индекс клиентского опыта 2023
Customer Experience Index — CEI





октябрь 2023

международные клиенты





















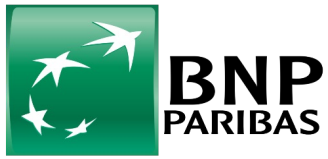




















experience is everything



© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

клиенты в Восточной Европе











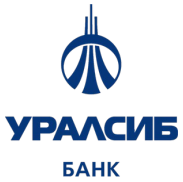










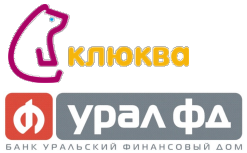




















experience is everything



© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

что такое «индекс клиентского опыта»

- В 2007-2012 годах Senteo INC. публиковал результаты своих исследований Индекса Клиентского Опыта (CEI), который стал стандартным рейтингом банков Москвы
- Индекс клиентского опыта предоставлял новые возможности для сравнительного анализа розничных банков и служил инструментом для оценки качества и постоянства впечатлений, создаваемых банками для потенциальных клиентов. Индекс измеряет эффективность банков на основании ключевых областей, имеющих особое значение для потенциальных клиентов
- Во время процесса рассмотрения одного или нескольких банков, каждый клиент проходит ряд этапов, которые в конечном итоге помогают ему сделать выбор: «купить» или «не купить» предлагаемые продукты
- Проводя аналогичные исследования в разных странах, мы обнаружили, что банки, являющиеся более эффективными и продвинутыми по пяти элементам: бренд, коммуникации, окружение, предложение, культура, обычно более эффективны в привлечении новых клиентов и меньше полагаются на цену, как на основной инструмента привлечения клиентов
- Оценка впечатлений клиента применима не только в банковской индустрии, но и в любой B2C отрасли
- Senteo оказали значительное влияние на уровень развития рынка и его общую зрелость за 5 лет исследований CEI.
- Ежегодный CEI стал стратегическим KPI для топ-менеджеров крупнейших банков.



2007



2008



2009



2010



2012

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

подход к исследованию

что такое «индекс клиентского опыта»

- В 2007-2012 годах Senteo INC. публиковал результаты своих исследований Индекса Клиентского Опыта (CEI), который стал стандартным рейтингом банков Москвы
- Индекс клиентского опыта предоставлял новые возможности для сравнительного анализа розничных банков и служил инструментом для оценки качества и постоянства впечатлений, создаваемых банками для потенциальных клиентов. Индекс измеряет эффективность банков на основании ключевых областей, имеющих особое значение для потенциальных клиентов
- Во время процесса рассмотрения одного или нескольких банков, каждый клиент проходит ряд этапов, которые в конечном итоге помогают ему сделать выбор: «купить» или «не купить» предлагаемые продукты
- Проводя аналогичные исследования в разных странах, мы обнаружили, что банки, являющиеся более эффективными и продвинутыми по пяти элементам: бренд, коммуникации, окружение, предложение, культура, обычно более эффективны в привлечении новых клиентов и меньше полагаются на цену, как на основной инструмента привлечения клиентов
- Оценка впечатлений клиента применима не только в банковской индустрии, но и в любой B2C отрасли
- Senteo оказали значительное влияние на уровень развития рынка и его общую зрелость за 5 лет исследований CEI.
- Ежегодный CEI стал стратегическим KPI для топ-менеджеров крупнейших банков.



2007



2008



2009



2010



2012

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

CEI – индекс клиентского опыта



Индекс клиентского опыта является инструментом для оценки качества и постоянства впечатлений, создаваемых банками для потенциальных клиентов и позволяет делать сравнительный анализ. Построение индекса основано на пяти ключевых областях, имеющих особое значение для клиентов: бренд, коммуникации, окружение, предложение, культура. Проводя аналогичные исследования в разных странах, мы обнаружили, что наиболее эффективные и продвинутые по этим 5 областям банки эффективнее привлекают новых клиентов и меньше полагаются на цену в качестве основного преимущества.

CEI

критерии оценивания

Бренд
Присутствие бренда, его доступность, позиционирование и качество материалов.

Коммуникации
Как компания выстраивает отношения с клиентом, используя различные средства коммуникации.

Окружение
Качество оформления помещения внутри и снаружи. Комфорт и удобство при нахождения в нем.

Предложение
Наполнение продуктов и услуг, структура и ценообразование. Присутствие персонализации и выгоды от постоянного использования предложений данного бренда.

Культура
Поведение команды, сотрудников и их взаимодействие между собой. Настройка под клиента и стремление качественно удовлетворить его потребности.

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

индекс клиентского опыта (CEI)



experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

описание показателя клиентский путь в отделении банка

области изучения

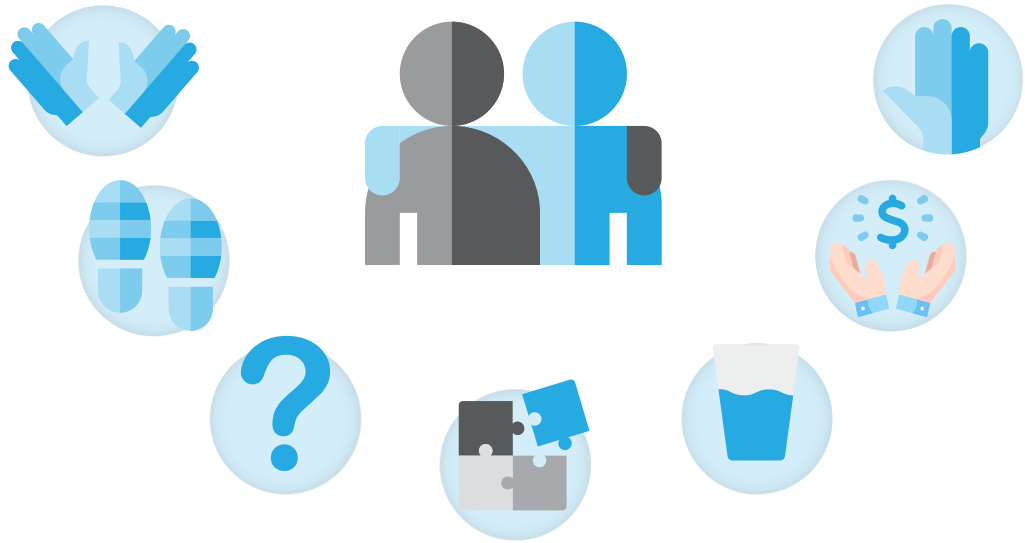
Субъективная оценка клиента, основанная на его ощущениях и испытываемых эмоциях, если какой-то элемент оценки отсутствует — клиент ставит N/A. В комментарии указывается: опишите конкретную ситуацию, что именно понравилось или нет, чем были вызваны те или иные эмоции.

