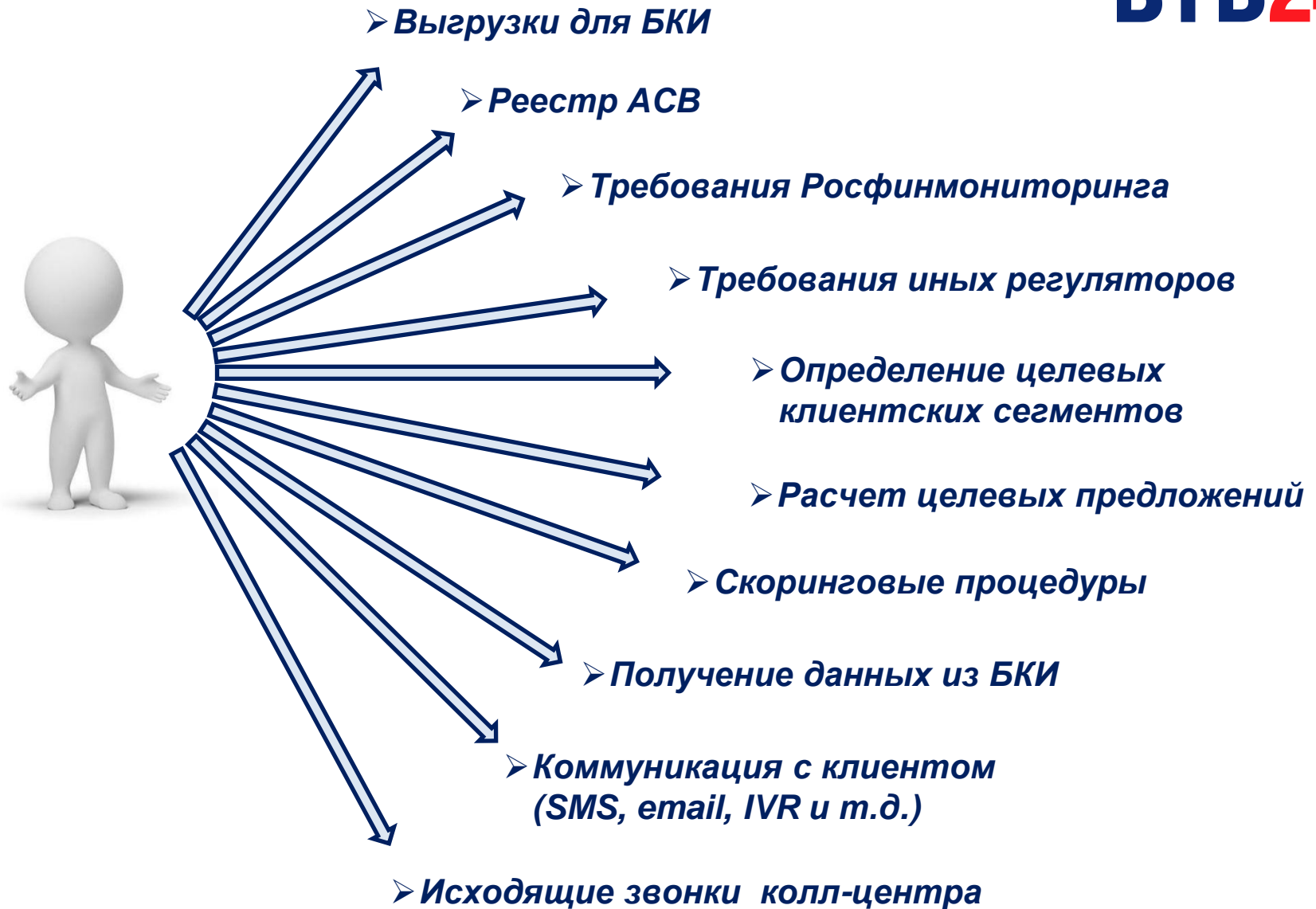
