



Тинькофф . Кредитные Системы

# SAS Customer Intelligence

в управлении просроченной  
задолженностью



Вячеслав Цыганов

Руководитель Управления Архитектуры и Технологий ИС

# Банк кредитных карт

- 100% ориентирован на кредитные карты
- Лёгкая инфраструктура, без отделений
- Привлечение через прямые рассылки
- Гибкие партнёрские программы, ко-бренды
- Заранее одобренные предложения
- Быстрое принятие решений
- Высокотехнологичные ИТ-системы (best-of-breed)
- Внимание поддержке клиентов сразу
- Эффективные бизнес-процессы
- Постоянные измерения качества процессов



# Проблемная задолженность

- Приоритет - организация собственного подразделения, нацеленного на дистанционную работу с клиентами
- Критерии выбора системы:
  - Функциональность
  - Знание предметной области (бизнес процессов)
  - Совокупная стоимость владения
  - Сроки внедрения
  - Интеграция в существующую ИТ архитектуру
- Начало внедрения системы Collections – сентябрь 2007г.
- Привлечение консультационных услуг профессиональных коллекторских агентств
- Первые должники: Директор по рискам и Операционный Директор прошли процедуру взыскания в ноябре 2007г.



# Система Collections

- Главная цель - побудить клиентов погасить возникшую задолженность, сохранив их **ЛОЯЛЬНОСТЬ**
  - PRE           max формализованное информирование
  - SOFT          прямое взаимодействие с должником
- Роли
  - Call Center Specialist Inbound/Collector
  - Seal Department Controller
  - Collection Campaign Manager
  - Collection Specialist/Manager
  - Collection Agency Manager
- Оперативная отчетность
  - Количество КД и Сумма ПЗ на каждой фазе в текущий момент
  - Детализированный и консолидированный отчеты по работе коллекторов и специалистов контакт центра