Насколько успешно клиент прошёл весь свой путь от встречи до прощания? Решил клиент свою проблему, суть обращения или нет, был ли он удовлетворён? Какие эмоциональные факторы были выявлены во время посещения отделения? Что повлияло на его настроение в ту или иную сторону?

особенности критериев

Каждый из шагов оценивается по эмоциональной шкале от -3 до +3

- +3 — восторг
- +2 — счастье
- +1 — удовлетворенность
- 0 — нейтрально
- -1 — раздражение
- -2 — сердитость
- -3 — злость
- N/A — не применимо



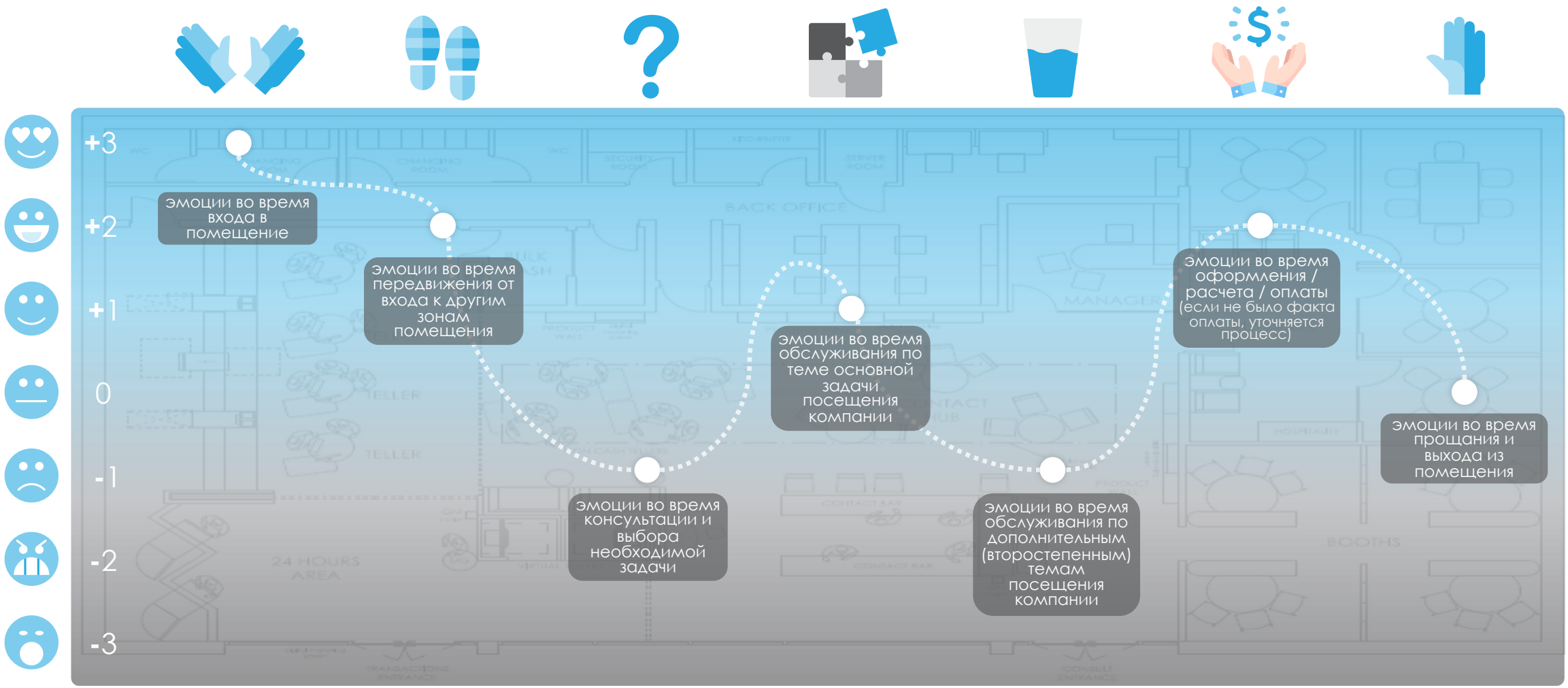
критерии оценки

- **Приветствие**
- **Навигация**
- **Консультация**
- **Обработка задачи**
- **Особые запросы**
- **Закрытие**
- **Прощание.**

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

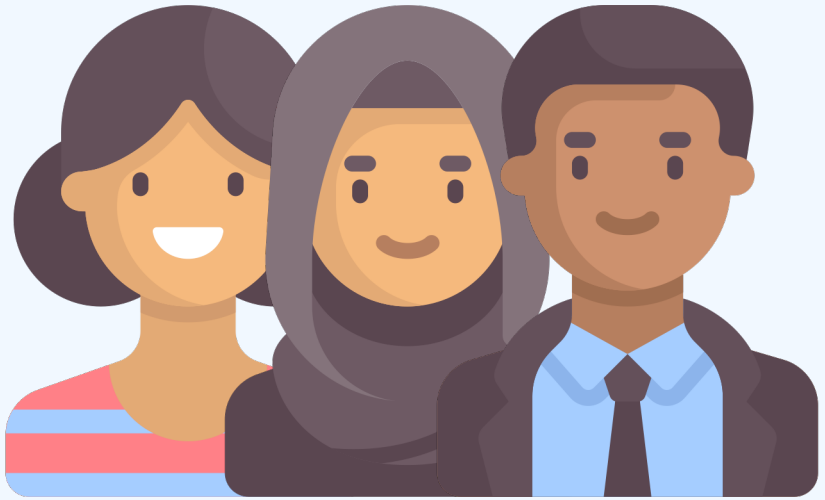
клиентский путь в отделении банка — пример



experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

профиль тайного покупателя



Возраст	25-45
Национальность	Местные / Носители языка
Сегмент	Трудоустроенные / Семейные / Холостые
Образование	Среднее / Высшее
Пол	Мужской / Женский

