**Site brief**

**Клиент: Банк Кредит Днепр**

**Дата:**

|  |
| --- |
| **Почему нужен новый сайт ?** |
| В августе 2020 года группа DCH Investment приобрела Банк Кредит Днепр, была произведена смена команды - утверждена новая стратегия развития Банка на рынке. Mobile and digital focused strategy.  На сегодня Банк активно занимается как идеологической, так и технологической трансформацией всех процессов и техническим переоснащением, инвестируя значительные ресурсы. Это создает возможности для масштабирования каналов онлайн продаж и скорейшего возвращения инвестиций.  Корпоративный сайт банка – неотъемлемая часть как имиджевого проявления банка, так и существенный канал онлайн продаж, который на сейчас морально и технологически устарел и требует кардинальной реновации.  Изменение пользовательского поведения в интернете отчетливо демонстрирует новые потребности клиентов, которым сайт банка уже не отвечает.  В настоящее время в Банке существует действующий мобильный банк. Название FreeBank. RTB, которое бы поддерживало название + UX/UI – полностью не соответствуют текущим сервисным ожиданиям Клиентов. Данное приложение будет закрыто, после запуска нового, а связка new app+site станет ядром развития имиджа и увеличения продаж банка в канале. |
| 1. **Каким должен быть новый сайт?**  * Иметь современный, легкий, интерактивный дизайн, транслирующий для пользователя тренд мобильности, адаптивности и персонализации. * Стилистически инлайнить между собой все бизнесы банка, учитывая особенности их ЦА. * Удобный и понятный интерфейс, спроектированный исходя из сегодняшнего пользовательского опыта и трендов UX. * Решать бизнес задачу продажи продуктов банк. * Иметь удобную систему администрирования, наполнения контентом, добавления/создания новых шаблонов, конструктора продуктовых и информационных страниц. * Оптимизированным под SEO и соответсвующий требованиям поисковых систем по скорости работы и качеству кода. * Технологичным, не требующим реиновации как минимум 3 года * Соответсвующий правилам и требования по безопасности от внешнего и внутреннего регуляторов (НБУ, УИБ).   ***Структура сайта по ссылке*** https://coggle.it/diagram/YEdYOqypHU270\_Mo/t/%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA-%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82-%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D0%BF%D1%80-%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%BC-%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B0%D0%BC  ***Конкуренты глобальные по группам:***  ***Государственные банки***  Приватбанк, Ощадбанк – динамичные банки, регулярно обновляющие свои веб решения. Ощад недавно выкатил новый сайт. Укргазбанк и Укрэксимбанк  ***Международные банки***  Райф, Укрсиббанк, Кредиагриколь, ОТП. Райф обновил свой сайт в конце 2020 года.  ***Частные активные банки:***  ПУМБ, Альфа, А-Банк, ОТП, Идея.  **НеоБанки:**  на сегодня уже визуализируются как отдельная категория банков, в восприятии целевой аудитории: Изи банк, СпортБанк, Моно, Ibох банк и уже реальный выход на Украину Kaspi Банка. |
| 1. **Потребитель сайта** |
| Рынок потребителя мы разделяем на такие основные сегменты:  Розница (потенциальные новые и действующие клиенты) – основная доля потребителей продуктового контента сайта в кол-ве. Приходят на сайт для заказа продуктов банка – дебетные и кредитные карты, кредит наличными, ипотека, депозиты. Так же это кросс/ап сейла действующего клиента. Для них важно изучения продуктовой информации – перимуществ, условий и тарифов. Так же активно потребляют раздел акций банка. Им важно наличие простых и интерактивных калькуляторов - сколько они будут платить по кредитам или же сколько заработают на вкладах. Помимо изучения они так же сравнивают условия с другими банками, поэтому важно дать инструмент проводить сравнения не уходя из нашего сайта. ЦА не всегда хорошо осведомлена в банковских продуктах и терминологии, потому часто сталкивается с непониманием и недоверием (скрытые платежи) – нуждается в исчерпывающей и понятной подаче контента и продуктовых ЮСП и наличие ответов на их вопросы уже на сайте, не доходя до консультацый с поддержкой.  Розница-VIP - высокодоходный клиент, который приходит в банк за высокочековым кредитованием, размещением вкладов и инвестирования, премиальными условиями сервиса. Потребность в калькуляторах выше , чем у розницы, так как они умеют считать доходы и более компетенты в банковских продуктах. Основной акцент на эксклюзивности условий. Для данного кластера необходим отдельный дизайн с акцентом на данную ЦА, почеркивающий ее статусность и премиальность обслуживания.  