# Объекты системы

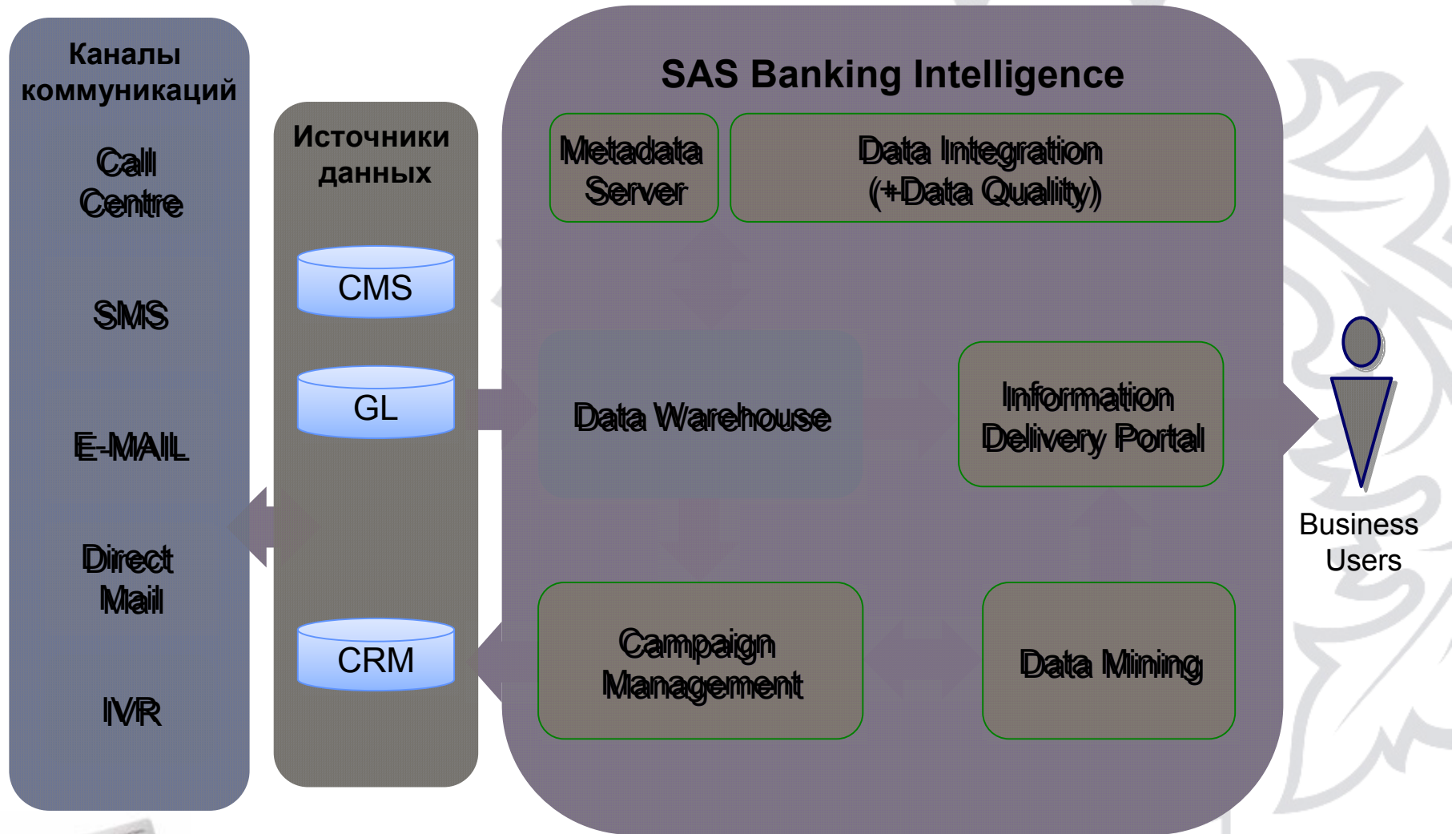


# Философия Customer Intelligence

- Самый ценный бизнес ресурс компании - информация о ее клиентах
- Анализ информации вместо последовательной фиксации взаимоотношений с клиентами в концепции CRM
- Единая консолидированная отчетность о клиентах
- Интегрированное управление информацией (качество клиентской информации + четкие схемы описания клиентов в разных системах одной организации)
- SAS Customer Intelligence – инструмент для оценки стоимости и значимости клиентов (прогноз поведения и оценка прибыльности/рисков)