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023



2 дня тренинга

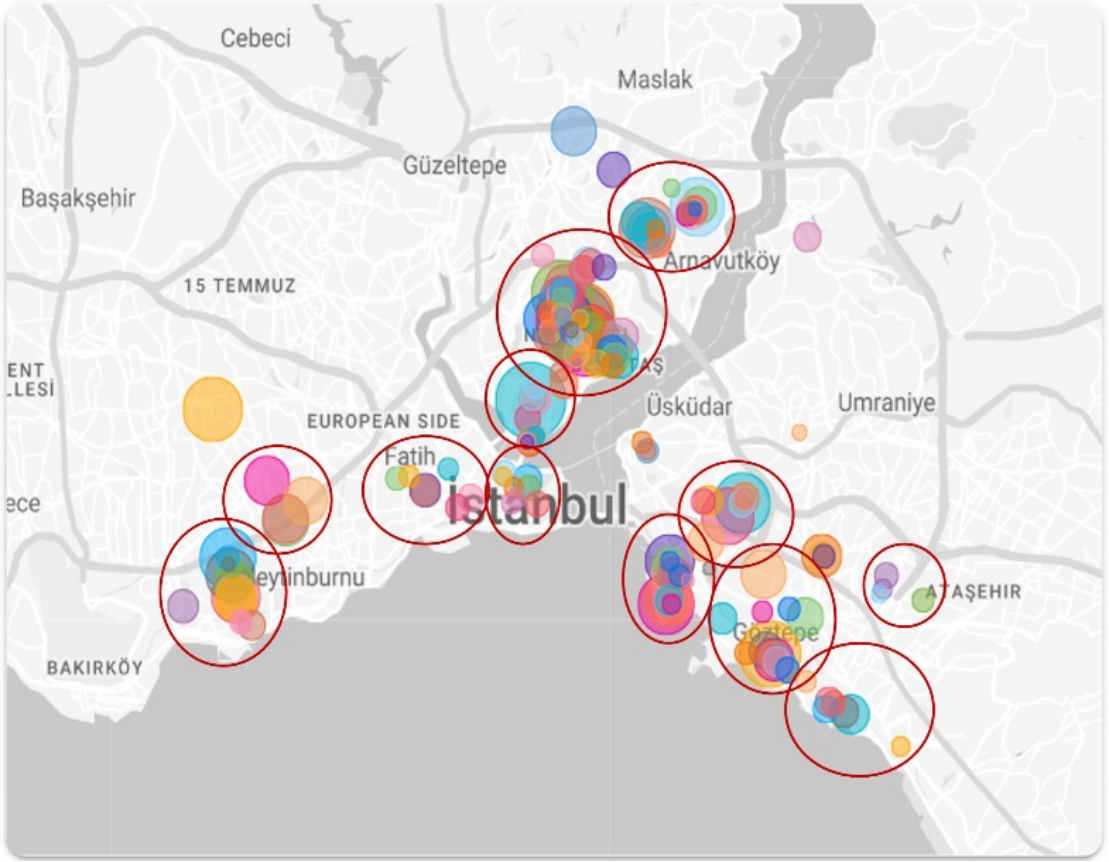
4 дня совместных визитов в отделения и коучинг

1 день для финального тестирования

Только **~25%** проходят отбор

senteo

классификация и выбор филиалов



Пример подбора отделений для исследования CEI в Стамбуле (Турция)

В стране выбирался один город — **экономическая столица**.

Районы города делились на три типа —
- туристический центр,
- бизнес/коммерческие районы,
- жилые кварталы.

Количество изучаемых отделений выбиралось исходя из размеров банка. Минимальное число — **2** отделения.

Отделения каждого банка выбирались, исходя из распределения районов.

Выбранные отделения формировали **кластеры** — группы близко расположенных отделений различных банков.

experience is everything

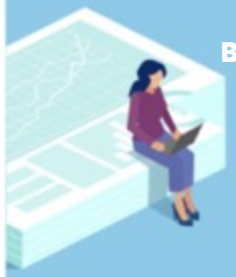
© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

правила проведения исследования

Каждое отделение было посещено дважды
Ещё 1 визит совершался в случае сильного расхождения



Для данного отчёта, изучались категории бренда, коммуникаций, окружения, предложения и культура, включавшие 25 вопросов с оценками по 5-балльной шкале







Каждый визит в отделение длился 15-20 минут вне часа пик



Тайные посетители также делали фотографии отделений

Итоговые оценки выставлялись после тщательного изучения и анализа данных

Затем определялось место банка в рейтинге на основе его оценок

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

образец структуры системы показателей



1 Ценности компании не отражены в бренде. Например: отсутствуют слоганы, посыл на визуальных элементах
2 Визуальные элементы слабо отражают в себе ценность или не доносят ее до клиента
3 Основные ценности бренда считываются. Слоганы, посыл и т.д. отражены в визуальных элементах, но не разделены под разные целевые группы
4 Ценности для большинства целевых групп присутствуют в визуальных элементах, частично подтверждаются окружением: сотрудниками, процессами и т.д.
5 Все элементы качественно отражают ценности бренда для всех целевых групп. Эти ценности соблюдаются всем окружением: сотрудниками, процессами и т.д.