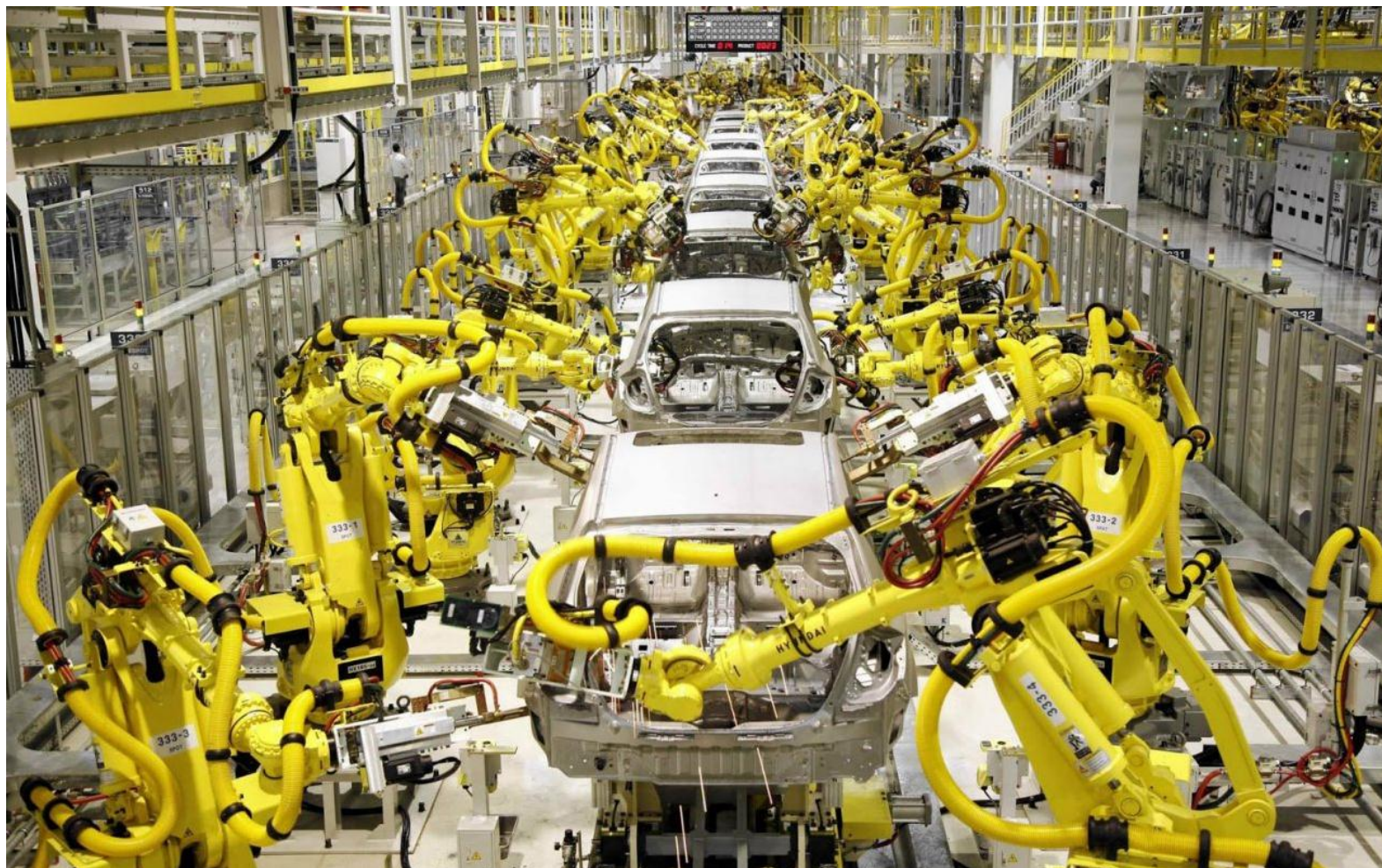