Частный предприниматель – субъекты микро и малого бизнеса, ведущие предпринимательскую деятельность. Розница, Ритейл, ИТ, услуги. Потребляет основные продукты – расчетные и валютные счета, эквайринг, финансирование малого бизнеса или кредиты как физ лицу на суммы больше розничного. Необходимая информация - условия и тарифы, их сравнение. В случае финансирования - калькуляторы расчета. Интересуются бонусами и акциями от банков в пакетном обслуживании, что им позволит облегчить старт или масштабирование бизнеса.  МСБ - бухгалтера, финансисты или директора средних предприятий.  на сайт приходят за условиями РКО и кредитования, эквайринга, банковских гарантий, зарплатных проектов.  Корпбизнес - предприятия с большим штатом. Основной материал - зарплатные проекты, кредитования крупного бизнеса, управление валютными рисками, рко, инкассация.,  Агро: Почти 100% мужины, 40+ лет, диджитализированный, с высоким доходом. Владельцы агробизнеса, которые интересуются кредитованием на высокие чеки под сельхоз нужды. На сайт приходя для изучения актуальных продуктов для высоко чекового кредитования   СМИ, конкуренты, контролирующие органы: Посейщают разделы – про банк, новости , акции, лицензии, прочая разрешительная и отчетная документация ( отчеты эмитента, фин рез, балансы и тд). тендеры Для них важны наличие доступности архивных версий документов.  Сотрудники банка – потребляют акутальную продуктовую и новостную информацию в своей работе. Подразделения сети – опираются на контент сайта  Сайт банка является единой точкой входа для всех типов потребителей и должен стилистически инлайнить имидж и продуктовую логику для всех типов ЦА. |
| 1. **Какие задачи ЦА должен решать сайт?** |
| * Продуктовые - заказ продуктов и услуг банка, сross/up sale. * Информационные - получение необходимой информации о банке, продуктах, услугах, сервисе. Точка связи клиента и служб поддержки. * Имиджевые - клиент должен получать подтверждение того, что БКД digital трансформируется. |
| 1. **Основные задачи по проекту** |
| * Разработка концепции дизайна, общей для ключевых бизнес блоков банка и их ЦА - РБ, МСБ, Корп, Премиум банкинг, Агро как отдельный вид бизнеса. * UХ Прототипирование пользовательского пути под каждый блок бизнеса с учетом особенности поведения ЦА и безе истребований стекхолдеров, изложенных в ТЗ к брифу. * Приложить таймлайн проекта, * Фронтенд разработка. * Разработка CMS. * Интеграция с внутребанковскими системами. * Поддержка новой площадки на постоянной основе. |
| Референсы: <https://sovcombank.ru/> - простая навигация, лаконичная и информативная подача контента. Простые формы. Главная странница лаконично подает новости и основную продуктовую информацию   <https://www.tinkoff.ru/> -легкий дизайн, блочная структура и простая навигация, продуманность и компоновка меню. подача контента простая и не нагромождённая, удобные и понятные формы заявки для всех типов бизнеса.   <https://ideabank.ua/> - эргономика подачи контаента и необходимых материалов на продуктовых странницах  <https://ideabank.ua/ru/cash-credit> а так же фильтрация подачи карточных продуктов https://ideabank.ua/ru/card-credit  <https://www.uralsib.ru/> - простая навигация, легкий дизайн, удобная подача информации на сайте. Нравится раздел бизнесу - <https://www.uralsib.ru/business> Понятная и легкая подача контента, доступны спец предложения. Визуализация тарифов. Хороший инлайн мобильного приложения банка.  <https://www.raiffeisen.ru/business/> - нарвится подача бизнесс странниц и тарифов  <https://alfabank.ru/> - удобство и легкость дизайна.  Продуманность главной странницы – эргономичная подача всех ключевых продуктов. Вариативный калькулятор на главной страннице сайта.  <https://tochka.com/> - подача сервисного интерактива клиента банка. Удобная и понятная иллюстрация тарифных сеток. |
| 1. **Что должны предоставить:** |
| Просьба предоставить:   * Презентацию агентства (кол-во лет работы на рынке, структура агентства и кол-во сотрудников, выигранные тендеры и клиенты в портфеле за 2020-2021 года; * Портфолио агентства (обязательно фокус на кейсы, которые соответствуют задачам из брифа и опыт работы с игроками финансового рынка/схожих рынков) * Рекомендательные письма от заказчиков с указанием проекта, который реализовывало агенство. * Дать просчет стоимости ожидаемого перечня работ в разрезе этапов и частей, а так же таймлайн проекта. * В рамках выполнения тендерного задания нужно разработать дизайн главной странницы банка, которая будет оцениваться как креативная составляющая. |
| **Дополнительная информация:**  В качестве дополнительных материалов – файл ТЗ на разработку с описанием структуры и бизнес требования к разделам. |