1 Видны устаревшие предложения. Коммуникации хаотичны, например: буклеты лежат в зонах, куда не доходят клиенты и т.д.
2 Минимум устаревших материалов, их сложно найти. Не всегда присутствует логика в размещении коммуникаций
3 Предложения актуальны, устаревшие материалы не видны. Коммуникации соответствуют логике передвижения клиента
4 Все предложения актуальны, устаревшие материалы практически невозможно найти. Коммуникации сопровождают перемещения клиента на всем пути
5 Размещена только актуальная информация и в правильных, нужных для клиента местах

1 Хаос, невозможно определить, куда обратиться для решения проблемы, нет персонала, готового помочь
2 Зонирование не очевидно, есть элементы навигации, трудно найти или инициировать контакт с персоналом
3 Зонирование понятно, встречающий персонал указал на нужную зону
4 Зонирование очевидно, сотрудник встретил и сопроводил клиента в необходимую зону, хотя он с лёгкостью разобрался бы сам
5 Всё разделение интуитивно понятно, сотрудник сопровождал и проявлял искренний интерес к клиенту и его нуждам

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

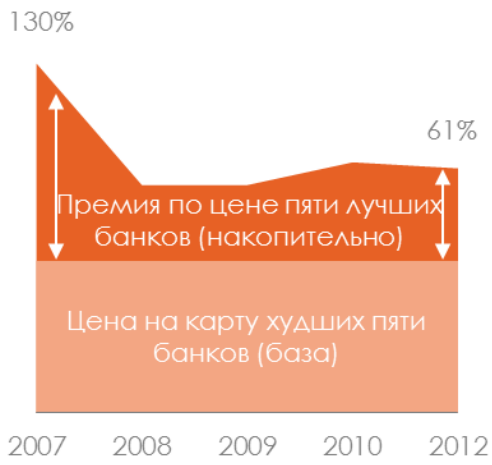
доказательства правильности концепции

KPMG pwc

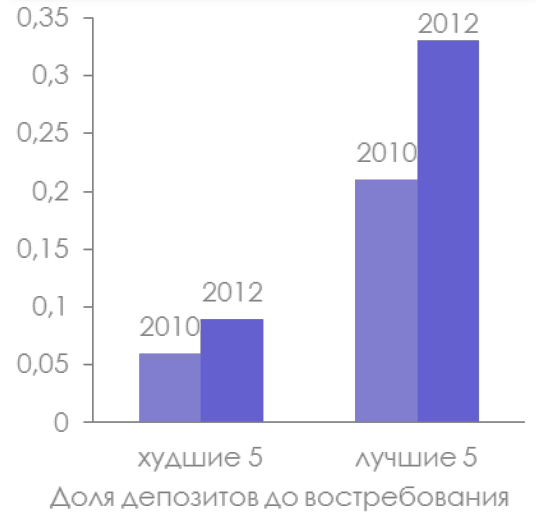
Эффективность продаж



Добавленная премия



Ежедневные отношения



компании, имеющие хорошие показатели по CEI:

Хорошо продают

посмотрите на корреляцию между эффективностью продаж и оценкой по CEI

Зарабатывают больше

сравните цену на Visa Classic / MC Standard у пяти лучших и пяти худших компаний в процентах согласно CEI

Устойчивы

взгляните на долю средств до востребования, полученных из отчетов за 2010 и 2012 гг., серди всех депозитов (%)

experience is everything

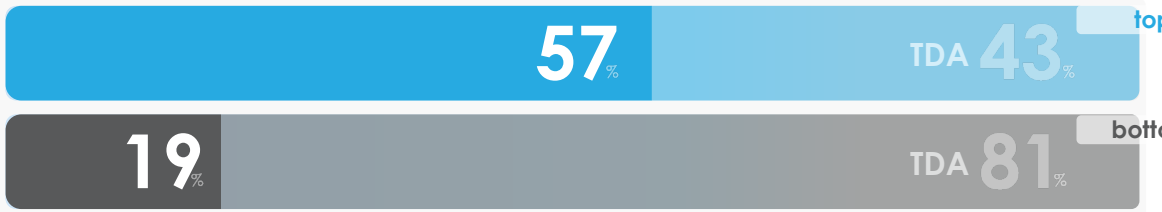
senteo

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

доказательство концепции | FRANK RG

Благодаря исследованию **FRANK RG**, мы предоставили данные, по которым были проведены независимые исследования. Их результаты предоставлены ниже:

средств на счетах до востребования



top-5 банков имеют гораздо больше средств на счетах до востребования

За это они получают более привилегированные условия обслуживания, что положительно сказывается на лояльности и оценке банка

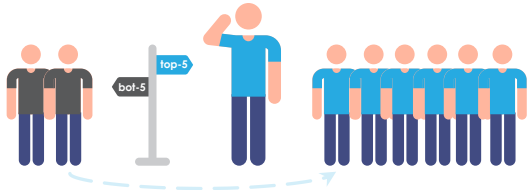
основа клиентской базы



Основа клиентской базы top-5 — относительно высокодоходные сегменты (upper mass, pre-affluent и affluent)

Основа клиентской базы bottom-5 — преимущественно массовые и низкодоходные сегменты (mass, low-mass)

Клиенты bottom-5 начинают пользоваться услугами банков top-5



top-5 начинает вести себя активно, создавая и расширяя продукты, привлекая к себе клиентов сегмента mass и выше

В последние годы банки top-5 спускаются в нижние сегменты

Ситибанк Citi One, Citi Priority

Райффайзенбанк партнёр с Лентой, КЭШБЭК, 110 дней

ФК Открытие флагманская карта Opencard

Вызов для bottom-5, т.к. банки из top-5 могут забрать часть клиентов bottom-5, предоставив им лучший сервис и клиентский опыт на приемлемых для них условиях

Условия кредитных продуктов — один из важнейших запросов у mass и low-mass



стоимость обслуживания

длительность льготного периода



Банки из bottom-5 "покупают" клиентов не размером cashback, а категорийностью и "товарностью" бонусов

Восточный карта Тепло (начисление на ЖКХ)