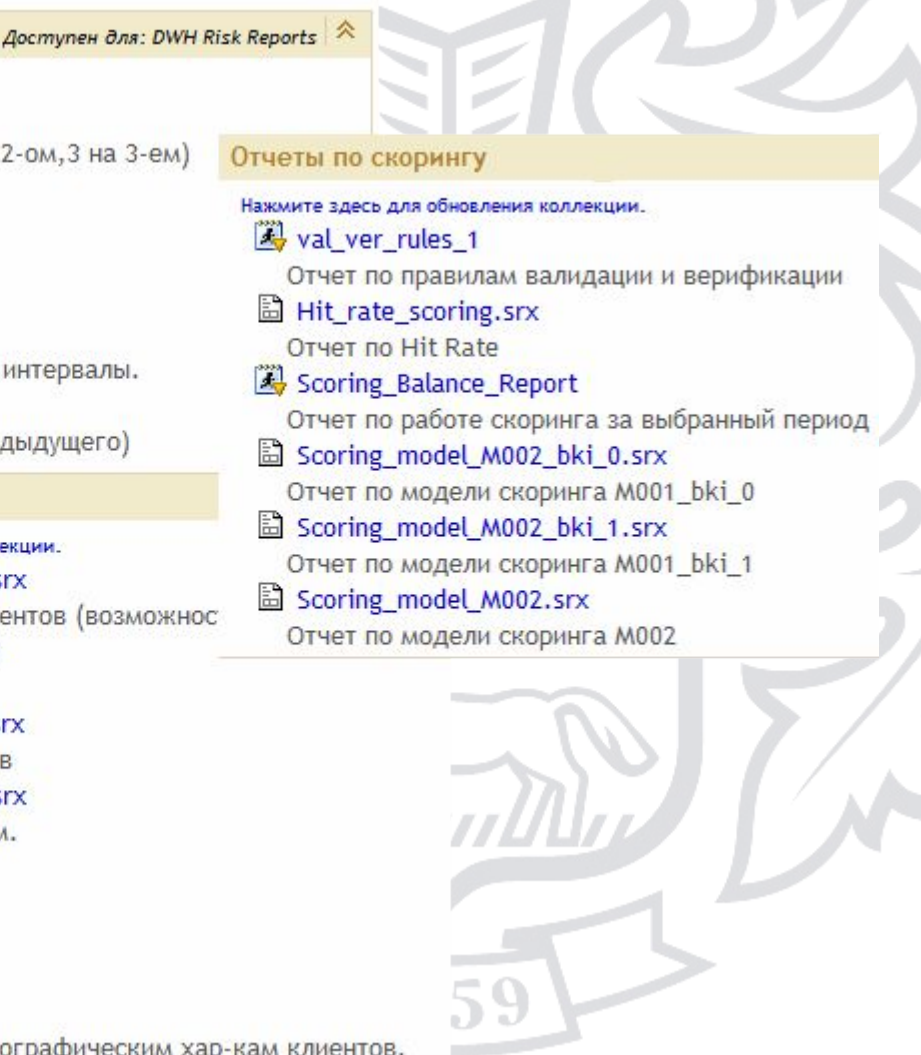



# Customer-Centric Architecture












# Collection Data Marts

## Действующие витрины данных и аналитические отчеты









**Отчеты по рискам** Доступен для: DWH Risk Reports 

Нажмите здесь для обновления коллекции.

-  [Early\\_payments\\_overdue.srx](#)  
Отчеты о выходах в ранние просрочки (1 на 1-ом, 7+ на 1-ом, 2 на 2-ом, 3 на 3-ем)
-  [All\\_Payments\\_overdue.srx](#)  
Анализ просрочек на всех платежах
-  [Roll Rate.srx](#)  
Отчет по просрочкам Roll Rate
-  [Migration matrix.srx](#)  
Матрица перехода просрочек в разбиении на 1, 3, 6 и 12 месячные интервалы.
-  [Migration\\_matrix\\_by\\_due\\_dates.srx](#)  
Матрица переходы просрочек по датам платежей (текущего и предыдущего)
-  [Overdue\\_day.srx](#)
-  [Vintage\\_overdue.srx](#)  
Отчет о просрочках Vintage
-  [Agent\\_report.srx](#)  
Отчет по работе агентов
-  [ReportEarlyCollection](#)








**Отчеты по скорингу**


Нажмите здесь для обновления коллекции.

-  [val\\_ver\\_rules\\_1](#)  
Отчет по правилам валидации и верификации
-  [Hit\\_rate\\_scoring.srx](#)  
Отчет по Hit Rate
-  [Scoring\\_Balance\\_Report](#)  
Отчет по работе скоринга за выбранный период
-  [Scoring\\_model\\_M002\\_bki\\_0.srx](#)  
Отчет по модели скоринга M001\_bki\_0
-  [Scoring\\_model\\_M002\\_bki\\_1.srx](#)  
Отчет по модели скоринга M001\_bki\_1
-  [Scoring\\_model\\_M002.srx](#)  
Отчет по модели скоринга M002

**Маркетинговые отчеты**

Нажмите здесь для обновления коллекции.

