

СТРАТЕГЕМЫ

- 2 Ze! эффект: как финансовый рынок воспринял первые решения Зеленского
- 5 Финансовые тренды поколения миллениалов
- 8 Как работать с миллениалами и их деньгами
- 11 Молодая кровь: группа Z. Как изменят финансовые рынки люди, рожденные в начале 2000-х
- 15 Поколение Z уже в ваших отделениях
- 17 Как изменятся банки из-за поколений Y и Z?

FINTECH

- 19 Beyond Banking: что это и каковы перспективы данной модели
- 22 Banking of Things: далекая сказка или уже сегодняшнее будущее?
- 25 Создание цифровой гибридной, личной модели банкинга для миллениалов
- 27 Банкинг через соцсети: реальность или миф?
- 29 Платежные системы будущего

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

- 32 Цифровая платформа с коротким Time2Market: миф или реальность
- 36 Цифровой банкинг: 6 признаков достойного приложения для банка

МАРКЕТИНГ и КОММУНИКАЦИИ

- 38 Маркетинговая стратегия банка. Как маркетинг банковских услуг monobank привлек тысячи клиентов за месяц
- 42 Миллениалы и центениалы: 5 советов, как привлечь внимание поколения Y и Z
- 43 Как продавать поколению Z: выстраиваем диалог и делимся эмоциями
- 46 Геймификация реальности, или Как завоевать доверие «двухтысячников» и вырастить конверсию

ПЕРСОНАЛ

- 50 Работники нового поколения. Как ставить задачи двадцатилетним
- 55 15 любопытных фактов о поколении Z

«Банковский менеджмент» №2/2019

Учредитель, издатель
и главный редактор — Василий Туз

Свидетельство о регистрации СМИ
КВ №8704 от 29.04.04

Издается с 2005 года

Периодичность — 6 раз в год

Журнал распространяется только по подписке
Индекс в каталоге «Укрпочты» — 90704

Адрес для писем: 02094, Киев, а/я 24
Тел. редакции: (096) 376-57-01

E-mail: b_management@ukr.net

- 1 **Брагинский, О.** Banking of Things: Далекая сказка или уже сегодняшнее будущее? / О. Брагинский // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.22-24.
Столетиями обувь выпускалась все лишь в паре различных величин, потом появились размеры, разделения на левую-правую, и наконец, сегодня туфли по индивидуальным лекалам уже печатают на 3D-принтере. По городам колесят грузовики, не развозящие товары, а изготавливающие их непосредственно в пути.
- 2 **Галиев, Д.** Beyond Danking: что это и каковы перспективы данной модели / Д. Галиев // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.19-21.
Цифровизация финансовой сферы трансформирует бизнес-процессы банка и подход к обслуживанию клиентов. Open API как глобальный тренд позволяет интегрировать в банковские процессы прогрессивные сервисы и стартапы, создавая финансовые экосистемы.
- 3 **Жданов, А.** Как изменятся банки из-за поколений Y и Z? / А. Жданов // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.17-18.
Банкам предрекали тотальное изменение в связи с подрастающим поколением Y, которые должны изменить всю культуру потребления. но эти перемены ускорятся после взросления поколения Z. Рассмотрим факты, которые позволяют судить о том, как изменятся банки из-за поколений Y и Z.
- 4 **Заикина, М.** Геймификация реальности, или Как завоевать доверие "двухтысячников" и вырастить конверсию / М. Заикина // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.46-49.
В статье представлен опыт разработки игры-теста, основная цель которого помочь поколению миллениалов разобраться в многообразии скидок и "умном" шопинге".
- 5 **Коваленко, О.** Миллениалы и центениалы: 5 советов, как привлечь внимание поколения Y и Z / О. Коваленко // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.42-43.
На разрыв между поколениями влияет быстрое развитие технологий. миллениалы и центениалы познают мир с помощью кончиков пальцев, используя смартфоны для общения с окружением. Поэтому при создании рекламных кампаний важно учитывать эти особенности.
- 6 **Макеева, М.** Финансовые тренды поколения миллениалов / М. Макеева // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.5-7.
Между миллениалами и людьми более старших поколений - целая пропасть. И дело не только в том, что они воспитывались на разных мультиках и книжках. Исторические и экономические реалии сформировали у разных поколений диаметрально противоположные образы мышления, из которых в последствие выросли их взгляды и ежедневные привычки.
- 7 **Мероуз, Д.** Как работать с миллениалами и их деньгами / Д. Мероуз // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.8-10.
Миллениалы – это те люди, которые родились после 1981 года. Их отличает тяга к цифровым технологиям и быстрая адаптация к изменяющейся среде. Это поколение уже сейчас стало основным источником прибыли, сменив своих родителей. От умения работать с поколением Y зависит развитие бизнеса.
- 8 **Свалов, Д.** Цифровая платформа с коротким Time2Market: миф или реальность / Д. Свалов // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.32-35.
Какие задачи стоят перед современным банком в условиях все более обостряющейся конкуренции? Вряд ли ошибусь, если скажу, что в фокусе увеличения доходов, сокращения издержек, повышение лояльности клиентов. Научиться быстро и качественно разрабатывать новые сервисы. В очень короткое время выводить новые продукты и услуги. Бизнес-цель одна - больше продаж, больше сделок, больше оборот.