**Клиентский МДМ
как инструмент бизнеса
ВТБ24**

Зачем нам клиентская информация?

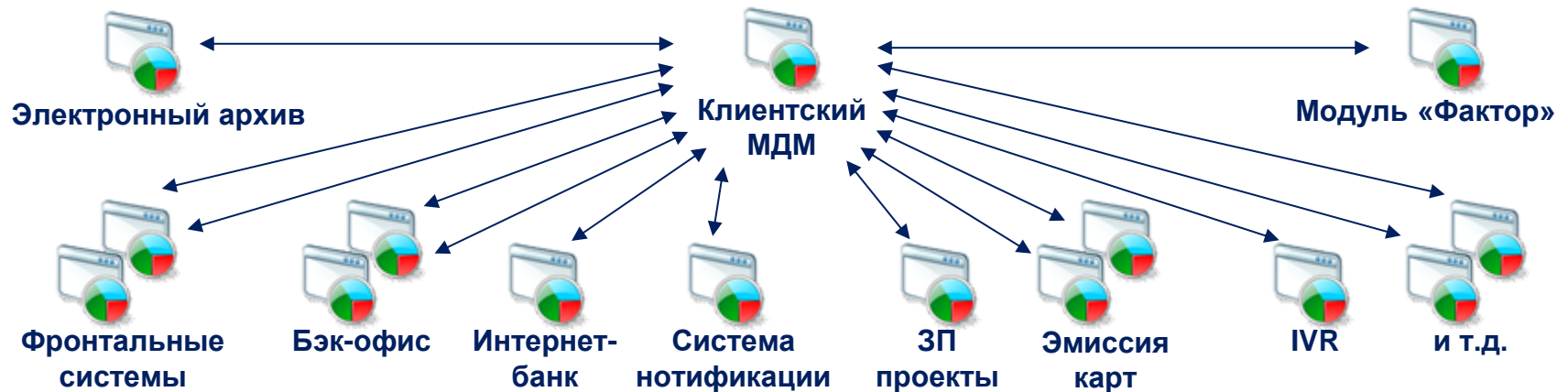




А почему важно, что это делают именно роботы?



- *Клиентская база 35 млн клиентов-физических лиц*
- *Активных клиентов – 9 млн человек*
- *Все операции в онлайн-режиме*
- *Интеграция с более чем 20 IT-системами ВТБ24*
- *Двусторонняя публикация изменений*
- *МАХ нагрузка на чтение 7 000 000 операций/сутки*
- *МАХ нагрузка на запись 400 000 операций/сутки*
- *Время на создание/изменение карточки клиента <2 сек*
- *Интеграция с модулем очистки данных Фактор*



➤ Персональные данные

ФИО, дата/место рождения, пол, семейное положение, гражданство и т.п.

➤ Документы клиента

Тип документа, серия/номер, дата выдачи, дата окончания срока действия и т.п.

➤ Телефоны

Мобильный, домашний, рабочий, для нотификации и т.п.

➤ Адреса

Регистрации, фактический и т.п.