-  [Client\\_behaviour\\_mart.srx](#)  
Отчет по поведению клиентов (возможнос
-  [MA\\_response\\_report.srx](#)  
Отчет по откликам.
-  [Client\\_attrition\\_report.srx](#)  
Отчет по оттоку клиентов
-  [Communication\\_report.srx](#)  
Отчет по коммуникациям.
-  [DB\\_report.srx](#)  
Отчет по базам данных
-  [DBGGroup\\_report.srx](#)  
Отчет по группам БД.
-  [Soc\\_dem\\_report.srx](#)  
Отчет по социально-демографическим хар-кам клиентов.





# Collection Scoring & Strategy

- Скоринговые модели относят каждого из клиентов с просроченной задолженностью (или с повышенной вероятностью ее появления) к одной из нескольких групп риска, для каждой из которых действует собственная стратегия по сбору долгов.
- Стратегия - определенная последовательность и периодичность действий по эффективному сбору (или предотвращению) просроченной задолженности посредством использования разных каналов коммуникации с клиентами: SMS, E-mail, Auto Dialling Message, Telephone Collection, Soft Letter, Strong Letter, Visit Collection, Bad debt selling.
- Расчет скорингового балла и определение стратегий осуществляется в среде SAS на данных DWH, планирование кампаний – SAS MA, а выполнение - Siebel CRM



# Collection Scoring & Strategy

## Матрица стратегий

DR – days round

			High Risk							Medium Risk							Low Risk						
			SMS	E-Mail	Auto Dialing Message	Telephone Collection	Soft Letter	Strong Letter	Visit Collection	SMS	E-Mail	Auto Dialing Message	Telephone Collection	Soft Letter	Strong Letter	Visit Collection	SMS	E-Mail	Auto Dialing Message	Telephone Collection	Soft Letter	Strong Letter	Visit Collection
Pre	-3-0	1 <sup>st</sup> Collection Model	-3,-1	-2	No	-1	No	No	No	-2	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Early	1-5	2 <sup>nd</sup> Collection Model	1,3,8	4,10	3,4,8,10	Yes	No	No	No	1,3,8	4,10	3,4,8,10	Yes	No	No	No	6,11	9	No	No	No	No	No
	6-30		6DR	6DR	6DR	Yes	1	No	No	11DR	11DR	Yes	Yes	1	No	No	12DR	12DR	No	Yes	1	No	No
Soft	31-60	3 <sup>d</sup> Collection Model	4DR	4DR	4DR	Yes	1	No	No	6DR	6DR	6DR	Yes	1	No	No							
	61-90	No Model	3DR	3DR	3DR	Yes	No	1	No														
Hard	91-120	No Model	2DR	2DR	2DR	Yes	No	No	No														



