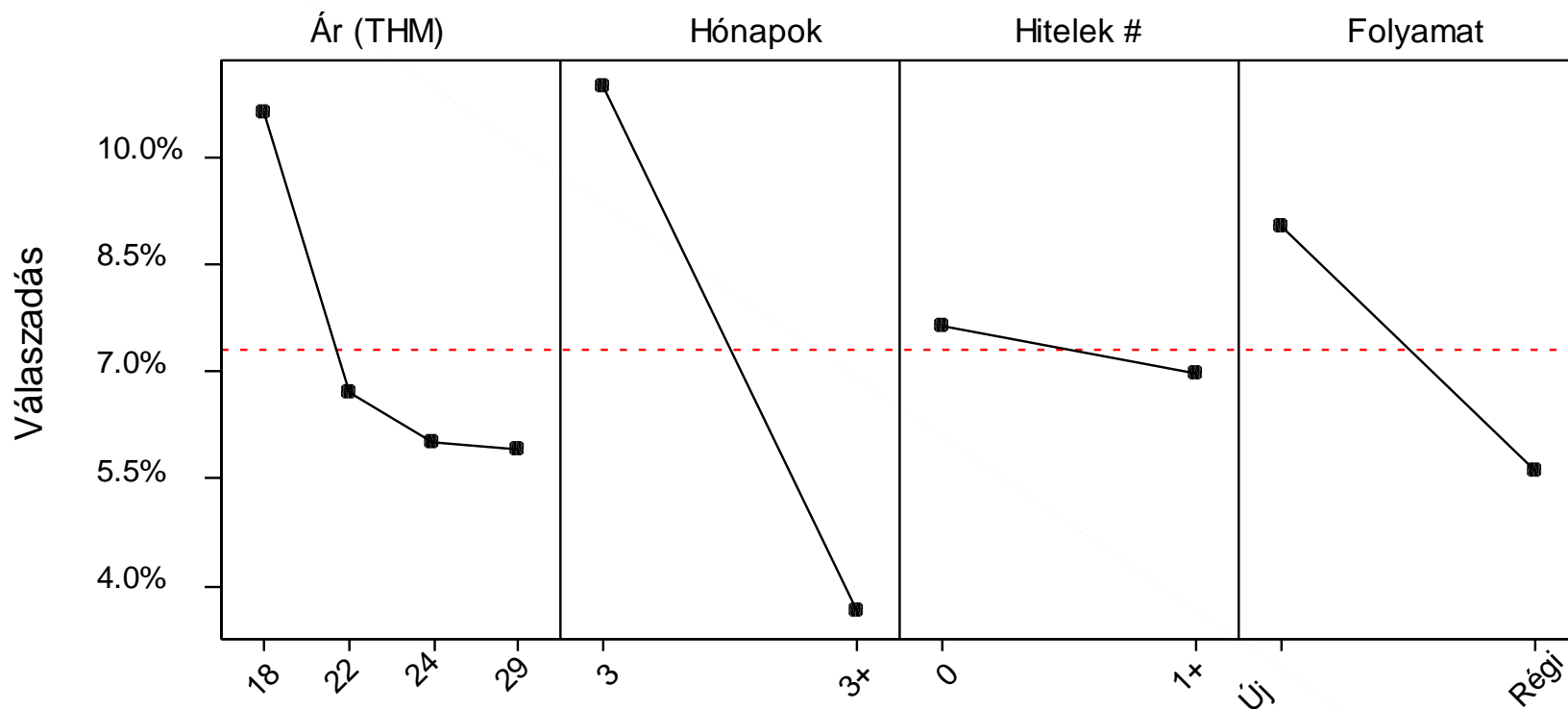
2) Kik a legfontosabb ügyfelek?

3) Miért éri meg egy banknál maradni?

4) Csak a pénz számít?



# Mi befolyásolja a választadást – Japán példa...



# Köszönöm a figyelmet!