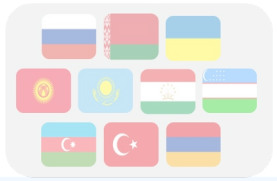
Почта Банк ко-бренд Магнит, Пятерочка

ОТП Банк ко-бренд Молния с магазинами электроники

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

16 лет исследований



Стран

10



Компаний

239

Локаций

1513



Тайных покупателей

155

Посещений

>3500

2007
Создание и запуск CEI

2007-2012
Проведение CEI
выпуск ежегодного обзора

2010-2012
Аудит исследования

2019-2020
CEI

2020-2021
Создание и запуск CXCI

2020
CXCI

2022-
Проведение CEI

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

индекс клиентского опыта Армении 2023

индекс клиентского опыта Армении, охват

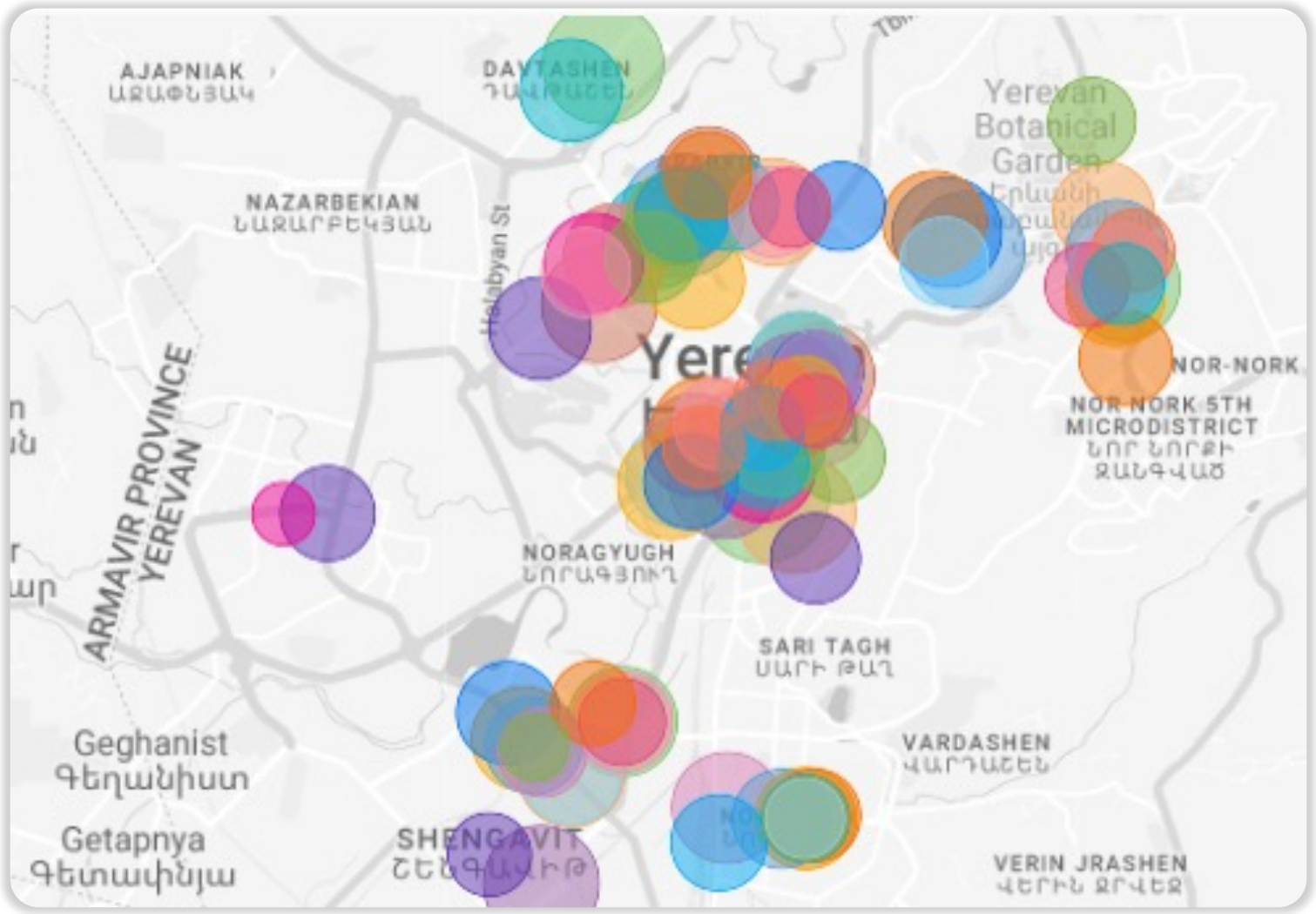
Банков	Отделений
16	93

Тайных покупателей	Посещений
11	231

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

карта визитов Армении, город Ереван



experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

итоговые результаты Армении

	Банк	Индекс CEI	Волатильность
1.	Evocabank	3.62	1.73
2.	InecoBank	3.31	1.56
3.	IDBank	3.28	1.41
4.	HSBC Armenia	3.19	1.99
5.	Byblos Bank A...	3.15	2.07
		2.92	1.79

По итогам нашего исследования за 2023-й г., средний рейтинг CEI в Армении составил 2.92 балла, что было весьма близко к необходимому для начала перехода к клиентоориентированности минимуму в 3.0 баллов, и сопоставимо со статусом Армении как активно развивающейся страны.

При этом, падение рейтинга с 1-го по 3-й квартал демонстрировало, что банки не слишком стремились инвестировать полученные в 2022-м г. сверхприбыли, связанные с изменением геополитической конъюктурой вокруг ситуации в России и на постсоветском пространстве.

Опыт Армении доказывал, что предоставление хорошего клиентского опыта не соотносится с размерами банков. Тем самым, даже малые банки, эффективно вкладывая даже ограниченные ресурсы, могут конкурировать за клиентов с гигантами рынка при условии действительного развития и наличия грамотного подхода к клиентскому опыту.

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

результаты банков по категориям: бренд, коммуникации и окружение

Бренд

	Банк	CEI Score...	CEI Vol...
1.	Evocabank	3,55	1,79
2.	HSBC Armenia	3,53	1,78
3.	IDBank	3,38	1,39
4.	Byblos Bank Ar...	3,26	2,25
5.	InecoBank	3,25	1,72

3.05

Коммуникации

	Банк	CEI Scor...	CEI Volat...
1.	Evocabank	3,57	1,54
2.	HSBC Armenia	3,33	1,80
3.	IDBank	3,28	1,28
4.	InecoBank	3,11	1,42
5.	Byblos Bank A...	3,10	2,02

2.89

Окружение

	Банк	CEI Score...	CEI Volat...
1.	Evocabank	3,91	1,63
2.	Byblos Bank ...	3,60	1,64
3.	HSBC Armenia	3,53	1,73
4.	InecoBank	3,49	1,67
5.	IDBank	3,38	1,25

3.13

Область **Бренда** была выявлена как модель достижения рынком общепринятых стандартов.