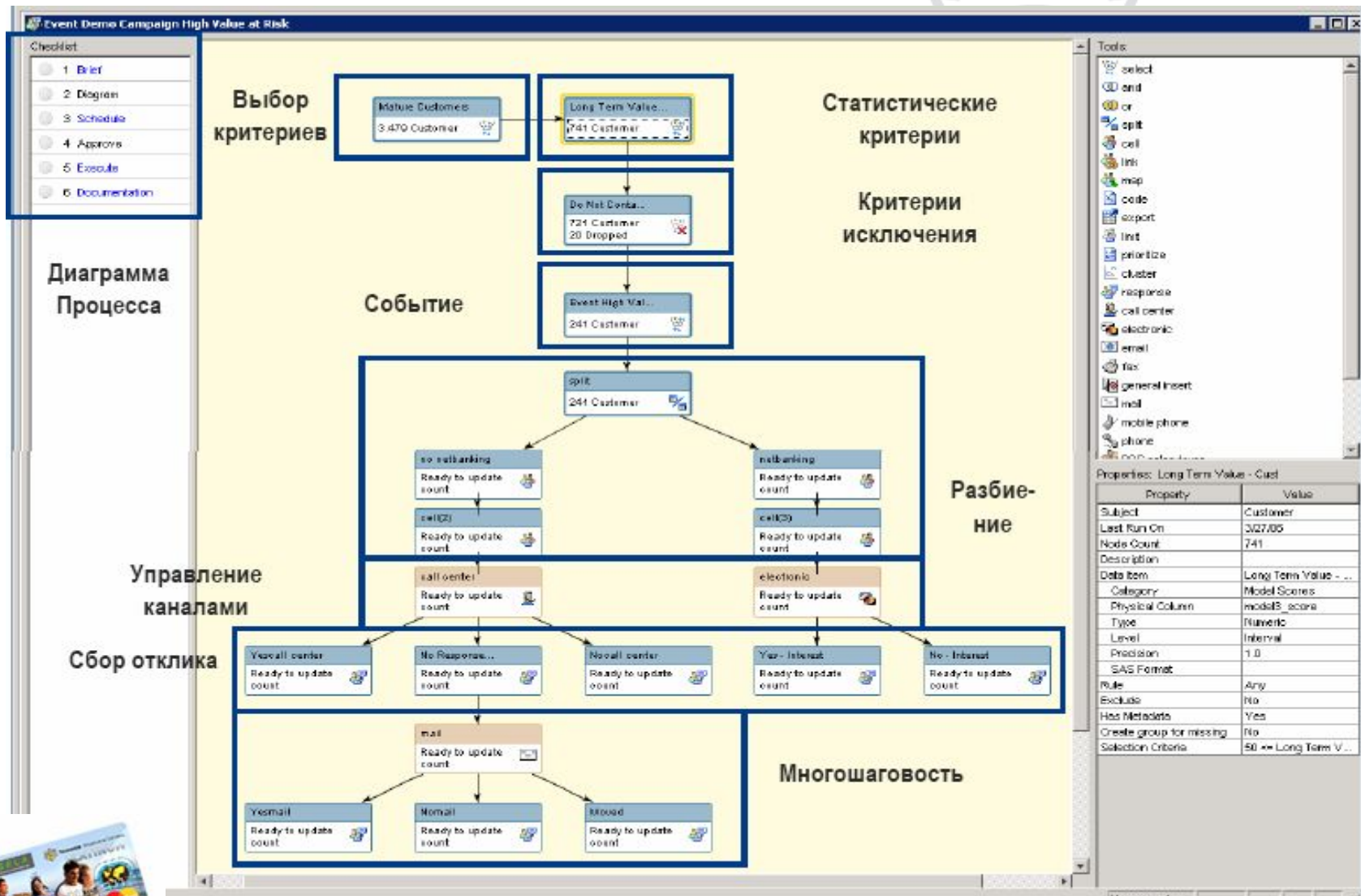
# Collection Marketing Automation

- Маркетолог работает в терминах бизнес-описаний клиентов
- Отлаженная интеграция с операционным CRM с использованием xml-based и dblink технологий
- Поддержка различных типов коммуникаций:  
SMS, E-mail, исходящие звонки, письма
- Планирование и одновременное выполнение сразу нескольких независимых кампаний
- Загрузка, инициализация и выполнение кампаний по четко заданным приоритетам
- Использование «очищенной» информации
- Встроенная поддержка скоринговых моделей



