

Маркетплейс цифровых услуг, на примере финансовых продуктов

FINVALE

СОДЕРЖАНИЕ

Теория

- Маркетплейс цифровых услуг
 - агрегирование различных поставщиков / продуктов
 - стандартизация взаимодействия
- Маркетплейс цифровых услуг (на примере телекоммуникационных компаний)

Практика

- Опыт создания платформ для организации маркетплейса (на примере финансовых продуктов)
- Особенности предоставления финансовых продуктов
- Проблемы взаимодействия участников

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Маркетплейс цифровых услуг - бесшовный доступ к различным категориям товаров и услуг.

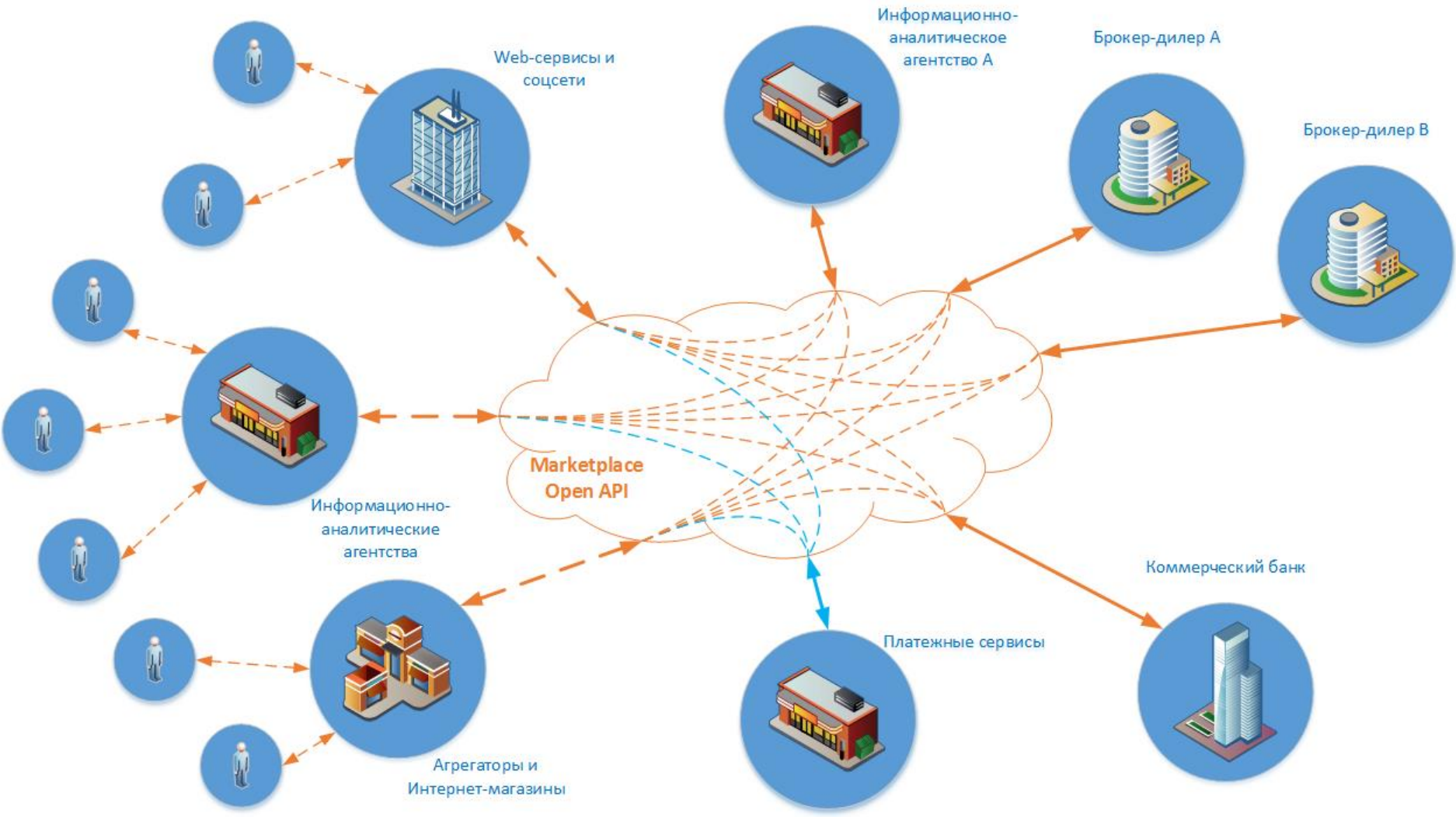
Платформа для организации маркетплейса - программное обеспечение, используемая “как сервис” (as a Service) или как отдельная инсталляция.

Источник розничной аудитории - организация / информационная система или платформа со значительным числом клиентов / пользователей.

Поставщик - лицо, предоставляющее свои товары и услуги.

Потребитель - лицо, использующее товары и услуги Поставщика, также является «источником розничной аудитории».

ТЕОРИЯ: Маркетплейс как открытая платформа



Открытая платформа

Эксклюзивная платформа

Готовое приложение

ТЕОРИЯ: Маркетплейс цифровых услуг (1)

Какая цель?

- Обеспечить цифровую розничную аудиторию максимальным перечнем различных товаров и услуг
- Удерживать аудиторию

Что можем достигнуть?

- Удобство для пользователя
- Повысить оборачиваемость денежных средств в рамках одного «источника розничной аудитории»
- Удерживать аудиторию

ТЕОРИЯ: Маркетплейс цифровых услуг (2)

Как достигаем?



ТЕОРИЯ: Маркетплейс цифровых услуг, на примере телекоммуникационных компаний

Телекоммуникационная компании – это:

- Доступ к большой розничной аудитории
- Стремление предоставить дополнительные сервисы своим клиентам

Следующий шаг: обеспечить своих клиентов услугами для сбережения и накопления денежных средств

Предпосылки:

- Наличие платежных сервисов
- Возможность осуществления упрощенной идентификации (115 ФЗ)

ПРАКТИКА: Опыт создания платформы для организации маркетплейса (1)

на примере финансовых продуктов

Особенности предоставления услуг на финансовом рынке:

- Идентификацию клиента (очная / удаленная)
- Подписание клиентом необходимых документов (очное / удаленное)
- Денежные расчеты – риск мошенничества, а именно попытка оспаривания платежа

ПРАКТИКА: Опыт создания платформы для организации маркетплейса (2)

Сложности взаимодействия участников

- **Традиционные компании** – традиционный способ организации деятельности
 - **Цифровые компании** - инновационный, технологический способ организации деятельности
 - **Переходные компании** – осуществляют трансформацию своей деятельности
-
- Зависимость (временная) цифровых компаний от традиционных
 - Концентрация традиционных компаний на текущей деятельности

ПРАКТИКА: Опыт создания платформы для организации маркетплейса (3)

Конфликт интересов

Классические
финансовые услуги:

- Индивидуальное
взаимодействие



- Клиент



- Покупка

Цифровые
финансовые услуги:

- Дистанционное
взаимодействие



- Клиент



- Покупка

ПРАКТИКА: Опыт создания платформы для организации маркетплейса (4)

Конфликт интересов между поставщиком и потребителем:

- доступ к клиентской базе
- предоставление классических услуг

Следствие:

- уход клиента
- потеря текущего и будущего дохода

Пути разрешения:

- юридические договоренности (договорно - правовые положения)
- технологические ограничения
- формирование новых, технологически эффективных, цифровых поставщиков товаров и услуг

+7 (495) 419 13 05
welcome@finvale.tech
www.finvale.tech

Спасибо!