Сфера **Коммуникаций** показала себя развитой ниже среднего — не входящие в топ банки предлагают клиентам в основном мало связанные друг с другом продуктовые материалы.

Окружение стало самой продвинутой областью для банков Армении — здесь, банки действительно старались улучшить свои отделения. При этом, область получения конкурентного преимущества здесь становится малой за счет выравнивания стандартов рынка.

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

результаты КВК по категориям: предложение и культура

Предложение

	Банк	CEI Score...	CEI Volat...
1.	Evocabank	3,40	2,05
2.	InecoBank	3,02	1,73
3.	IDBank	2,98	1,91
4.	Converse Bank	2,68	2,25
5.	Америабанк	2,68	2,30

2.52

Предложение стало самой слабо развитой сферой для банков Армении с результатом в 2.52 балла. Это свидетельствовало о недостатке структурированности банковских предложений в единый нацеленный на потребности клиента пакет.

Область **Культуры** показала себя достаточно хорошо, продемонстрировав показатель в 3.03 балла. Здесь, банки-лидеры обладают важным конкурентным преимуществом за счет качественного обслуживания и настройки сотрудников на клиента.

Культура

	Банк	CEI Score ▾	CEI Volat...
1.	Evocabank	3,69	1,66
2.	InecoBank	3,68	1,28
3.	IDBank	3,35	1,21
4.	Byblos Bank...	3,28	2,30
5.	Америабанк	3,18	1,54

3.03

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

сравнение результатов 1-го и 3-го кварталов 2023 г.

2023 - Q1

2023 - Q1

Место в рейтинге **CEI** 9	Отделений 42
Индекс **CEI** 3.12	Визитов 101
Волатильность 1.68	Тайных покупателей 6

Бренд 3.20	Коммуникации 3.17	Окружение 3.20
Предложение 2.89	Культура 3.13	

В период с 1-го по 3-й кв. 2023 г. результаты банков заметно ухудшились с 3.12 до 2.77 баллов, а показатель волатильности увеличился с 1.68 до 1.77 баллов. Это говорило об уменьшении стабильности клиентского опыта.

Данные результаты показывают, что банки Армении не слишком воспользовались притоком ресурсов в 2022 – 2023-х гг. для работы над улучшением клиентского опыта.

2023 - Q3

2023 - Q3

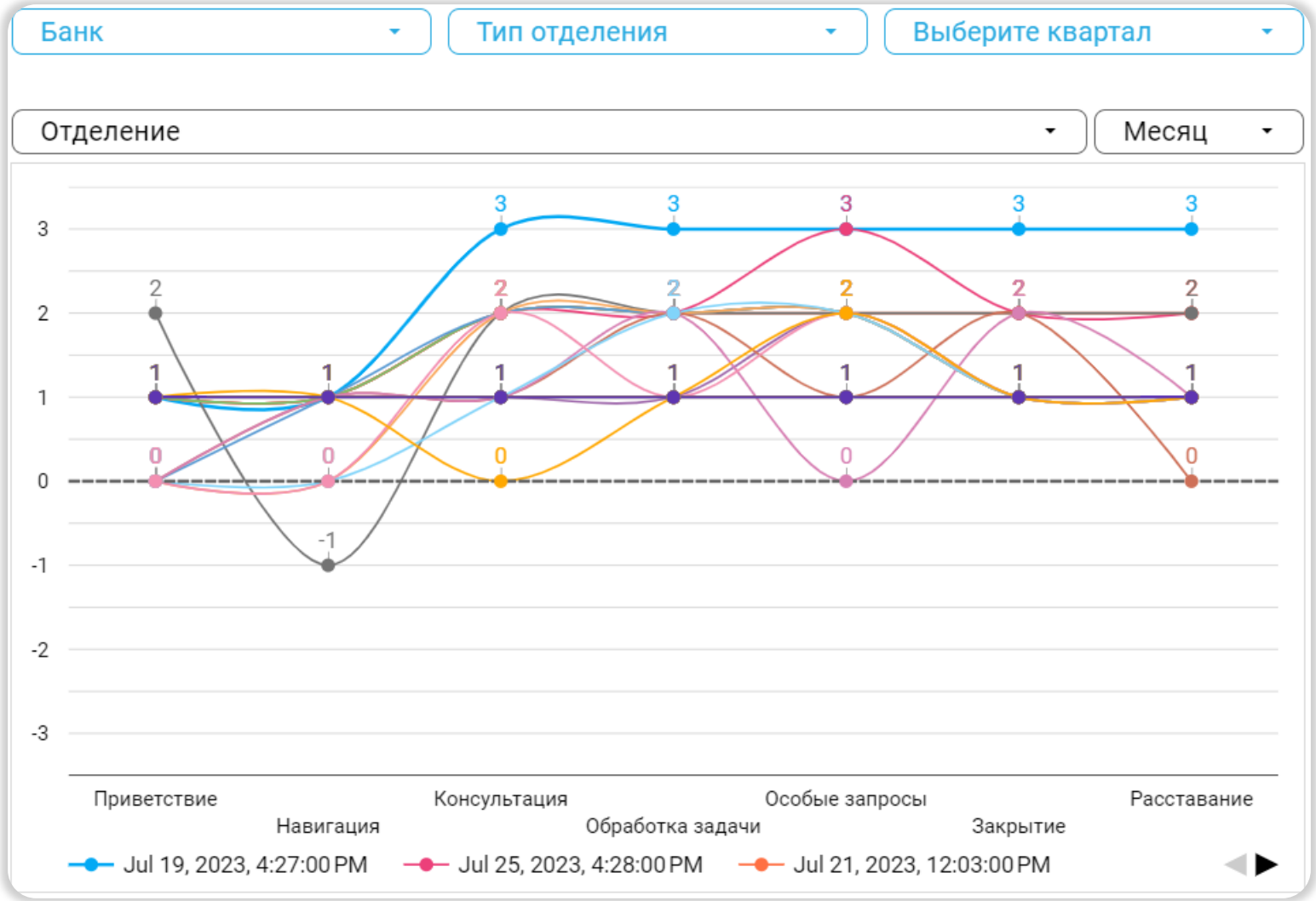
Место в рейтинге **CEI** 9	Отделений 52
Индекс **CEI** 2.77	Визитов 130
Волатильность 1.77	Тайных покупателей 5