➤ Email

➤ Иерархия отношений

➤ Образование

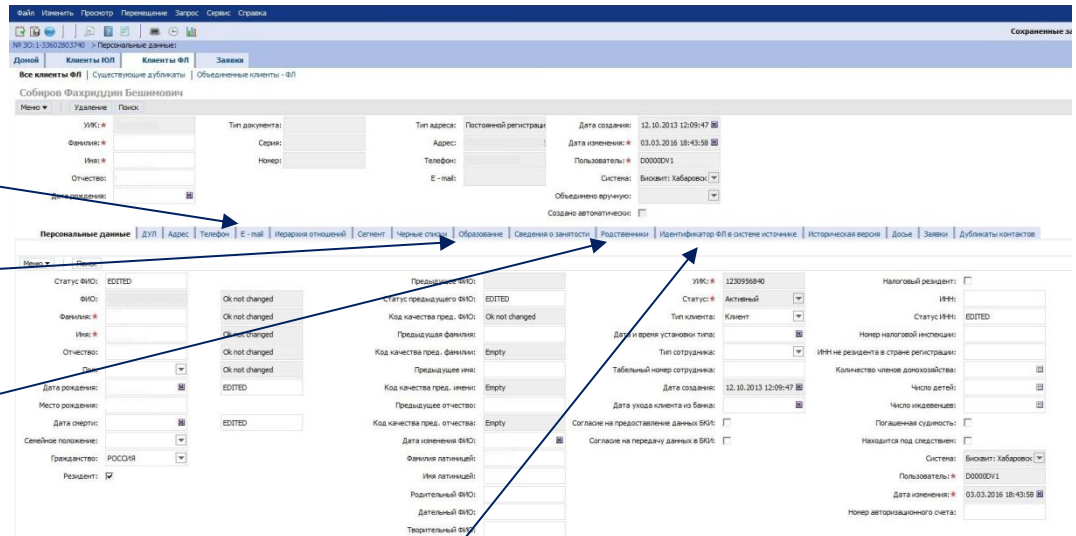
➤ Сведения о занятости

➤ Родственники

➤ Сегмент

➤ Идентификаторы в системах-источниках

➤ и т.д.



Как устроена «работа над ошибками»?



- Основана на проверках модуля Фактор
- Проверка ошибок и их исправление происходят в режиме онлайн
- Автоматическая стандартизация и обогащение данных
- Поиск и исправление ошибок, дедубликация карточек («белая» зона)
- Формирование «серой» зоны
– гипотезы об ошибках/дублях выносимых на ручной разбор

Ошибки в номере домашнего телефона

- ✓ Номер корректной длины, код города есть
- ✓ Номер корректной длины, кода города нет, возможно обогащение кодом из адреса
- ✓ Кода города нет, адреса нет
- ✓ Номер некорректной длины (>11, <5)
- ✓ и т.д.



**«Белая»
зона**

Гипотезы о дублировании карточек клиента

- ✓ ФИО+дата рождения+номер документа
- ✓ ФИО+дата рождения+адрес
- ✓ ФИО+дата рождения+телефон
- ✓ ФИО+дата рождения+email
- ✓ ИО+дата рождения+адрес
- ✓ ИО+дата рождения+телефон
- ✓ ИО+дата рождения+ email
- ✓ и т.д.