- 9 **Стрельцова, Н.** Молодая кровь: группа Z. как изменяют финансовые рынки люди, рожденные в начале 2000-х / Н. Стрельцова, П. Бутенко // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.11-14.
В спину миллениалами дышит новое цифровое поколение, кардинально отличающееся от своих предшественников. Каких сюрпризов ждать финансовому миру от рожденных в начале 2000-х?
- 10 **Ступак, А.** Как продавать поколению Z: выстраиваем диалог и делимся эмоциями / А. Ступак // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.43-45.
В эпоху цифровизации разница поколений ощущается особенно остро. Меняются люди, а за ними и подходы, методы коммуникации и продаж.
- 11 **Тоболин, А.** Маркетинговая стратегия банка. Как маркетинг банковских услуг попобанкпривлек тысячи клиентов за месяц / А. Тоболин // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.38-41.
Мобильный банк начал бета-тестирование в октябре 2017 года. За месяц компания выдала 12 тысяч карт, и уже к 6 ноября украинцы получили 150 млн. грн кредитов. Что дает уверенность новой фирме? Как строится ее маркетинг банковских услуг? Ведь мобильный банкинг сейчас - интенсивно развивающаяся отрасль, где очень много конкурентов
- 12 **Цветков, В.** Поколение Z уже в наших отделениях / В. Цветков // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.15-16.
Давайте поговорим о том, что необходимо предпринять банкам уже сейчас, чтобы встретить приход поколения Z, поскольку работать с ними совсем не то же самое, что выдавать кредит на микроволновку жителю провинции предпенсионного возраста. Вот несколько правил, которые необходимо учитывать банкам, выстраивая инфраструктуру для работы с новым поколением.
- 13 **Банкинг через соцсети: реальность или миф?** // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.27-28.
Люди ожидают от соцсетей и интернет-магазинов максимальной персонализации. И они это получают! Но вот когда дело доходит до банковской сферы, то персонализация возможна далеко не во всех процессах.
- 14 **Платежные системы будущего** // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.29-31.
Надежно ли в XXI веке пользоваться централизованными платежными сетями? Что придет на замену VISA и MasterCard?
- 15 **Создание цифровой гибридной, личной модели банкинга для миллениалов** // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.25-26.
Миллениалы не хотят ждать, пока кто-то "сделает что-то", чтобы предоставить им льготы и удобства личного банковского опыта. Вот семь способов, с помощью которых вы можете использовать цифровые инструменты и улучшения дизайна продукта, чтобы ваша компания привлекла на свою сторону больше миллениалов.
- 16 **Цифровой банкинг: 6 признаков достойного приложения для банка** // Банковский менеджмент. – 2019. – № 2. – С.36-37.
Цифровой банкинг из приятного бонуса начинает восприниматься как данность, особенно среди молодых потребителей.