Бренд 2.93	Коммуникации 2.65	Окружение 3.08
Предложение 2.22	Культура 2.95	

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

клиентские пути в отделениях банков



experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

комментарии тайных покупателей

Бренд
3.05

Видимость	Оформление и соответствие	Зонирование и релевантность	Позиционирование	Гармоничность бренда
Яркий и контрастный брэнд, оранжевый и черный,на карте виден хорошо и четко по адресу.Подсветок нету,с внешней стороны нет	Дизайн внутри соответствует внешнему,абсолютно понятно какой банк,название и логотип.На стенах логотип,буклеты с названием и логотипом	Были доступны буклеты для разных групп потребителей,так же работник зала сама мне предложила буклет по моей теме.	Не могу сказать,что можно было увидеть позиционирование банка,что," мы для всех".Единственное что могло об этом сказать,на буклетах при входе были	Стиль и динамика это моё ощущение при посещении данного банка.Цвет,стиль,свет всё это вызывает такие ощущения

Коммуникации
2.88

Представленность материалов	Актуальность и соответствие	Оформление и тон голоса	Прогрессия комм. кампаний	Гармоничность коммуникаций
Буклеты на стойке при входе,доступные.Так же работник зала сама дала мне буклет по моему вопросу	Буклет который мне дал работник зала,содержал самую актуальную информацию.Так как буквально несколько дней назад этот банк ещё поддерживал переводы из РФ по	Всё коммуникации банк- клиент в одном стиле,тема и цветовой.Нет ощущение тепла,но деловой,динамичный.Не было каких-то баннеров с призывом или улыбкой	Особо упор на карты:кредитные,личные.На входе на стойке мини стенд с картами,так же на буклетах изображена девушка с картой в руках.Мини стенд с картами не	Расположение банкомата,стойки с буклетами,располагает к долгосрочным отношениям,но не для всех групп клиентов.Например НЕ пенсионеров

Окружение
3.13

Распределение зон	Состояние помещения	Чистота и порядок	Атмосфера	Гармоничность окружения
		идеальная чистота		впечатления
Сотрудник на входе предложил свою помощь ,но я вежливо отказался и сам все нашел и сделал ,не были никаких трудностей сделать это самому	Состояние помещения очень стильное и современное ,очень красиво и приятно внутри	Очень чисто , цветы политы ,тоже стоит кулер	Очень приятно было ,что хотели помочь	Да ,можно было бы возвращаться снова и снова ,все грамотно

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

тарифные планы

Пакеты	Бесплатно	Базовый	Расширенный	Продвинутый
Ежемесячная плата	0$	799$	1199$	1499$
	Выбрать	Выбрать	Выбрать	Выбрать
Количество пользователей	-	2	5	10
Обновлений в год	-	12	12	12
Количество локаций в каждом месяце	-	3	4	5
Панель с общим рейтингом	✓	✓	✓	✓
Страница с методологией	✓	✓	✓	✓
Общие наблюдения и выводы экспертов	✓	✓	✓	✓

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

тарифные планы

Пакеты	Бесплатно	Базовый	Расширенный	Продвинутый
Ежемесячная плата	0$	799$	1199$	1499$
	Выбрать	Выбрать	Выбрать	Выбрать
Наблюдения и выводы экспертов по конкретной компании	-	✓	✓	✓
Панель со сравнением по кварталам	-	✓	✓	✓
Панель с подробными результатами компании	-	✓	✓	✓
Панель с анализом посещений	-	✓	✓	✓
Доступ к комментариям тайных посетителей	-	-	✓	✓
Доступ к фотографиям тайных покупателей	-	-	✓	✓

experience is everything

senteo

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

тарифные планы

Пакеты	Бесплатно	Базовый	Расширенный	Продвинутый
Ежемесячная плата	0$	799$	1199$	1499$
	Выбрать	Выбрать	Выбрать	Выбрать
Доступ к результатам отделений для корпоративных клиентов	-	-	-	✓
Доступ / Сравнение с другими регионами	-	-	-	✓
Поддержка по электронной почте/в чате	✓	✓	✓	✓
Поддержка по телефону / Zoom	-	✓	✓	✓
Ежегодная общая Zoom-сессия с рекомендациями	-	✓	✓	✓

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

тарифные планы

Пакеты	Бесплатно	Базовый	Расширенный	Продвинутый
Ежемесячная плата	0$	799$	1199$	1499$
	Выбрать	Выбрать	Выбрать	Выбрать
Ежегодная персональная Zoom-сессия с рекомендациями	-	-	✓	-
Ежеквартальная персональная Zoom-сессия с рекомендациями	-	-	-	✓

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

регистрация на платформе



experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

Майкл Ракман



Майкл Ракман

Основатель и управляющий директор, Senteo Inc.

Член исполнительного Консультативного совета, University of Nevada в Лас-Вегасе

Член совета директоров, Фонд Andson

В прошлом:
Главный директор по трансформации и Главный директор по впечатлениям клиента, Альфа-Банк Россия

Председатель наблюдательного совета, Альфа-Банк Беларусь

Руководитель региона CEE по управлению изменениями и **e-Business**, PricewaterhouseCoopers.

В течение последних 25 лет Майкл работал консультантом в банках, технологических и телекоммуникационных компаниях, а также в правительственных структурах **более чем в 30 странах**. Он реализовал множество успешных проектов, начиная от **реорганизации бизнес-стратегии**, заканчивая запуском **полностью трансформированных розничных учреждений**.

Майкл наиболее известен своим богатым опытом и успешной реализацией проектов в области клиентских впечатлений, управления взаимоотношениями и лояльностью в банках. **Цифровая трансформация** и **трансформация бизнес-моделей** стали основой его карьеры.