**«Серая»
зона**

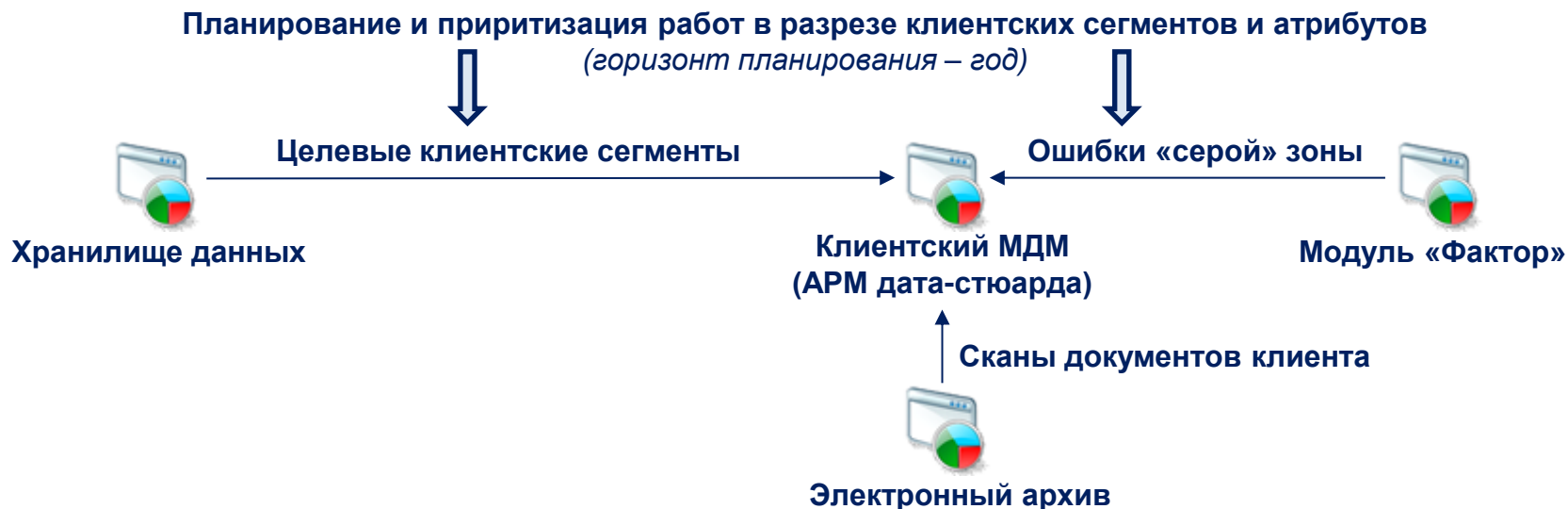


К чему надо быть готовым?

- Наличие заказчика на клиентские данные
- Отладка процесса на тестовых выборках



- Канал ежемесячной разметки целевых групп клиентов
- Интеграция с электронным архивом сканов первичных документов
- Система ежедневного распределения ошибок между сотрудниками
- Инструмент учета выполнения ежедневного KPI



Основа планирования разбора ошибок:

- 1) приоритеты в разборе атрибутов
- 2) приоритеты по клиентским сегментам
- 3) нормативы на ручной разбор ошибок данного типа



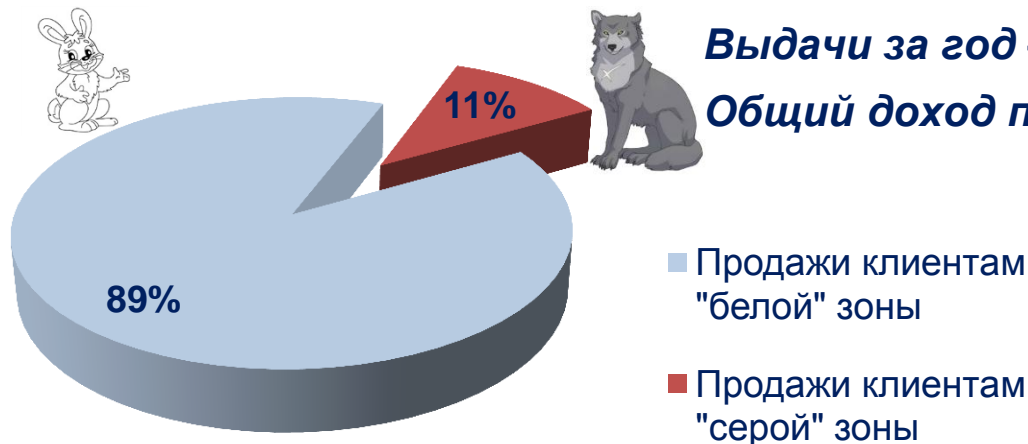
Что дает ручной разбор ошибок?

$$Inc_{1C3} = Q * AR(d,a,n) * P(n) * TR * \overline{Inc}$$

- Inc_{1C3} – доход от продажи предодобренных кредитных продуктов на одну исправленную карточку клиента из «серой» зоны
- Q – количество исправленных карточек клиентов «серой» зоны
- $AR(d,a,n)$ – уровень одобрения на прескоринге; при некорректных документе (d), адресе (a) и номере телефона клиента (n) равен нулю
- $P(n)$ – вероятность дозвона; при некорректном номере телефона (n) равен нулю
- TR – уровень успешных продаж к объему доведенных до клиента предложений
- \overline{Inc} – средний доход от предодобренных кредитов на все время жизни продукта



Продажи предодобренных продуктов через CRM канал



Выдачи за год – свыше 40 тыс кредитов
Общий доход порядка 1 миллиарда рублей

- **Исправление «серой» зоны позволяет повысить долю вовлеченных в целевые кампании клиентов**
- **Часть продаж состоялась бы при прямом обращении клиентов «серой» зоны в банк**

Надо ли править ошибки «серой» зоны?



Спасибо за внимание!