Управление полным циклом жизни клиента

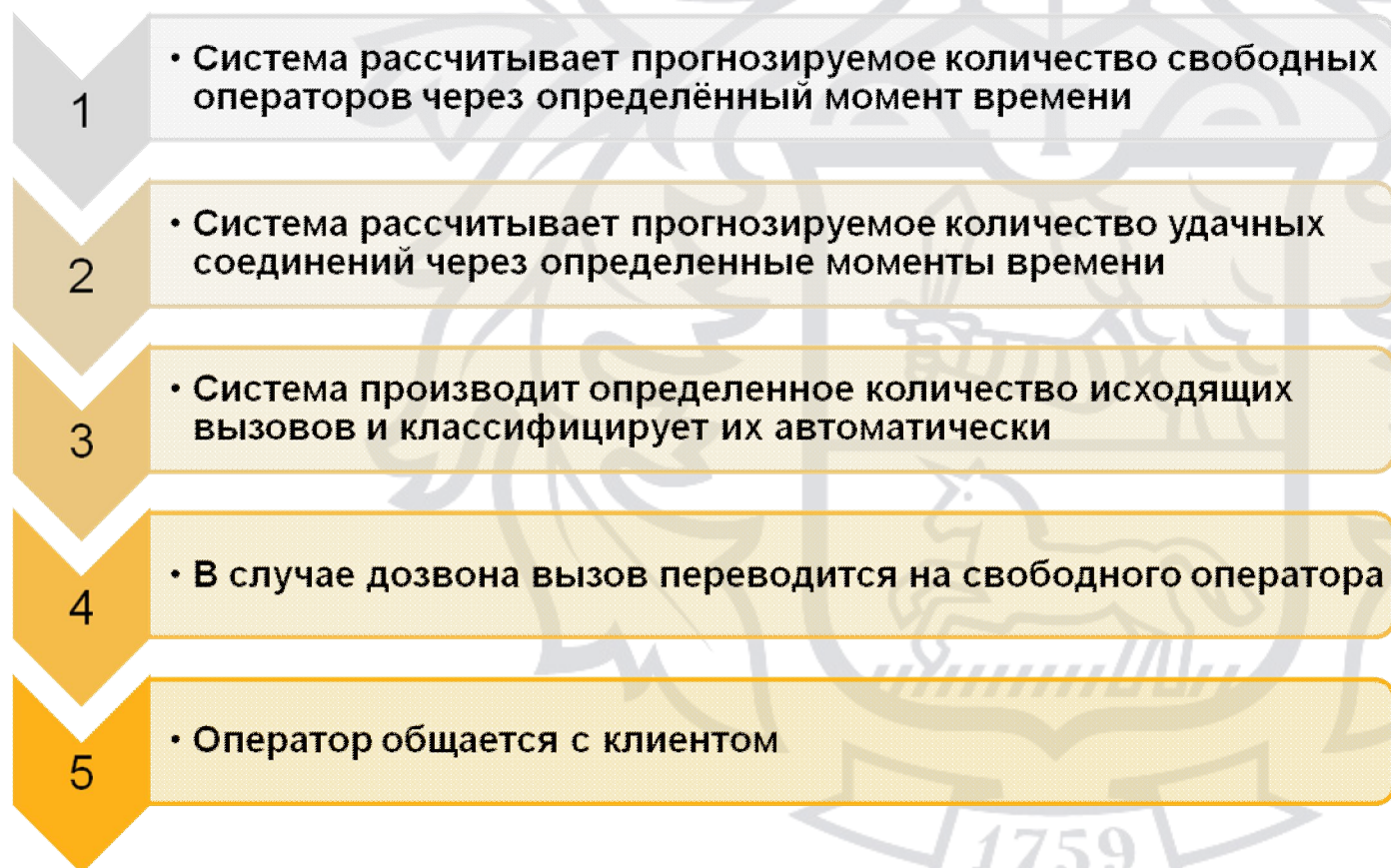
# Collection Marketing Automation



# Collection Proactive Contact

Автоматический обзвон должников с использованием SAS MA и Avaya Predictive Dialing Server:

- Переключение на IVR
- Соединение со свободным оператором



# Collection Что дальше?

- Разработка и внедрение бизнес процессов уровня hard и legal
- Построение системы оценок эффективности деятельности различных агентств по сбору задолженности
- Подготовка витрин по клиентам для передачи информации в Бюро Кредитных Историй на основе DWH
- Повышение качества клиентских данных (развитие Data Quality)
- Переход к следующему уровню управления и оптимизации маркетинговых кампаний с помощью продуктов SAS Customer Intelligence



# Вопросы и Ответы

**СПАСИБО**  
за внимание!



THE  
POWER  
TO KNOW.

1759