Он также известен своими крупномасштабными проектами, направленными на трансформацию организации от продукто-ориентированной модели бизнеса к клиенто-ориентированной и отношение-ориентированной при помощи методологии, разработанной для создания **значительных и устойчивых результатов**.

Его портфолио включает проекты для таких компаний как Abbey National (Santander), Альфа-Банк, Atlantico (Millennium BCP), BNP-Paribas, CBRE, Citibank, Europolis, Министерство юстиции Грузии, Home Credit, IBM, ING, Ivanhoe Cambridge, Megafon, Telefonica, VTB, Wembley Stadium и многие другие.

Майкл является постоянным основным докладчиком и приглашенным лектором в **Skolkovo Business School**, **UNLV**, **Финансовом Университете**, **BAI**, **EFMA**, **Lafferty**, **ICSC**, **MECS+R**, а также на многих других международных конференциях и корпоративных мероприятиях. Кроме того, Майкл является автором десятков образовательных курсов в области **стратегии**, **трансформации цифровых и бизнес-моделей**, **лидерства**, **клиентского опыта**, **развития корпоративной культуры**, **геймификации**, **управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)** и других курсов, насчитывающих более чем 30 000 участников с 2004 года.

Майкл имеет высшее образование в области управления бизнесом и свободно владеет русским и испанским языками в дополнение к своему родному английскому языку.

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

Алексей Веретенов — управляющий партнер



Алексей Веретенов

Управляющий партнер, Senteo Inc.

Член совета директоров, банк, краудфандинг, международные платежи

VP по стратегии и маркетингу, инвестиционный фонд Армении ANIF

Инвестор и совладелец daily и venture проектов.

В прошлом
- Со-руководитель цифровой трансформации, продакт-оунер стратегии, Альфа-Банк Россия
- Советник председателя наблюдательного совета, Альфа-Банк Беларусь
- Руководитель отдела прямых продаж и зам отдела телемаркетинга, Raiffeisenbank, ex Импэксбанк
- Руководитель торговой точки, Евросеть.

Алексей — эксперт по трансформации, цифровизации и управлению изменениями с 17-летним опытом в **16 странах**, **150 компаниях** и 300+ проектов. Алексей **работал банкиром в Альфа банке РФ** и **Беларусь**, **Райффайзенбанк**, **Импэксбанк**, в розничной сети **Евросеть**, в инвест. фонде **ANIF** и консультантом в следующих индустриях: банковской сфере, розничной торговле, страховании, тяжелой промышленности, автомобилестроении и телекоммуникациях.

Он успешно разрабатывал стратегии с фокусом на их внедрение до результата, реализовывал проекты в области управления трансформацией, **цифровизации**, развития **корпоративной культуры**, системного **ценообразования**, **клиентоориентированной аналитики** и внедрения **CRM-систем**.

Опыт Алексея включает в себя работу в США, Европе и Центральной Азии, в таких компаниях, как BNP Paribas, Atlant-M, Societe Generale, Росбанк, Росинер, 360 Federal Credit Union, MasterCard, Альфа-Банк, ВТБ, Мегафон, ЧТПЗ, TBC bank, АкБарс, Yelo банк, Societe Generale Group и др.

Алексей запустил бизнес финансового планирования в США, также он является членом советов директоров ряда компаний и совладельцем нескольких технологических проектов, нейросенсорики, медиа-агентства и медиасети, платформ для маркетплейсов и ряда других компаний.

Образование

- **Стратегический менеджмент**, финансовый университет при правительстве РФ, повышение квалификации
- Психологии управления — **управление изменениями**, московский институт психоанализа, бакалавр
- **Кандидат экономических наук**, международная академия оценки и консалтинга
- Экономист — **финансы и кредит**, институт прикладной информатики и управления, магистр.
- Agile transformation — **сооснователь Agile-манифеста** Arie van Bennekum, Wemanity
- **Product Management** Program — Berkeley
- Empretec — **Гарвардская программа подготовки предпринимателей**, United Nations UNCTAD, OOH.

Алексей свободно владеет русским и английским языками.

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023

Ксения Константинова — директор, Средняя Азия и Ближний Восток



Ксения Константинова

Директор, Средняя Азия и Ближний Восток, Senteo Inc.

Соучредитель и партнер, SWiP (распознавание лиц и QR-платежи).

В прошлом
- Глава отдела проектов по трансформации, Альфа-Банк Россия
- Глава отдела развития бизнеса, Alfa-Capital Asset Management.

Ксения — консультант с более чем 15-летним опытом работы на международном уровне в масштабных проектах **трансформации** в финансовом секторе, страховании, розничной торговле, здравоохранении, телекоммуникациях и образовании в **России, СНГ, Центральной Азии и Европе**.

В портфеле ее проектов такие компании, как Danone, BNP Paribas, Societe General, Visa, Citibank, Альфа-Банк, Alfa-Capital Asset Management, Papa Johns, Demir Saglik Sigorta, Vremena Goda, Европейский медицинский центр, Medsi, МТС Телеком, Райффайзенбанк, Банк Урал ФД, РосЕвроБанк и многие другие компании.

Ксения работала как в качестве внешнего **консультанта**, так и **внутри компаний** над проектами от общего повышения эффективности до **крупномасштабных преобразований**.

Ксения также является **соучредителем** стартапа в области распознавания лиц и QR-платежей, платформы лояльности и маркетингового ИИ для розничной торговли и малого и среднего бизнеса.

Опыт в сфере консалтинга, бизнеса и предпринимательства
- Директор, Средняя Азия и Ближний Восток
- Соучредитель и партнер, SWiP (стартап в области биометрических и QR-платежей, маркетинга и искусственного интеллекта)
- Глава отдела проектов по трансформации, Альфа-Банк Россия
- Глава отдела развития бизнеса, Alfa Capital Asset Management.

Образование и сертификации
- Управление проектами, 2007-2008
- Государственное и правительственное управление, 2000-2003
- Учитель английского и французского, 1998-2003.

experience is everything

© Senteo Incorporated, 2005 — 2023



senteo

experience is everything

LAS VEGAS
10624 South Eastern Avenue, A792
Henderson, Nevada 89052 USA

MOSCOW
Presnenskaya Nab., 8/1
Moscow 123112 Russia

www.senteo.net